



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Influencia del empowerment en la calidad de servicio del segmento de
Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA DE ADMINISTRACIÓN

AUTORA

AMARO ADRIAN, ROSA SILVIA

ASESOR

DÍAZ SAUCEDO, ANTONIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA – PERU

AÑO 2017

Página del jurado

DR.
PRESIDENTE

Dr.
SECRETARIADO

Dr.
VOCAL

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado en primera instancia a Dios por darme la fortaleza. Así mismo, a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado durante el desarrollo de mi carrera profesional y a mi mayor motivo para seguir adelante, mi pequeño Santiago que me acompañó en mi vientre desde el inicio del proyecto hasta la finalización de este gran logro.

Agradecimiento

Agradezco a mi centro de estudio por brindarme el apoyo académico a través de sus fuentes de información y ampliar mis ideas, así mismo agradezco a mis docentes por la paciencia, tiempo y apoyo constante en el desarrollo de mi trabajo de investigación. Finalmente a mi familia y amigos por el apoyo incondicional que me brindaron durante todo este proceso.

Declaratoria de Autenticidad

Yo Rosa Silvia Amaro Adrián, con DNI 46158776, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran 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 la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 05 de Julio del 2017

.....
Rosa Silvia Amaro Adrián

DNI 46158776

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “Influencia del empowerment en la calidad del servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

En el desarrollo de la exposición se irán mostrando los términos que me facultarán demostrar la tesis, y recibiré con beneplácito vuestros aportes y sugerencias, los que sumarán para mejorarla, deseando que al final sea de utilidad a quienes deseen continuar un estudio de esta naturaleza.

Por lo cual anhelo de mi parte, aparte del escrito que tienen en su poder, brindarles la mejor exposición y espero de parte de ustedes la ansiada aprobación

La autora.

Rosa Amaro Adrián

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	xii
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos previos	14
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.4. Formulación del problema	34
1.5. Justificación del estudio	35
1.6. Hipótesis	36
1.7. Objetivos	36
II. MÉTODO	37
2.1. Diseño de investigación	38
2.2. Variables, operacionalización	38
2.3. Población y muestra	43
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	44
2.5. Métodos de análisis de datos	46
2.6 Aspectos éticos	46
III. RESULTADOS	47
IV. DISCUSIÓN	55

V. CONCLUSIONES	59
VI. RECOMENDACIONES	61
VII. REFERENCIAS	63
ANEXOS	69

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de operacionalización	41
Tabla 2. Coeficientes de alfa de cronbach	45
Tabla 3. Resumen de procesamiento de casos	46
Tabla 4. Estadística de Fiabilidad	46
Tabla 5. Distribución de frecuencias del empowerment en colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	48
Tabla 6. Distribución de frecuencias de la responsabilidad en colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	48
Tabla 7. Distribución de frecuencias del liderazgo en colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	49
Tabla 8. Distribución de frecuencias de calidad de servicio de colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	48
Tabla 9. Distribución de frecuencias de la fiabilidad de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	49
Tabla 10. Distribución de frecuencias de la capacidad de respuesta de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	49
Tabla 11. Tabla cruzada de Empowerment y Calidad de servicio.	51
Tabla 12. Coeficiente de correlación de Pearson	50
Tabla 13. Prueba de correlación de Pearson entre el empowerment y calidad de servicio de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	51
Tabla 14. Tabla cruzada de Empowerment y Fiabilidad.	52
Tabla 15. Prueba de correlación de Pearson entre el empowerment y fiabilidad de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	53
Tabla 16. Tabla cruzada de Empowerment y Capacidad de respuesta.	53
Tabla 17. Prueba de correlación de Pearson entre el empowerment y capacidad de respuesta de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.	54

Índice de figuras

Figura 1. Variables que intervienen en la prestación del servicio.	26
Figura 2. Mejoramiento continuo en la prestación del servicio.	27
Figura 3. La aplicación de la retroalimentación.	28
Figura 4. Modelo para evaluar la calidad en el servicio.	33

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar si el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017. El tipo de estudio fue descriptivo, explicativo, de diseño no experimental y transversal. La muestra es de 116 colaboradores del segmento de la Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Para el análisis de datos se empleó el programa SPSS donde se aplicó la estadística descriptiva mediante gráficos y tablas y la estadística inferencial mediante la prueba Pearson para contrastar las hipótesis. Se concluye que el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017 ya que se observó en la prueba de correlación de Pearson un valor de 0.730 y así mismo un $p=0,000 < 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Palabras claves: Empowerment y calidad de servicio.

ABSTRACT

The present investigation had as objective to determine if the empowerment influences the quality of service of the Exclusive Banking segment in contact with BCP, Lima, 2017. The type of study was descriptive, explanatory, non-experimental and transversal design. The sample is of 116 collaborators of the segment of Exclusive Banking in contact of the BCP, Lima. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire. For the data analysis the SPSS program was used, where the descriptive statistic was applied using graphs and tables and the inferential statistics using the correlation Pearson test to test the hypotheses. It is concluded that the empowerment influences the quality of service of the Exclusive Banking segment in contact with the BCP, Lima, in 2017, since the Pearson correlation test was found to be 0.730 and thus a $p = 0.000 < 0.05$ We reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis.

Keywords: Empowerment and quality of service.

I. INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A nivel internacional el empowerment, la cooperación y el trabajo en equipo son los elementos empleados en las empresas, debido a que son efectivas para la realización de las actividades permitiendo que estas se puedan realizar con mayor rapidez y con menores índices de errores.

Las grandes empresas buscan generar una mejor calidad de atención, es por ello que la calidad del servicio debe ser óptimo, dentro y fuera de las organizaciones y lograr obtener un mayor nivel de ventas para generar beneficio económico y social.

En la actualidad el estilo de liderazgo se encuentra en una filosofía de puertas abiertas lo que genera en los colaboradores un sentimiento de cohesión e integración, asimismo, realizan actividades necesarias e implementan metodologías para proporcionar responsabilidades a los trabajadores en los cuales puedan observar la autonomía y autocontrol, sin embargo, puede ser un problema si es que no se maneja de manera adecuada, además puede generar ciertas problemáticas en la empresa, como inestabilidad, ausencia, falta de compromiso en la consecución de objetivos.

La empresa y los trabajadores están estrechamente relacionados, ya que comparten la misma finalidad de la consecución de objetivos y metas. Por lo tanto los trabajadores tienen la responsabilidad de lidiar con las problemáticas que se presentan en la atención al cliente, es decir tener una capacidad de respuesta ante situaciones complejas, garantizando la confianza y fiabilidad en el servicio prestado.

En el segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP se ha encontrado que la empresa brinda a sus colaboradores las herramientas y facultades respecto a su área y sus funciones, sin embargo no tienen las suficientes facultades para dar respuesta a situaciones complejas que requiere de información más detallada, a consecuencia, necesitan el soporte de otras áreas para dar respuesta a sus problemáticas. En ese sentido no pueden tomar

decisiones ni responsabilidades para llevar a cabo sus labores de forma eficiente y con el nivel de calidad de servicio que exige el cliente del segmento, buscando así dar respuesta a la siguiente problemática ¿Cómo el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017?

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Maza (2013). "Evaluación de la calidad del servicio que se proporciona en una tienda departamental exclusiva a través del nivel de satisfacción de sus clientes". Tesis para optar el título de Licenciado en Administración del Instituto Politécnico Nacional de México. El objetivo general fue determinar la calidad del servicio proporcionado por la tienda, a través del nivel de satisfacción de sus clientes y establecer cuál es el significado que le dan los mismos clientes a cada uno de las características que conforman el servicio con el fin de aportar un planeamiento estratégico que aumente su satisfacción. La metodología fue de tipo descriptivo basado en un caso de estudio, y su diseño no experimental, de tipo transversal. Se concluyó, que la calidad de servicio a través del nivel de satisfacción de sus clientes es de 8.62 en una puntuación del 1 al 10. Asimismo, de los 5 atributos estudiados, los clientes expresaron que por orden de importancia los toman en cuenta para elegir comprar en una tienda departamental. Finalmente la velocidad de respuesta con una calificación de 8.30 en una escala de 1 al 10 donde sus fortalezas son la rapidez en el cobro de la mercancía, en la envoltura de regalo y en la facturación.

Ortiz (2015). "Propuesta de mejoras del servicio al cliente en las entidades financieras". Tesis para optar el título de Licenciado en Administración Universidad Militar Nueva Granada de Colombia. El fin general fue proyectar una proposición de mejora, para la índole en la prestación al usuario en Bancolombia S.A., Buenavista, que admita incrementar la implicación en la plaza financiera por la prioridad e identificación entre las organizaciones financieras del departamento; alcanzando diferenciación entre las entidades financieras por el magnífico servicio

realizado al usuario. La metodología fue de tipo cualitativa, de investigación inductiva. Concluyó, que realizar un buen servicio al cliente influye en obtener un alto nivel de satisfacción del cliente, y por consiguiente se afirma que los objetivos planteados se realizaron satisfactoriamente, asimismo, Por lo tanto, al enriquecer una proposición con rumbo a la prestación brindada al cliente, los periodos de estancia en atención por consultoría e indagación gestionada en un 10%, entretanto que la rapidez de los colaboradores en un 15%. Por otro lado, se ha informado el acrecentamiento en el uso de los medios electrónicos.

Ochoa (2011). "Impacto del proceso de implementación del Empowerment para la toma de decisiones. Caso de estudio: grupo DecoArte". Tesis para optar al título de Maestría en Psicología Organizacional de la Universidad Dr. José Matías Delgado de San Salvador. El objetivo general fue implementar una herramienta organizacional en el Grupo DecoArte; para formar colaboradores empeñosos y dedicados en realizar las actividades en la empresa donde laboran, creando cultura que permita tomar decisiones eficientes en toda la organización. La metodología fue de tipo aplicativo mediante la implementación del empowerment. Concluyó que al implementar el empowerment de una manera segura, es muy importante contar con el respaldo de los subordinantes o líderes; para obtener la aceptación del proyecto, ya que se podrán tomar consideraciones de los cuales repercutirá en las necesidades de la empresa. Asimismo, para alcanzar transferir el empowerment en todos los niveles es considerable la elección de empleados claves quienes se transforman en capitanes de esta iniciativa entre sus grupos de tal manera que procedan como intermediarios de cambio para la producción de una instrucción organizacional fundamentada en el empowerment.

Rivera (2012). "El Empowerment y su incidencia en la Calidad del Servicio de la empresa PAZVISEG CÍA LTDA. De la ciudad de Ambato". Tesis para la obtención del título de Ingeniería de Empresas de la Universidad Técnica de Ambato de Ecuador. El objetivo general fue determinar los agentes que actúen en el erróneo empleo del Empowerment a la índole del servicio hacia el usuario en la organización PAZVISEG CÍA. LTDA. De la ciudad de Ambato. La metodología fue de tipo cualitativo que permitirá el análisis para desarrollar una posición que coopere a entender el dilema que experimenta la organización PAZVISEG CÍA

LTDA., centrándose en el inadecuado empleo del Empowerment. Concluye, la mayor parte de las directoras de la red 962 imaginan que la mejor forma de preparar a las asesoras se da de manera semanal y personalizada, pero no alcanza hacerlo ya que la asesora no se presenta a la cita acordada adicional y tienen el instrumento pero no tienen la guía. Del total de sondeados, 14 usuarios que conciernen al 54% estiman que con un colaborador empoderado siempre se logra una mejor relación, 8 usuarios que pertenecen al 31% creen que un personal empoderado a menudo apoya a mejorar la relación comunicativa, y 4 usuarios que pertenecen al 15% creen que la relación comunicativa nunca es mejor con un personal empoderado. Finalmente 54% respondió que el agente principal para determinar la índole de la prestación es la seguridad, el 19% imagina que es la mejora constante, y 7 usuarios que pertenecen al 27% creen que el agente más importante para calcular la calidad de la prestación es la capacidad de respuesta.

Giraldo (2012). “El empoderamiento como elemento generador de compromiso organizacional en los empleados de las empresas aseguradoras de la ciudad de Manizales”. Tesis para optar al título de Magister en Administración de la Universidad Nacional de Colombia. Su objetivo general fue identificar cómo el empoderamiento produce un deber organizacional hacia los colaboradores de las organizaciones aseguradoras de la ciudad de Manizales. La metodología fue de tipo cualitativo. Concluyó que el caso de A2, el empoderamiento demostrado en los administrativos, se da por mostrar autoestima y locus de inspección interno, lo que aparenta producir una mayor inclinación hacia el pacto afectivo, predominando por las peculiaridades internas del colaborador, ya que la organización no abastece todos los condicionantes externos que lo motiven, de igual forma. La información recogida en las entrevistas de los partícipes parece indicar que no se hace indispensable el empleo de los cuatro condicionantes del empoderamiento, para que éste se promueva en el personal, ya que con peculiaridades relacionados a la identidad de los funcionarios se puede producir el empoderamiento como componente productor de compromiso organizacional.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Carrera (2015). "La calidad de servicio y la satisfacción del cliente del área de operaciones del Banco del Crédito del Perú – agencia real plaza de la ciudad de Trujillo 2014." Tesis para optar el título de Licenciado en Administración Universidad Nacional de Trujillo. El objetivo general fue identificar qué relación se encuentra a través de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del área de operaciones del Banco de Crédito – Agencia Real Plaza. La metodología fue de tipo descriptivo - correlacional, ya que describe la relación entre las dos variables que son la calidad de servicio y satisfacción del cliente de operaciones del Banco de Crédito del Perú - Agencia Real Plaza. Concluyó que se encontró una relación entre calidad de servicio que otorga la organización y la satisfacción que obtiene cliente. Asimismo, los detalles que inciden en la complacencia de los usuarios son, la mala distribución de ventanillas para cada categoría, es decir hay mayor ventanilla para la banca exclusiva "B", a pesar de que los clientes "C" son las que cuentas con mayor concurrencia diaria. Otro aspecto importante que refleja insatisfacción es la falta de conocimiento de los promotores.

Malpartida (2016). "Empowerment y desempeño laboral en la tienda comercial rivera del distrito de Huánuco, 2016". Tesis Para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad de Huánuco. El fin general fue determinar cómo influye el Empowerment en el Desempeño Laboral de la Tienda Comercial Rivera Huánuco 2016. La metodología de la presente investigación fue de tipo aplicada, nivel explicativo y de diseño no experimental. Se finalizó que la empresa tienda comercial Rivera no posee un modelo de Empowerment apropiada en su organización para que sus colaboradores se estimen personajes en todas las finalidades y metas que esta espera alcanzar para ser completamente exitosa. Por ende, se propone la perfección de un nuevo modelo de Empowerment, la organización precisa entender las consecuencias y la correlación que encuentra entre el desempeño laboral del personal y el proceso de empowerment ya que estas se perjudican mutuamente. La data declara que el 55% de individuos encuestados considera que solo a veces es considerable la destreza cuando se deja cargos para asumir nuevos retos, entre tanto que el 45% opinó que siempre es imprescindible tener experiencia ya que son otras funciones y responsabilidades cuando se deja un cargo.

Urbina (2014). "Calidad del servicio que brindan los funcionarios de orientación al contribuyente de la intendencia regional La Libertad – SUNAT Trujillo y su influencia en la satisfacción del usuario, en el periodo 2013". Tesis para alcanzar el título de Contador Público de la Universidad Nacional de Trujillo. El fin general fue determinar la influencia de la calidad de servicio que otorgan los funcionarios frente a la satisfacción de los usuarios de SUNAT– Trujillo 2013. La metodología fue de tipo descriptivo y analítico. Concluyó que al realizar el diagnóstico la índole de atención en las agencias de instrucción al tributante en la administración regional la libertad – SUNAT, es mala legando a un 51% y regular en un 43%, que reuniendo los resultados el servicio es desigual, de manera que, el grado de correlación entre las variables calidad de servicio y la complacencia del tributante es significativa, dado que están vinculadas directamente tal como se manifiesta en la tabla de Pearson. Por ende dando cumplimiento al segundo objetivo de la presente investigación se determinó que el 76.92% tiene una satisfacción mala, un 17.69 % es regular y un 5.38% es buena.

Chigne (2015). "Programa de capacitación, para mejorar la calidad de servicio en la empresa de transportes Emtrafesa S.A.C. – Agencia Trujillo: 2014". Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de la Universidad Nacional de Trujillo. La finalidad general fue ejecutar una propuesta para un plan de aprendizaje presidido a los colaboradores operativos para acrecentar la calidad de servicio de la organización de transportes Emtrafesa S.A.C. La metodología fue de diseño descriptivo correlacional. Concluyó que, al analizar los principales beneficios de la implementación del programa de capacitación solo influye en el sector económico, al progresar la complacencia del cliente con el desempeño de los colaboradores y fidelizarlos con la organización, sino igualmente tienen impacto en el crecimiento personal de cada colaborador, quienes notaran la desigualdad en sus competencias para enfrentar diversos contratiempos, para realizar su actividad y su vínculo con los clientes, asimismo, mediante la encuesta que se realizó a los pasajeros determinaron el perfil competitivo que tienen los trabajadores y pudieron realizar un programa de capacitación para mejorar la calidad de servicio.

Requejo (2013). "Uso de e-learning para integrar el Empowerment a los recursos humanos de la empresa financiera Mi banco del distrito de Jaén". Tesis para optar el título de Ingeniero de Sistemas e Informática de la Universidad Nacional de San Martín. El objetivo general fue integrar satisfactoriamente el empowerment en los colaboradores de Mi banco del distrito de Jaén usando recursos de eLearning. La metodología fue de tipo descriptiva y exploratoria, pre experimental. Concluyó, que se evaluó la efectividad de los recursos de eLearning, donde se determinó que los colaboradores perciben como una plataforma adecuada para desarrollar aprendizajes e intercambiar conocimientos. La investigación demuestra que el 54% de los colaboradores afirman que la plataforma permite crear contenidos en nivel de bueno, el 50% afirma que la plataforma permite comunicar el aprendizaje en un nivel bueno y más del 20% en un nivel excelente y el 41% de los colaboradores afirma que la plataforma si le permite publicar todo tipo de contenidos digitales de aprendizaje, asimismo, se ha descrito las dificultades fundamentales que limitan la integración del empowerment en los colaboradores. Se ha determinado que las limitaciones provenían de una inadecuada capacidad de mediación en la formación continua (recursos de eLearning).

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Empowerment

Según Chiavenato (2007) manifestó que:

El propósito fundamental del facultamiento de autoridad (empowerment) es brindar responsabilidad y recursos a toda la organización, para que los individuos puedan adquirir un efectivo liderazgo dentro de su círculo de habilidades, al mismo tiempo que apoyen a enfrentar los retos universales de ésta. No obstante, otorgar poder a los empleados de línea para resolver problemas para los cuales no tienen recursos financieros, capacitación o autoridad real simplemente puede convertirse en un engaño moral. (p.287).

Según Franklin (2009, pag.384) señaló que:

El empowerment es conocido también como “empoderamiento”, sin embargo es una palabra técnica que no aparece precisamente en los diccionarios del mundo. En primera instancia esta palabra define el desarrollo del poder que tiene la organización, así mismo permite brindar conocimientos a los colaboradores, es decir desarrollar sus conocimientos y energías de manera individual con la finalidad de tomar buenas decisiones de manera conjunta, logrando de esta manera beneficios positivos para la mejora de la empresa. Básicamente se trata de brindar autoridad y facultar a nuestros empleadores con el propósito de desarrollar el potencial de cada uno de ellos en sus puestos de trabajo.

El empowerment en una empresa tiene ocho opiniones claves que son el *cambio de modelos mentales*. El apoyo sobre el cual descansa el empowerment es la visión que tiene la empresa, así mismo si esta alteración no se deduce, la metodología se pierde y las ocasiones de éxito son cero. *Originar un acuerdo por parte del empleado con la empresa*. Lo que se tiene pensado es que el colaborador pueda realizar sus labores de manera exitosa y que se sienta comprometido con la relación que tiene con la empresa. *Rediseñar las actividades de dirección*. Lograr que las actividades tradicionales del colaborador sean diferentes a las actuales, basados en la agrupación y a la ubicación estratégica que brinda la organización, mediante eso el trabajador tendrá la libertad e independencia en tomar decisiones.

Proyectar un régimen de ocupación “sin garantías”. Proporciona un clima de sosiego y seguridad en el cargo. *Política de compensación “en riesgo”*. Fijar un procedimiento de compensación que cree un mayor grado de responsabilidad del trabajador al vincular su desempeño con el éxito de la organización. *Nuevo planeamiento de la administración de la comunicación*. Gestión de la información de forma tal que las determinaciones sean tomadas por los grupos de estudio; además, la información general de la organización, entre ella la financiera, debe estar gestionada con principios de iniciación y participación.

Producir células o equipos autos dirigidos. El plan de estos equipos, los conceptos de sus actividades, las tareas y responsabilidades, la selección y capacitación de sus miembros forman un conjunto que aceptan los trabajadores para salir victorioso en los desafíos que les brinda la organización. *Planear el proceso de los equipos autos dirigidos.* El proceso no es fácil de aplicarlo ya que se necesita de dedicación en todo el periodo que se realizará la implementación por parte de los subordinados y subordinantes.

Según Pascual (2011), afirmó que “encuentran cuatro palabras que definen una expresión del idioma inglés y estas son facultar, habilitar, comisionar, autorizar, pero en el idioma castellano estas palabras mencionadas no son tan expresadas en la vida diaria y que están en abandono (p.191).

Según San Saturnino y Goicoechea (2013), afirmó que “Los estudios que son educativos y el empoderamiento se agrupa directamente con la motivación interna para realizar las actividades del colaborador, pero no con la motivación externa de la persona, ni con la motivación social (...)” (p.599).

Wilson (2004), refirió que:

Empowerment es una palabra que fascina a distintas personas. Sin embargo hay muchas personas que esta palabra la asumen como muy tajante. La palabra conjunta es el conocimiento de personas que poseen el dominio sobre ellas mismas y sus entornos, que propagan sus eventualidades y horizontes y se elevan a niveles más altos de logro y complacencia personal (p.15).

Que Ofrece

Para San Saturnino y Goicoechea (2013), refirió que:

El empowerment resulta atractivo para las empresas y a los sujetos por diferentes juicios. Ajusta sencillamente en las filosofías actuales de los

directivos y de los colaboradores. Los directivos reflexionan una forma para excluir las burocracias y soltar al personal de las históricas pactados inspeccionados por los sindicatos, obteniendo así una mayor flexibilidad y la probabilidad de remunerar a su personal por sus energías propias. Muchos de los individuos se sienten satisfechos por la concepción de empowerment por saberse afines (p.17).

Cultura de la Organización

Según San Saturnino y Goicoechea (2013), mencionó que:

Existen algunos directores para los que la cultura de la organización no existe verdaderamente, deliberan que no posee importancia para el desarrollo de una organización y el empowerment de sus colaboradores no funcione de manera exitosa. Factores de la productividad, las ganancias, la calidad, los requerimientos físicos, las edificaciones, los folletos publicitarios y todos los otros elementos de la existencia empresarial consiguen valorarse sencillamente, sin embargo esto no ocurre con la cultura (...). La cuestión señala que la solución sería preguntar a los directivos y llegar a una conclusión acerca de responder la siguiente interrogante ¿La cultura posee relación con la acción de una organización y el empowerment de sus colaboradores? (pp.19-20).

Dimensiones de Empowerment

Para Alles (2002), expresó que:

Liderazgo

Es la habilidad necesaria para localizar la acción de los grupos de individuos en un rumbo explícito, infundiendo valores de acción y anticipando escenas de crecimiento de la operación de ese grupo. La destreza para determinar objetivos, el rastreo de dichos objetivos y la

capacidad de brindar feedback, constituyendo las opiniones de los demás (p.75).

Alles (2002), consideró que:

Responsabilidad

La presente capacidad está relacionada al compromiso de las personas al ejecutar tareas delegadas. Su inquietud por el desempeño de lo asignado está por arriba de sus propios intereses, la tarea determinada está primero (p.77).

Indicadores del Empowerment

Compromiso

Según Meyer y Herscovitch, (citado por Juaneda y Gonzáles, 2007) afirma que:

El pacto supone una relación que compromete o bien una conducta o una actitud, siendo imprescindible que dicho vinculo conlleve una conducta en un particular sentido de actuación o una actitud positiva hacia una empresa que predisponga a la persona a suponer de tal manera que favorece a la entidad. (p.3592)

Cumplimiento de funciones

Según Cuevas (2011) afirma que “son aquellos aspectos que miden el conocimiento del puesto, la pericia en la ejecución de las tareas, experiencia y solvencia para ejecutar su trabajo”. (párr. 1)

Toma de decisiones

Según Salinas y Rodríguez (2011) afirma que “la toma de decisiones hace referencia a la capacidad cognitiva para elegir; lo que

involucra: análisis, categorización, juicios probabilísticos, construcción de alternativas y decisión”. (p.1)

Resolución de problema

Según Arranz (2017) afirma que “la resolución de problemas es un procedimiento mecánico basado en asociaciones entre estímulos y respuestas”. (párr. 13)

Desafío

Según Raimundi, Molina, Gimenez y Minichiello (2014) afirma que “todo desafío constituye un reto, una prueba, un problema o un obstáculo en tanto implica superar o afrontar algo”. (p. 523)

1.3.2 Calidad de servicio

Definición

Según Fontalvo y Vergara (2010) señaló que es el grupo de caracteres propios de un bien o servicio que cubren las necesidades y perspectiva de los usuarios. No obstante diferentes escritores conceptualizan la palabra calidad desde distintos enfoques, en este sentido Juran, (1990) considera a la calidad como el acondicionamiento al uso, además lo fija como las propiedades de un producto o servicio que le suministran la capacidad de satisfacer los requerimientos de los usuarios (p.22).

Según Harrington y Harrington (como se citó en Fontalvo y Vergara, 2010, p. 23), definió las prestaciones, como una aportación al confort de los individuos y trabajo eficaz que nos brinda un recurso perceptible. Se define un medio de prestaciones como la creación de un recurso perceptible que concede comodidad a los usuarios. Por otra parte, una empresa de prestaciones se puede considerar como la que, dentro del efecto con la intervención de sus usuarios, se enfoca en realizar intercambios en favor de los que proveen datos o saberes a sus usuarios.

Según Setó (2004), mencionó que las organizaciones de prestaciones tendrán que ser aptas para brindar aspectos que apoyen a materializar su propuesta, componentes que posibiliten enseñar cual es la esencia y la índole de la prestación otorgada; ya que la prestación por sí misma se representa como imprecisa. La calidad es definida por las empresas industriales y las empresas de servicios, como una herramienta estratégica para poder perdurar en el mercado, y sobre todo en ambientes altamente competitivos. (p.6)

Miranda, Chamorro y Rubio (2007), explicó que para el cliente será más dificultoso medir la calidad de las prestaciones que de los bienes perceptibles; probablemente aquellos principios que se emplean para analizar la calidad de las prestaciones son más complicados de entender. Los clientes no solo estiman la última conclusión que obtienen, sino que además aprecian el procedimiento de ingreso de las prestaciones. Por tanto, en el análisis de la calidad de una prestación, solo los principios que verdaderamente sobresalen, son los que determinan los clientes. De esta manera una definición usual de la calidad de una prestación es la que determina como la prestación que da respuesta a necesidades de los usuarios, complaciendo sus expectativas. (p.241)

Procesos de Servicio

Para Fontalvo y Vergara (2010) en el momento que se evalúan las técnicas de prestaciones descubrimos que manifiestan un conjunto de características entre ellas se puede explicar: 1.Las prestaciones, como se mencionó, son impalpables; 2.Las prestaciones solo se brindan en una ocasión; 3. Las prestaciones se generan y usan de manera sincronizada; 4.En el procedimiento de brindar una prestación tiene un rol esencial el usuario; 5.Luego de ser brindada la prestación no se permite enmendar; 6.Para asegurar la índole de la prestación brindada se tiene que planear con anticipación; 7.Tienen que determinarse deberes concretos para complacer las propiedades y probabilidades de los usuarios; 8.El ofrecimiento del servicio es muy particular, en otras palabras, la índole casi

está especificada por una prestación que se brinda de forma particular.
(pp.23 – 24)

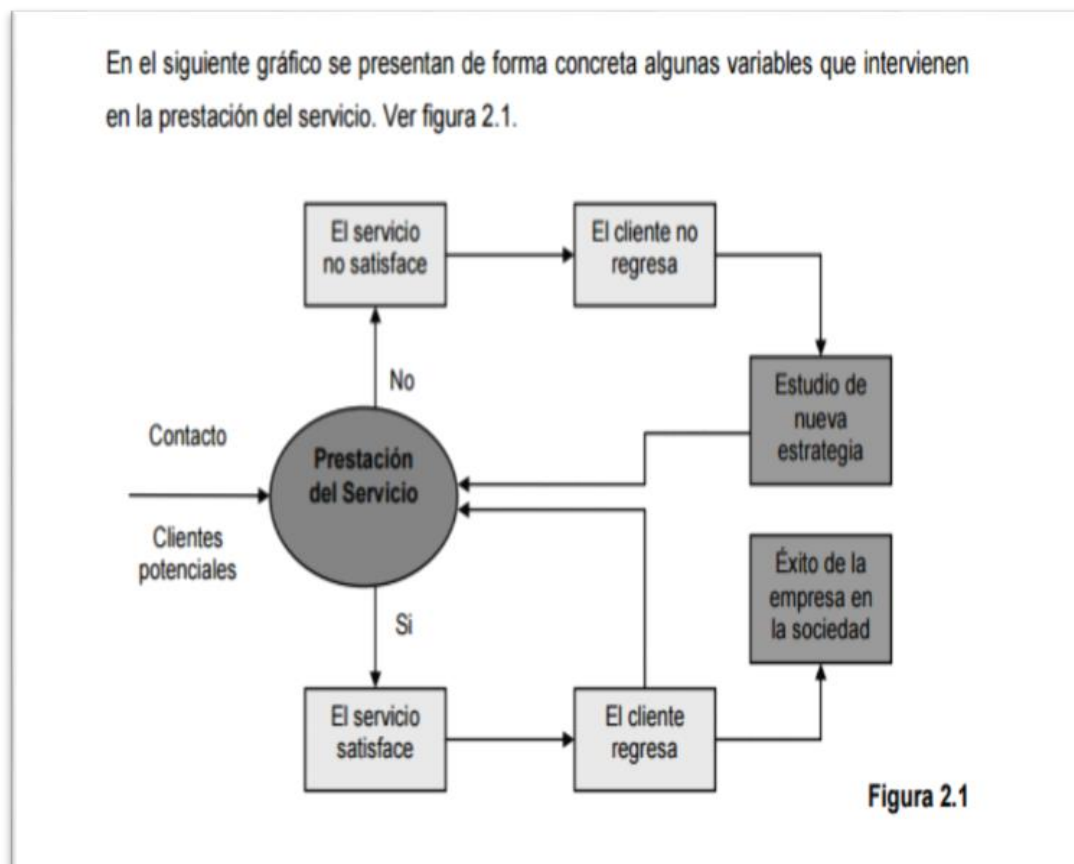


Figura 1. Variables que intervienen en la prestación del servicio. (Fontalvo y Vergara, p.24).

Según Fontalvo y Vergara (2010), la figura muestra que para una adecuada administración de la calidad (gestión de requerimientos y expectativas de los usuarios) en las organizaciones debe considerarse una interacción entre los requerimientos que reducen la posibilidad de generar servicios con desperfectos, no conforme con las demandas del usuario.
(p.26)

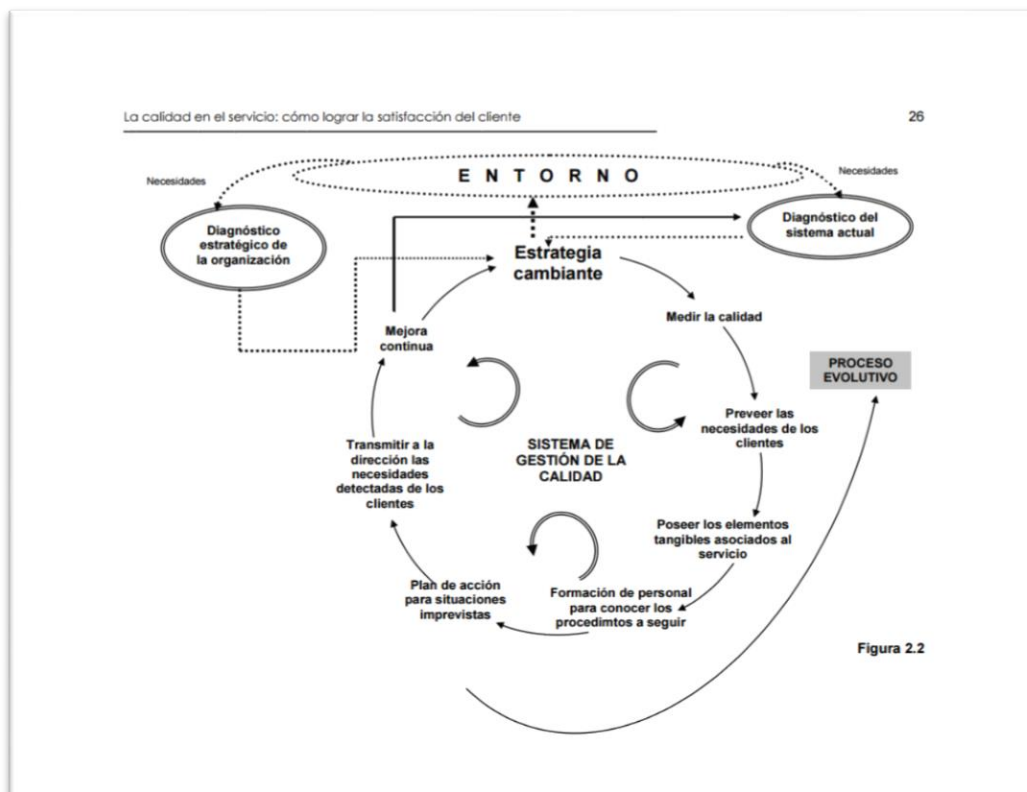


Figura 2. Mejoramiento continuo en la prestación del servicio. (Fontalvo y Vergara, 2010, p.26).

Según Fontalvo y Vergara (2010), determinó que si se desea conseguir la eficacia y eficiencia en la prestación brindada se tiene que evaluar la calidad antes de hacer transformaciones en la calidad en el servicio: cómo obtener la satisfacción del usuario en base de los requerimientos señalados y convenido con el usuario, es importante brindar el servicio con cortesía, atención y además de una excelente atención (p.29).

CRITERIOS	FORMAS DE MEDIDA
Prontitud en el servicio	Porcentaje de servicios con retrasos
Puntualidad en la entrega	Porcentaje de servicios impuntuales
Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio	Análisis comparativo del ciclo de tiempo del servicio con otras empresas.
Exactitud en el cumplimiento de los compromisos.	Número de clientes a los que se les genera incumplimiento. Porcentaje de clientes a los que se les genera incumplimiento
Cumplimiento de los requisitos del servicio adquirido.	Número de clientes a los que se les incumple en los requisitos. Número de quejas por incumplimiento en los requisitos Número de reclamos por incumplimiento en los requisitos
Relación Beneficio-costos	Análisis comparativo de los costos de distintas empresas que cumplen los mismos requisitos para un servicio específico.
Personal calificado para el servicio adquirido	Número de quejas del personal encargado que presta el servicio. Número de reclamos al personal encargado que presta el servicio
Cumplimiento de los plazos acordados	Número de contratos que incumplen los plazos acordados. Porcentaje de contratos que se incumplen
Amabilidad y buen trato en la prestación del servicio	Número de clientes insatisfechos con la atención prestada. Porcentaje de clientes insatisfechos con el servicio prestado
Servicio asociado a lo pactado	Número de clientes insatisfechos con el servicio pactado. Porcentaje de clientes insatisfechos con el servicio pactado

Figura 3. La aplicación de la retroalimentación. (Fontalvo y Vergara, 2010, p.29).

Factores de gestión de expectativas

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993), La administración de perspectivas se da siempre y cuando se identifiquen los aspectos que ayudan a su desarrollo y determinan los próximos factores subordinados:

- 1.Comunicación: Se refiere a costumbres, sugerencias y pensamientos de distintos usuarios. ¿Cuántas veces nos ocasiona interés un bien o servicio que nuestras amistades o familiares nos indican que es excelente?;
- 2.Requerimientos personales: ¿Qué prestación es la que verdaderamente requiere el usuario?;
- 3.Experiencias pasadas: las perspectivas de los usuarios se dan en función a los hechos pasados;
- 4.Experiencias antes de la prestación, aquí es imprescindible conseguir despertar la inclinación del

cliente, verificar si existen requerimientos o admitir rendimientos, fundamentos para después coger y realizar alguna resolución. (pp. 35 – 37)

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993), una de los factores de gestión de expectativas es la comunicación externa, considera como indicadores brindados por las organizaciones respecto a las prestaciones que éstas brindan, como modelo, la propaganda o el costo de la prestación. (pp. 35 – 37).

Teorías de la calidad de servicio

Según Gronroos:

Calidad de servicio está compuesta por dos elementos principales, la calidad técnica la cual está enfocada en lo que el usuario adopta; es decir la consecuencia del procedimiento. Y la segunda que es calidad funcional que se enfoca en la forma en que el servicio es brindado, es decir el instante en que el proceso es desarrollado (Grönroos, 1984, en Setó, 2004).

Según Parasuraman:

Setó (2004) menciona que la conceptualización de la calidad de servicio se basa en las expectativas y las percepciones que obtiene del servicio; tales como la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía. Es decir, los clientes confrontan aquellos elementos tangibles que ellos esperan o han percibido de aquel servicio obtenido, la cual deberá estar acompañado de la empatía. Así mismo se afirma que las expectativas de los clientes están compuestas de cuatro elementos tales como mensaje boca-oído, requisitos individuales, hechos pasados y mensaje externo.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), citado por Mendoza (2009) considera que el modelo americano Service Quality (SERVQUAL) es un instrumento desarrollado para medir la calidad del servicio que brindan las organizaciones a sus usuarios. Los investigadores definen cinco dimensiones para desarrollar dicho modelo:

1. Elementos tangibles

Referido al aspecto concreto, como; maquinaria, conexiones, trabajadores y elementos de notificación.

2. Fiabilidad

Determina la capacidad que posee la empresa para prestar el trabajo ofrecido de manera honesta, cuidadosa y precisa a sus clientes.

3. Capacidad de respuesta

Hace referencia a la disposición que tiene la organización en apoyar a los usuarios y de atenderles ágilmente.

4. Seguridad

Saberes del trabajo a otorgar y amabilidad que brindan los trabajadores, así como también la destreza para difundir seguridad y credibilidad a los clientes.

5. Empatía

Hace referencia a la muestra de interés y nivel de atención personalizada que brindan las organizaciones a sus clientes.

Dimensiones de la gestión de la Calidad

Las cinco magnitudes se desarrollaron en 22 ítems que se presentan a continuación como el prototipo SERVQUAL rectificado.

Dimensión 1 Elementos Tangibles

- ✓ La organización cuenta con maquinarias modernas.
- ✓ Las conexiones físicas de la organización son muy atractivas.
- ✓ Los trabajadores de la organización poseen un aspecto impecable.

- ✓ Los objetos físicos son atractivos.

Dimensión 2 Fiabilidad

- ✓ Cuando la organización ofrece realizar algo en un periodo corto hacer y lo cumple.
- ✓ Cuando un usuario tiene una duda la organización manifiesta un gran interés para darle solución.
- ✓ La organización ejecuta bien el trabajo en la primera ocasión.
- ✓ La organización termina el trabajo en el periodo acordado.
- ✓ La organización brinda su trabajo sin cometer errores.

Según Duque (2005) afirma que:

Es la habilidad que debe poseer la organización que brinda la prestación para mostrarlo de forma segura, confiable y conservada. Al interior de la definición de fiabilidad están todos los componentes que posibilitan al usuario a descubrir la habilidad y saberes profesionales de la organización, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento. (p.6)

Dimensión 3 Capacidad de Respuesta

- ✓ Los trabajadores informan a los usuarios cuando terminará la elaboración de su trabajo.
- ✓ Los trabajadores de la organización brindan un trabajo eficaz a sus usuarios.
- ✓ Los trabajadores de la organización están predispuestos a apoyar a sus usuarios.
- ✓ Los trabajadores no se encuentran atareados para brindar ayuda a los clientes.

Según Duque (2005) afirma que:

Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo.(p.6)

Dimensión 4 Seguridad

- ✓ La conducta de los trabajadores de la organización transmite tranquilidad da sus usuarios.
- ✓ Los usuarios se sienten tranquilos en sus negocios con la organización.
- ✓ Los trabajadores de la organización siempre son cordiales con los usuarios.
- ✓ Los trabajadores cuentan con saberes necesarios para contestar las dudas de los usuarios.

Dimensión 5 Empatía

- ✓ La organización empresa brinda a sus usuarios una atención personalizada.
- ✓ La organización cuenta con horarios de labores flexibles para todos los usuarios.
- ✓ La organización cuenta con trabajadores que brindan una atención individualizada a sus usuarios.
- ✓ La organización vela por las necesidades de sus usuarios.
- ✓ La organización entiende los requerimientos de sus usuarios.

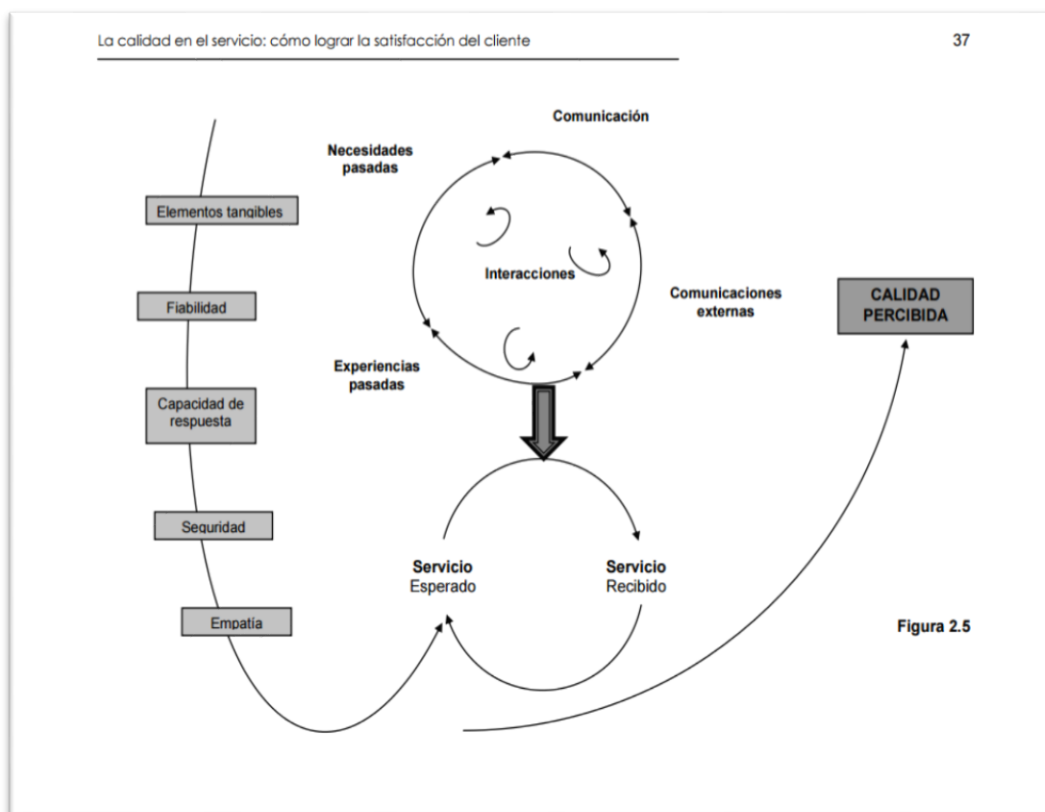


Figura 4. Modelo para evaluar la calidad en el servicio. (Fontalvo y Vergara, 2010, p.37).

Indicadores de Calidad de servicio.

Información completa

Según Goñis (2000) afirma que:

La información es el significado que otorga las personas a las cosas. Los datos se perciben mediante los sentidos, estos los integran y generan la información necesaria para el conocimiento quien permite tomar decisiones para realizar las acciones cotidianas que aseguran la existencia social". (p.203)

Servicio personal

Según Pontificia Universidad Javeriana (2010) afirma que:

Se denomina prestación personal a toda tarea, ocupación o función prestada especialmente por un individuo natural, que se precisa en, un compromiso de realizar, sin dar importancia al elemento tangible

o teórico, y que ocasiona una contraprestación en efectivo, en género, indistintamente de su calificación forma de retribución.

Experiencia

Según Real Academia Español (2017) lo define como “práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo”. (p. 1)

Atención rápida

Según Estrada (2011) afirma que “es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes/público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial”. (p.11)

Comunicación efectiva

Según Gonzáles (1997) afirma que “la comunicación es la esencia misma de la vida, a todos los niveles”. (p.14)

Satisfacción

Según Real Academia Española (2017) afirma que “razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria”. (p.1)

1.4. Formulación del problema

1.4.1 Problema general

¿Cómo el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017?

1.4.2 Problemas específicos

¿Cómo el empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017?

¿Cómo el empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Justificación teórica

En la investigación se pudo determinar que el empowerment es un elemento esencial en toda empresa que busca mejorar sus procesos administrativos, en el manejo de los recursos humanos y de las funciones asignadas, pues es una metodología que ayuda a la sociedad haciéndola más proactiva e integrada y ordenada, permitiendo que los colaboradores puedan tener las facultades necesarias para dar solución a problemas, así como se sientan motivados y comprometidos para con los clientes que requieren de una atención de calidad.

1.5.2. Justificación económica

La implementación del empowerment va a permitir reducir las actividades improductivas, pues los colaboradores estarán más capacitados para resolver situaciones que antes no estaban facultadas debido a que no contaban con las suficientes herramientas para realizar de forma adecuada y eficiente sus actividades, así como ofrecer un mejor servicio. Por tanto ello va generar una mayor utilidad debido a que se minimizan los costos y se hace más productiva las labores.

1.5.3. Justificación de pertinencia

En la investigación se estableció como base del estudio el dar solución a la problemática como es la falta de facultades de parte de la empresa hacia los colaboradores pues estos no cuentan con todas las facultades para poder tomar decisiones y responsabilidades de las cuales requieren para dar respuesta efectiva a sus funciones y por tanto demostrar un mayor nivel de calidad en el servicio al cliente, lo cual es importante ya que el cliente de hoy es exigente. Por ello la necesidad de implementar el empowerment como filosofía para delegar responsabilidad a los colaboradores y puedan tomar las decisiones pertinentes que correspondan a sus labores.

1.6. Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

El empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

1.6.2 Hipótesis específicas

El empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

El empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

1.7. Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Determinar si el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

1.7.2 Objetivos específicos

Determinar si el empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

Determinar si el empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

II. MÉTODO

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

La presente investigación es de diseño no experimental - transversal, es decir no se realizará una manipulación deliberada de variables. Además será transversal, ya que sólo se realizará la recolección de datos en un solo momento.

El diseño no experimental, de tipo transversal. Toda vez que no se manipula ninguna de las dos variables y es transversal porque el trabajo se llevó a cabo en un solo periodo de tiempo (Hernández, Fernández y Baptista. 2014).

El tipo de investigación es descriptiva y explicativa.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010):

En los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (p. 92).

Según Valderrama (2010):

La investigación explicativa va más allá de la explicación de definiciones, fenómenos o del asentamiento entre ideas. Está enfocada a argumentar los orígenes de los sucesos sociales o físicos (p. 45).

2.2. Variables, operacionalización

Variable 1: Empowerment.

Según Chiavenato (2007) manifestó que:

La concepción básica de la representación de autoridad (empowerment) es proveer responsabilidad y requerimientos a toda la organización, para que

los individuos puedan lograr un verídico liderazgo adentro de su círculo de rivalidades, al mismo tiempo que apoyen a enfrentar los retos universales de ésta.

Variable 2: Calidad de servicio.

Según Fontalvo y Vergara (2010) señaló que:

Es el grupo de caracteres propios de un bien o servicio que cubren las necesidades y perspectiva de los usuarios (p.22)

Tabla 1. Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS		INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICION
					POCISIÓN	# ITEMS		
Empowerment	El propósito fundamental del facultamiento de autoridad (empowerment) es brindar responsabilidad y recursos a toda la organización, para que los individuos puedan adquirir un efectivo liderazgo dentro de su círculo de habilidades, al mismo tiempo que apoyen a enfrentar los retos universales de ésta. (Chiavenato, 2007, p.287).	La variable empowerment será medida a través de las dimensiones responsabilidad y liderazgo	Responsabilidad	Compromiso	1,2	2	Cuestionario tipo: Likert	Ordinal - Razón
				Cumplimiento de funciones	3,4	2		
			Liderazgo	Toma de decisiones	5,6	2		
				Resolución de problemas	7,8	2		
				Desafíos	9,10	2		

Calidad de servicio	Es el grupo de caracteres propios de un bien o servicio que cubren las necesidades y perspectiva de los usuarios (Fontalvo y Vergara ,2010,p.22)	La variable calidad de servicio será medida a través de las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta	Fiabilidad	Información completa	1,2	2	Cuestionario tipo: Likert
				Servicio personal	3,4	2	
				Experiencia	5,6	2	
			Capacidad de respuesta	Atención rápida	7,8	2	
				Comunicación efectiva	9,10	2	
				Satisfacción	11,12	2	

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población y muestra

Población

La población está conformada por los 165 colaboradores del segmento de la Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima.

Muestra

Hernández, Fernández, y Baptista (2010). “Es en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p.150). La muestra es de 116 colaboradores del segmento de la Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima.

Muestreo: Muestreo Probabilístico.

La técnica para escoger los elementos muestrales será el aleatorio simple.

Según Valderrama (2013), “Es un subconjunto representativo de un universo o población. Es representativo, porque refleja finalmente las características de la población cuando se aplica la técnica adecuada de muestreo de la cual procede [...]” (p.14).

Se tiene una población infinita:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra = ¿?

N: Tamaño de la población =165

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%, z=1.96

P: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa calcular, = 0.5

Q: 0.5

d: 0.05

Reemplazando en la fórmula:

$$= \frac{(165)(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(165 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{158.47}{1.37}$$

$$n = 116$$

Aplicando en la fórmula se obtiene que la muestra determinada es de 116 colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas de recolección de datos

Para la elaboración de la investigación se estableció la aplicación de la técnica de la encuesta, el cual tiene como función la recolección de los datos, los datos que se analizarán son de las variables de estudio los cuales son el empowerment y la calidad de servicio.

Instrumento de recolección de datos: El cuestionario

Dentro de la investigación la recolección de los datos se realiza por medio de la aplicación de un cuestionario. Es por ello que el cuestionario contará con 22 ítems los cuales se formularon bajo los indicadores extraídos de las dimensiones y manteniendo un cuestionario de tipo Likert para el recojo de la información. Se hizo una revisión más profunda con la ayuda del asesor por lo tanto se modificó algunos ítems del cuestionario.

Validez

Según Valderrama (2015), la validez de criterio “es una medida en que una prueba está relacionada con algún criterio. Es de suponer que el criterio con el

que se compara tiene un valor intrínseco como medida de algún rasgo o característica” (p. 214).

El instrumento estuvo sometido al juicio y revisión de tres jueces expertos en el tema de investigación, siendo evaluado y modificado pertinentemente con el objetivo de establecer una adecuada presentación de los Ítems, los expertos a cargo de la evaluación son:

Dr. Rodríguez Figueroa Jorge

Dr. Costilla Castillo Pedro

Lic. Alama Sono Esterfilia

Los expertos aprobaron la validez del cuestionario a realizar indicando que existe suficiencia en las preguntas planteadas

Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se llevó a cabo a través de la prueba estadística Alpha de Cronbach, el cual estará basado en el número de preguntas en su totalidad. Según Pino (2007), sugiere las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de Alfa de Cronbach.

Tabla 2. Coeficientes de Alfa de Cronbach

Coeficiente	Nivel
Coeficiente alfa > .9	Excelente
Coeficiente alfa >.8	Bueno
Coeficiente alfa >.7	Aceptable
Coeficiente alfa >.6	Cuestionable
Coeficiente alfa >.5	Pobre
Coeficiente alfa <.5	Inaceptable

Tabla 3. Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	116	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	116	100,0

Tabla 4. Estadística de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,759	22

Se observa un Alpha de Cronbach de 0.759, y según Pino (2007) señala que el coeficiente alfa mayor a 0.7 es aceptable, por lo cual se establece que el instrumento es 75.9% confiable. La confiabilidad se obtuvo ingresando los 22 ítems al programa estadístico SPSS para luego procesarlo y aplicar la prueba estadística.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para la recolección de datos, primeramente se procederá a aplicar las encuestas a la muestra establecida, luego de ello los resultados se pasaran a una base de datos para posteriormente ingresarlos al SPSS versión 23 y aplicar la estadística descriptiva expresada en tablas y la estadística inferencial, donde se emplea la prueba correlación de Pearson para la validez de las hipótesis.

2.6 Aspectos éticos

En la investigación se establecieron normas académicas por las cuales se guio la redacción y el formato de la investigación, también se mantuvo con estricta seriedad y responsabilidad la información que se recolectó, así como se respetó la información que se obtuvo el cual se empleó solo con fines académicos.

III. RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

Variable Empowerment

Tabla 5. Distribución de frecuencias del empowerment en colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	6,0	6,0	6,0
	MEDIO	90	77,6	77,6	83,6
	ALTO	19	16,4	16,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Interpretación: Del total de colaboradores encuestados, el 77.59% consideran que el empowerment se genera en un nivel medio, así mismo un 16.38% consideran que el nivel del empowerment se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 6.03% señalo que el nivel es bajo.

Empowerment por dimensiones

Tabla 6. Distribución de frecuencias de la responsabilidad en colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	6,0	6,0	6,0
	MEDIO	77	66,4	66,4	72,4
	ALTO	32	27,6	27,6	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Interpretación: Del total de colaboradores encuestados, el 66.38% consideran que la responsabilidad se genera en un nivel medio, así mismo un 27.59% consideran que el nivel de responsabilidad se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 6.03% señalo que el nivel es bajo.

Tabla 7. Distribución de frecuencias del liderazgo en colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	5,2	5,2	5,2
	MEDIO	79	68,1	68,1	73,3
	ALTO	31	26,7	26,7	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Interpretación: Del total de colaboradores encuestados, el 68.10% consideran que el liderazgo se genera en un nivel medio, así mismo un 26.72% consideran que el nivel de liderazgo se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 5.17% señalo que el nivel es bajo.

Variable Calidad de servicio

Tabla 8. Distribución de frecuencias de calidad de servicio de colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	12	10,3	10,3	10,3
	MEDIO	76	65,5	65,5	75,9
	ALTO	28	24,1	24,1	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Interpretación: Del total de colaboradores encuestados, el 65.52% consideran que la calidad de servicio se genera en un nivel medio, así mismo un 24.14% consideran que el nivel de calidad se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 10.34% señalo que el nivel es bajo.

Calidad de servicio por dimensiones

Tabla 9. Distribución de frecuencias de la fiabilidad de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	11	9,5	9,5	9,5
	MEDIO	80	69,0	69,0	78,4
	ALTO	25	21,6	21,6	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Interpretación: Del total de colaboradores encuestados, el 68.97% consideran que la fiabilidad se genera en un nivel medio, así mismo un 21.55% consideran que el nivel de la fiabilidad se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 9.48% señalo que el nivel es bajo.

Tabla 10. Distribución de frecuencias de la capacidad de respuesta de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	26	22,4	22,4	22,4
	MEDIO	57	49,1	49,1	71,6
	ALTO	33	28,4	28,4	100,0
	Total	116	100,0	100,0	

Interpretación: Del total de colaboradores encuestados, el 49.14% consideraron que la capacidad de respuesta se genera en un nivel medio, así mismo un 28.45% consideraron que el nivel de la capacidad de respuesta se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 22.41% señalo que el nivel es bajo.

3.2. Resultados inferenciales

Empowerment y Calidad de servicio.

H0. El empowerment no influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

H1. El empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

Tabla 11. Tabla cruzada de Empowerment y Calidad de servicio.

Recuento		Calidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Empowerment	Bajo	6	0	1	7
	Medio	6	76	8	90
	Alto	0	0	19	19
Total		12	76	28	116

Tabla 12. Coeficiente de correlación de Pearson

Coeficiente de r de Pearson	Nivel de correlación
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva débil
+0.25	Correlación positiva media
+0.50	Correlación positiva considerable
+0.75	Correlación positiva muy débil
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández et al. (2010)

Tabla 13. Prueba de correlación de Pearson entre el empowerment y calidad de servicio de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Correlaciones	
		Empowerment	Calidad
Empowerment	Correlación de Pearson	1	,730**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	116	116
Calidad	Correlación de Pearson	,730**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	116	116

Interpretación:

Los resultados de la tabla 13, en la prueba de correlación de Pearson se obtiene un $p=0,000 < 0.05$ entonces rechazamos la H_0 y concluimos que el empowerment influye la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

Empowerment y Fiabilidad.

H_0 . El empowerment no influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

H_1 . El empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

Tabla 14. Tabla cruzada de Empowerment y Fiabilidad.

Recuento		Fiabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Empowerment	Bajo	4	2	1	7
	Medio	3	74	13	90
	Alto	4	4	11	19
Total		11	80	25	116

Tabla 15. Prueba de correlación de Pearson entre el empowerment y fiabilidad de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

		Correlaciones	
		Empowerment	Fiabilidad
Empowerment	Correlación de Pearson	1	,701**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	116	116
Fiabilidad	Correlación de Pearson	,701**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	116	116

Interpretación: Los resultados de la tabla 15, en la prueba de correlación de Pearson se obtiene un $p=0,000 < 0.05$ entonces rechazamos la H_0 y concluimos que el empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

Empowerment y capacidad de respuesta.

H0. El empowerment no influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

H1. El empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

Tabla 16. Tabla cruzada de Empowerment y Capacidad de respuesta.

Recuento		Capacidad			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Empowerment	Bajo	4	2	1	7
	Medio	3	55	32	90
	Alto	19	0	0	19
Total		26	57	33	116

Tabla 17. Prueba de correlación de Pearson entre el empowerment y capacidad de respuesta de los colaboradores del BCP, Lima, año 2017.

Correlaciones			
		Empowerment	Capacidad
Empowerment	Correlación de Pearson	1	,712**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	116	116
Capacidad	Correlación de Pearson	,712**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	116	116

Interpretación: Los resultados de la tabla 17, en la prueba de correlación de Pearson se obtiene un $p=0,000 < 0.05$ entonces rechazamos la H_0 y concluimos que el empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.

IV. DISCUSIÓN

IV. DISCUSIÓN

4.1 Discusión por objetivos

El objetivo principal fue determinar si el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017, el cual fue alcanzado.

Así mismo la investigación tiene semejanza con la realizada por Rivera (2012), en su tesis “El Empowerment y su incidencia en la Calidad del Servicio de la empresa PAZVISEG CÍA LTDA. De la ciudad de Ambato”, que tuvo como objetivo general determinar los agentes que actúen en el erróneo empleo del Empowerment a la índole del servicio hacia el usuario en la organización PAZVISEG CÍA. LTDA. De la ciudad de Ambato.

4.2 Discusión por metodología

La tesis presentada es de tipo de descriptiva y explicativa ya que se buscó describir las variables y determinar si existe influencia del empowerment en la calidad de servicio de la Banca Exclusiva en contacto del BCP.

La muestra para el trabajo de investigación está conformada por 116 colaboradores, el tipo de muestreo que se realizó fue probabilístico mediante el método aleatorio simple.

Se aplicó la técnica de la encuesta usando el cuestionario de 22 preguntas como instrumento de recolección de datos.

De esta manera la investigación concuerda con Maza (2013) en su tesis “Evaluación de la calidad del servicio que se proporciona en una tienda departamental exclusiva a través del nivel de satisfacción de sus clientes” donde la investigación realizada tipo descriptivo basado en un caso de estudio y su diseño no experimental, de tipo transversal.

4.3 Discusión por resultados

La variable empowerment presentada en la tabla 5 indica que del total de colaboradores encuestados, el 77.59% consideran que el empowerment se genera en un nivel medio, así mismo un 16.38% consideran que el nivel del empowerment se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 6.03% señalo que el nivel es bajo.

La variable calidad de servicio presentada en la tabla 8 señala que del total de colaboradores encuestados, el 65.52% consideran que la calidad de servicio se genera en un nivel medio, así mismo un 24.14% consideran que el nivel de calidad se desarrolla en un nivel alto. Finalmente un 10.34% señalo que el nivel es bajo.

En la investigación de Malpartida (2016). "Empowerment y desempeño laboral en la tienda comercial rivera del distrito de Huánuco, 2016" también se obtuvieron los resultados con respecto a la variable empowerment, la data declara que el 55% de individuos encuestados considera que solo a veces es considerable la destreza cuando se deja cargos para asumir nuevos retos, entre tanto que el 45% opinó que siempre es imprescindible tener experiencia ya que son otras funciones y responsabilidades cuando se deja un cargo.

4.4 Discusión por conclusiones

El objetivo general fue determinar si el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017, el cual fue alcanzado ya que se observó en la prueba de Pearson un valor de 0.730 y así mismo un $p=0,000 < 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Conclusión que es similar con la obtenida por Ochoa (2011). "Impacto del proceso de implementación del Empowerment para la toma de decisiones. Caso de estudio: grupo DecoArte", donde determina que al implementar el empowerment de una manera segura es muy importante contar con el respaldo de los subordinantes o líderes; para obtener la aceptación del proyecto, ya que se

podrán tomar consideraciones de los cuales repercutirá en las necesidades de la empresa. Asimismo, para alcanzar transferir el empowerment en todos los niveles es considerable la elección de empleados claves quienes se transforman en capitanes de esta iniciativa entre sus grupos de tal manera que procedan como intermediarios de cambio para la producción de una instrucción organizacional fundamentada en el empowerment.

4.5 Discusión por teorías relacionadas

En la hipótesis específica 1 se determina que el empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017; ya que se observó en la prueba de Pearson un valor de 0.701, así como se obtuvo un $p = 0.001 < 0.05$. Según Duque (2005) dice que la fiabilidad es la habilidad que debe poseer la organización que brinda la prestación para mostrarlo de forma segura, confiable y conservada. Al interior de la definición de fiabilidad están todos los componentes que posibilitan al usuario a descubrir la habilidad y saberes profesionales de la organización, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento. (p.6)

En la hipótesis específica 2 se determina que el empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017; debido a que se observó en la prueba de Pearson un valor de 0.712; además se obtuvo un $p = 0.000 < 0.05$. Duque (2005) señala que la capacidad de respuesta es la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo. (p.6)

V. CONCLUSIONES

V. CONCLUSIÓN

1. Se concluye que el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017 ya que se observó en la prueba de Pearson un valor de 0.730 y así mismo un $p=0,000 < 0.05$ entonces rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.
2. El empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017, ello se evidencia en la prueba de Pearson un valor de 0.701, así como se obtuvo un $p= 0.001 < 0.05$, concluyendo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.
3. Se demuestra que el empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017, debido a que se observa en la prueba de Pearson un valor de 0.712; además se obtuvo un $p= 0.000 < 0.05$, determinando así que se acepte la hipótesis alternativa y se rechace la hipótesis nula.

VI. RECOMENDACIONES

VI. RECOMEDACIONES

1. Se recomienda al segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima generar un adecuado empowerment para poder brindar conocimientos a los colaboradores con la finalidad de tomar buenas decisiones logrando de esta manera beneficios positivos para la mejora de la empresa debido a que un alto porcentaje de ellos piensa que el nivel del empowerment en el segmento es de nivel medio ,asimismo también se recomienda manejar un buen liderazgo, determinando metas y objetivos, conjuntamente con la responsabilidad, cada trabajador debe tener el compromiso de ejecutar sus tareas delegadas.
2. El segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, debe ser capaz de brindar aspectos que ayuden a materializar su oferta, brindar calidad de servicio; es decir debe ser fiable cuando un cliente tiene algún problema deberá mostrar interés para solucionarlo, debe cumplir con el servicio pactado y sin errores desde el primer momento, se debe de poner mayor enfoque en mejorar la calidad de servicio a través del empowerment ya que los colaboradores del segmento creen que el nivel es medio pero un porcentaje considerable cree que es alto.
3. Se recomienda al segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP mejorar los recursos con los que cuentan los colaboradores del segmento debido a que podemos determinar por los resultados de la dimensión capacidad de respuesta que la percepción de dicha dimensión muestra un nivel alto y bajo con porcentajes , es por ello que se recomienda mejorar los recursos o brindar capacitaciones constantes que permitan a todos los colaboradores sentirse capacitados y preparados para atender a los clientes del segmento.

VII. REFERENCIAS

VII.REFERENCIAS

- Alles, M. (2002). *Dirección estratégica de recursos humanos. Gestión por competencias: El diccionario*. (2ª ed.). Argentina: Editorial Granica.
- Arranz, A. (20 de febrero de 2017). Resolución de problemas: ¿Estás preocupado por algo? Recuperado de <https://blog.cognifit.com/es/resolucion-de-problemas/>
- Carrera, D. (2015). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente del área de operaciones del Banco del Crédito del Perú – agencia real plaza de la ciudad de Trujillo 2014*. (Tesis de titulación). Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de: http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/1948/carrerachomba_dayely.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cuevas, C. (2 de abril de 2011). Desempeño y estándar: Conceptos. Recuperado de <http://psicologiayempresa.com/desempeno-y-estandar-conceptos.html>
- Chiavenato, I. (2007). *Comportamiento Organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones*. (2ª ed.). México: Mac Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión de Talento Humano*. (2ª ed.). México: Mac Graw Hill.
- Chigne, C. (2015). *Programa de capacitación, para mejorar la calidad de servicio en la empresa de transportes Emtrafesa S.A.C. – Agencia Trujillo: 2014*. (Tesis de titulación). Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de: http://dspace.unitru.edu.pe:8080/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/2044/chignebazan_cecilia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Duque, E. (enero, 2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de ciencias administrativas y sociales*. Recuperado de <http://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/30>

- Estrada, W. (2011). Servicio y atención al cliente Recuperado de <http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf>
- Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010). Gestión de la Calidad en los servicios. Recuperado de: http://managementensalud.com.ar/ebooks/La_Gestion_de_la_Calidad_en_los_Servicios_ISO9001-2008.pdf
- Franklin, E. (2009). *Organización de empresas*. (3ª ed.). México: Mac Graw Hill.
- Giraldo, S. (2012). *El empoderamiento como elemento generador de compromiso organizacional en los empleados de las empresas aseguradoras de la ciudad de Manizales*. (Tesis de Magister). Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/6917/1/7709506.2012.pdf>
- González, M. (1997). *La comunicación efectiva*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=zsRmkxpj0wsC&dq=%E2%80%99Clasificación+de+la+comunicación+efectiva,+a+todos+los+niveles%E2%80%99D&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Goñi, I. (2000). Algunas reflexiones sobre el concepto de información y sus implicaciones para el desarrollo de las ciencias de la información. Recuperado de http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol8_3_00/aci05300.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5º ed. México: McGraw. HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Juaneda, E. y González, L. (Enero, 2004) Definición antecedentes y consecuencias del compromiso organizativo. *Revista conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2234965.pdf>
- Malpartida, C. (2016). *Empowerment y desempeño laboral en la tienda comercial rivera del distrito de Huánuco, 2016*. (Tesis de titulación). Huánuco, Perú:

Universidad de Huánuco. Recuperado de.
<https://es.scribd.com/doc/316738874/TESIS-II-EMPOWERMENT-Y-EL-DESEMPEÑO-LABORAL-EN-LA-TIENDA-COMERCIAL-RIVERA-HUANUCO-2016>

Maza, B. (2013). *Evaluación de la calidad del servicio que se proporciona en una tienda departamental exclusiva a través del nivel de satisfacción de sus clientes*. (Tesis de titulación). México: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de:
<http://tesis.bnct.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/15258/Belinda%20Maza%202013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mendoza, J. (2009). Medición de la calidad del servicio. Recuperado de
<http://visionadministrativa.info/biblioteca/mercadeo/serviciocliente/MEDICION.pdf>

Miranda, F., Chamorro, A. y Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la Calidad*. Recuperado de
https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQQyQAbYC&pg=PA237&dq=calidad+de+servicios&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=calidad%20de%20servicios&f=false

Ortiz, L. (2015). *Propuesta de mejoras del servicio al cliente en las entidades financieras*. (Tesis de titulación). Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de:
<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13647/2/TRABAJO%20DE%20GRADO%20FINAL%20ORTIZ%20HERRERA%20LUZ%20AYDA.pdf>

Ochoa, M. (2011). *Impacto del proceso de implementación del Empowerment para la toma de decisiones. Caso de estudio: grupo DecoArte*. (Tesis de titulación de Maestría). Antigua Cuscatlán, San Salvador: Universidad Dr. José Matías Delgado. Recuperado de:
<http://ebquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/30/MPO/ADMASOI0001331.pdf>

- Parasuraman, A., Zeithaml y Berry, L. (1993). *Calidad Total en la gestión de los servicios*. Díaz de Santos, Madrid.
- Pascual, A. (2011). *San Benito y el Management*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=Ex76pytgg70C&pg=PA191&dq=empowerment+o+empoderamiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiT2Ifc29DPAhVFKCYKHU1BCWA4ChDoAQgZMAA#v=onepage&q=empowerment%20o%20empoderamiento&f=false>
- Pino, R. (2007). *Metodología de la Investigación*. (5a.ed.) Lima Editorial San Marcos.
- Pontificia Universidad Javeriana (2010). Servicio personal. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/dir-financiera/definiciones-tributarias>
- Raimundi, M., Molina, M., Gimenez, M. y Minichiello, C. (12 de julio de 2014). ¿Qué es un desafío? Estudio cualitativo de su significado subjetivo en adolescentes de Buenos Aires. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/773/77331488001.pdf>
- Real Academia Española. (2017). Definiciones de términos. Recuperado de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=experiencia>
- Requejo, F. (2013). *Uso de e-learning para integrar en el Empowerment a los recursos humanos de la empresa financiera Mibanco del distrito de Jaén*. (Tesis de titulación). Tarapoto, Perú: Universidad Nacional de San Martín. Recuperado de: <http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/605/1/Freddy%20Omar%20Requejo%20Delgado.pdf>
- Rivera, J. (2012). *El Empowerment y su incidencia en la Calidad del Servicio de la empresa PAZVISEG CÍA LTDA. de la ciudad de Ambato*. (Tesis de titulación). Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2236/1/613%20ING.pdf>

- San Saturnino, N. y Goicoechea, J. (septiembre-diciembre, 2013). *Revista de Educación N° 362. Liderazgo transformacional. Empoderamiento y aprendizaje: un estudio en Ciclos Formativos de Grado Superior*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=A3P2CQAAQBAJ&pg=PA595&dq=empowerment+o+empoderamiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjjaqbTr2tDPAhXK4SYKHV0jCi0Q6AEIjAC#v=onepage&q=empowerment%20o%20empoderamiento&f=false>
- Salinas, M. y Rodríguez, H. (Octubre, 2011) Toma de decisiones. *Revista devalsimweb*. Recuperado de http://dearade.udea.edu.co/aula/pluginfile.php/1150/mod_resource/content/1/Competencia_Toma_de_Decisiones.pdf
- Setó, D. (2004). *La calidad de Servicio a la fidelidad del cliente*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjX7fPe3NDPAhXKNiYKHS6yB-Q4FBD0AQgsMAM#v=onepage&q=calidad%20de%20servicios&f=false>
- Urbina, F. (2014). *Calidad del servicio que brindan los funcionarios de orientación al contribuyente de la intendencia regional la libertad – SUNAT Trujillo y su influencia en la satisfacción del usuario, en el periodo 2013*. (Tesis de titulación). Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de: http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/761/urbina_fernando.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Wilson, T. (2004). *Manual del Empowerment Como conseguir lo mejor de sus colaboradores*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=hGcff2WdPgWC&printsec=frontcover&dq=empowerment&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjB3J342tDPAhVG4yYKHYeIBkk4ChDoAQhDMAU#v=onepage&q=empowerment&f=false>

ANEXOS

ANEXO 1

Cuestionario

Influencia del empowerment en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017

Señor Trabajador sírvase responder el siguiente cuestionario en forma anónima

Marcando su respuesta, con 1 = Muy en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 De acuerdo, 5 = Muy de Acuerdo

N°	Preguntas	MD	ED	NAND	DA	MA
1	Me siento comprometido con la empresa con los incentivos que recibo por el logro de mi gestión.	1	2	3	4	5
2	Existe un ambiente de compromiso, apoyo e interés en mi entorno laboral.	1	2	3	4	5
3	El cumplimiento de mis funciones mejora a través del uso del empowerment.	1	2	3	4	5
4	Cuento con los recursos necesarios para el cumplimiento de mis funciones.	1	2	3	4	5
5	Considero que los procedimientos de la empresa impiden o retrasan la toma de decisiones en mi puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
6	Mis jefes inmediatos me respaldan en las decisiones tomadas en mi gestión con los clientes.	1	2	3	4	5
7	Me siento en la capacidad de brindar una solución pronta o inmediata ante un reclamo o solicitud del cliente.	1	2	3	4	5
8	Recibo apoyo de mis compañeros para solucionar algún problema que esté atravesando un cliente.	1	2	3	4	5
9	Me siento preparado para para cumplir o superar mis metas y asumir nuevas funciones.	1	2	3	4	5
10	Considero las actividades diarias de mi puesto de trabajo como una tarea retadora.	1	2	3	4	5
11	Considero que las respuestas que brindo a los clientes	1	2	3	4	5

	contienen información completa y concreta.					
12	Cuento con los conocimientos necesarios para brindar información acerca de los productos y servicios del banco.	1	2	3	4	5
13	Considero que la atención que se brinda en el segmento de Banca Exclusiva es realmente personalizada.	1	2	3	4	5
14	Los ejecutivos de la Banca Exclusiva muestran interés en absolver los problemas de sus clientes.	1	2	3	4	5
15	Considero que la experiencia de atención de los clientes de Banca Exclusiva es positiva y satisfactoria.	1	2	3	4	5
16	Existe buena disposición de los ejecutivos para atender a los clientes del segmento	1	2	3	4	5
17	Los tiempos de atención establecidos para cada proceso son los adecuados.	1	2	3	4	5
18	Cuento con las herramientas actualizadas y al alcance para brindar información inmediata ante alguna duda de los clientes.	1	2	3	4	5
19	Existe una comunicación efectiva en la atención brindada por los ejecutivos.	1	2	3	4	5
20	Se utiliza un lenguaje claro y entendible en cada interacción con los clientes.	1	2	3	4	5
21	El banco realiza un correcto seguimiento para medir la satisfacción de los clientes en base a la atención recibida.	1	2	3	4	5
22	La satisfacción de los clientes depende de la atención que recibe de los ejecutivos.	1	2	3	4	5

ANEXO 2

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

Yo, Antonio Díaz Saucedo, Docente de la EAP de Administración y Asesor de la Tesis de la estudiante: Rosa Silvia Amaro Adrián; titulada: “Influencia del empowerment en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017” constato que el índice de similitud es de 16% verificable en el reporte de originalidad del programa turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 05 de Julio del 2017

Dr. Antonio DÍAZ SAUCEDO
Docente Asesor de Inv. EAP de Administración

ANEXO 3. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo el empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017?</p> <p>¿Cómo el</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar si el empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar si el empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>El empowerment influye en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.</p> <p>Hipótesis específicos</p> <p>El empowerment influye en la fiabilidad hacia el cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.</p> <p>El</p>	Empowerment	<p>El propósito fundamental del facultamiento de autoridad (empowerment) es brindar responsabilidad y recursos a toda la organización, para que los individuos puedan adquirir un efectivo liderazgo dentro de su círculo de habilidades, al mismo tiempo que apoyen a enfrentar los retos universales de ésta. (Chiavenato,2007, p.287).</p>	<p>La variable empowerment será medida a través de las dimensiones responsabilidad y liderazgo</p>	<p>Compromiso</p> <p>Cumplimiento de funciones</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Resolución de problemas</p> <p>Desafíos</p>	<p>Tipo de investigación Investigación básica</p> <p>Método de investigación Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación Descriptivo explicativo</p> <p>Diseño de investigación No experimental-transversal</p> <p>Población 165 colaboradores del segmento de la Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima.</p> <p>Muestra 116 colaboradores del segmento de la Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima. Técnica La encuesta</p> <p>Instrumento</p>

<p>empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017?</p>	<p>en contacto del BCP, Lima, año 2017. Determinar si el empowerm ent influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.</p>	<p>empowerment influye en la capacidad de respuesta al cliente del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Lima, año 2017.</p>	<p>Calidad de servicio</p>	<p>Es el grupo de caracteres propios de un bien o servicio que cubren las necesidades y perspectiva de los usuarios (Fontalvo y Vergara ,2010,p.22)</p>	<p>La variable calidad de servicio será medida a través de las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1440 229 1653 304">Información completa</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1440 312 1653 584">Servicio personal</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1440 592 1653 647">Experiencia</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1440 655 1653 711">Atención rápida</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1440 719 1653 775">comunicación efectiva</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1440 783 1653 898">Satisfacción</td> </tr> </table>	Información completa	Servicio personal	Experiencia	Atención rápida	comunicación efectiva	Satisfacción	<p>El cuestionario</p> <p>Validez y confiabilidad Juicio de expertos Alpha de cronbach</p> <p>Método de análisis de datos</p> <p>Estadística descriptiva Estadística inferencial: Pearson</p>
Información completa													
Servicio personal													
Experiencia													
Atención rápida													
comunicación efectiva													
Satisfacción													

ANEXO 4. Base de datos

Visible: 10 de 10 variables										
	D1	D2	D3	D4	V1	V2	Empowerment	CALIDAD	FIABILIDAD	CAPACIDAD
85	19,0	27,0	18,0	22,0	27,0	40,0	2,00	2,00	2,00	3,00
86	20,0	25,0	17,0	23,0	24,0	39,0	2,00	2,00	2,00	3,00
87	18,0	28,0	19,0	24,0	25,0	38,0	2,00	2,00	2,00	3,00
88	20,0	23,0	15,0	25,0	28,0	37,0	2,00	2,00	2,00	3,00
89	18,0	24,0	16,0	26,0	26,0	44,0	2,00	3,00	2,00	3,00
90	20,0	28,0	28,0	27,0	23,0	45,0	1,00	3,00	3,00	3,00
91	17,0	29,0	29,0	28,0	34,0	47,0	2,00	3,00	3,00	3,00
92	16,0	30,0	30,0	29,0	36,0	48,0	2,00	3,00	3,00	3,00
93	19,0	25,0	25,0	30,0	32,0	49,0	2,00	3,00	3,00	3,00
94	19,0	23,0	23,0	22,0	30,0	56,0	2,00	3,00	3,00	3,00
95	20,0	22,0	22,0	26,0	36,0	55,0	2,00	3,00	3,00	3,00
96	20,0	28,0	28,0	23,0	37,0	54,0	2,00	3,00	3,00	3,00
97	18,0	25,0	25,0	24,0	25,0	53,0	2,00	3,00	3,00	3,00
98	18,0	26,0	26,0	6,0	38,0	52,0	3,00	3,00	3,00	1,00
99	16,0	27,0	27,0	7,0	39,0	51,0	3,00	3,00	3,00	1,00
100	16,0	28,0	28,0	6,0	40,0	50,0	3,00	3,00	3,00	1,00
101	17,0	29,0	29,0	8,0	41,0	49,0	3,00	3,00	3,00	1,00
102	17,0	30,0	30,0	9,0	42,0	48,0	3,00	3,00	3,00	1,00
103	18,0	30,0	9,0	9,0	50,0	47,0	3,00	3,00	1,00	1,00
104	19,0	22,0	22,0	10,0	49,0	46,0	3,00	3,00	3,00	1,00
105	20,0	23,0	23,0	11,0	48,0	45,0	3,00	3,00	3,00	1,00
106	20,0	25,0	25,0	12,0	47,0	44,0	3,00	3,00	3,00	1,00
107	18,0	24,0	24,0	13,0	46,0	50,0	3,00	3,00	3,00	1,00
108	18,0	17,0	17,0	10,0	45,0	51,0	3,00	3,00	2,00	1,00
109	20,0	23,0	23,0	11,0	44,0	52,0	3,00	3,00	3,00	1,00
110	16,0	9,0	9,0	7,0	43,0	53,0	3,00	3,00	1,00	1,00
111	16,0	20,0	20,0	8,0	42,0	56,0	3,00	3,00	2,00	1,00
112	9,0	14,0	14,0	11,0	41,0	58,0	3,00	3,00	2,00	1,00
113	16,0	10,0	10,0	12,0	40,0	59,0	3,00	3,00	1,00	1,00
114	6,0	14,0	14,0	13,0	39,0	60,0	3,00	3,00	2,00	1,00
115	5,0	22,0	22,0	10,0	38,0	60,0	3,00	3,00	3,00	1,00
116	4,0	9,0	6,0	11,0	45,0	57,0	3,00	3,00	1,00	1,00
117										
118										
119										

Vista de datos Vista de variables

ROSA AMARO (VARIABLES) DATA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	D1	Numérico	12	1		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
2	D2	Numérico	12	1		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
3	D3	Numérico	12	1		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
4	D4	Numérico	12	1		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
5	V1	Numérico	12	1		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
6	V2	Numérico	12	1		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
7	Empowerment	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	13	Derecha	Nominal	Entrada
8	CALIDAD	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
9	FIABILIDAD	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
10	CAPACIDAD	Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entr...
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Casos: 100 Unicode ON 06:43 p.m.

ANEXO 5. Resultados de Turnitin

Visualizador de Documentos de Turnitin - Google Chrome

Es seguro | <https://www.turnitin.com/dv?s=1&o=828382630&u=1051161585&lang=es&>

Probar el nuevo Feedback Studio

TESISIII TESISIII para el: 31-Dic-2017

Roadmap Trabajo 3 de 12

Originality GradeMark PeerMark

Influencia del empowerment en la calidad de servicio del segmento de

turnitin 16% SIMILAR -- DE 0

RESUMEN DE COINCIDENCIAS

Nº	Fuente	Porcentaje
1	Entregado a Universidad... Trabajo de estudiante	10%
2	repositorio.uta.edu.ec fuente de Internet	2%
3	www.scribd.com fuente de Internet	1%
4	www.bdigital.unal.edu.co fuente de Internet	1%
5	Entregado a Universidad... Trabajo de estudiante	1%
6	es.scribd.com fuente de Internet	1%
7	dspace.unitru.edu.pe:8... fuente de Internet	1%
8	alicia.concytec.gob.pe fuente de Internet	<1%
9	Entregado a Pontificia ... Trabajo de estudiante	<1%
10	Entregado a Universidad... Trabajo de estudiante	<1%
11	pt.scribd.com fuente de Internet	<1%

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Influencia del empowerment en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, Cercado de Lima, año 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA DE ADMINISTRACIÓN

AUTORA

AMARO ADRIÁN ROSA SILVIA

ASESOR

DÍAZ SAUCEDO ANTONIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

PÁGINA: 1 DE 67

Versión solo texto del ...

07:42 p.m.

ANEXO 6. VALIDEZ DE LOS CUESTIONARIOS



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPOWERMENT

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1 Responsabilidad ¿Se le motiva con premios al mejor trabajador para favorecer el compromiso con la empresa?	/		/		/		
2	¿Cree que a través del uso del empowerment mejora la eficiencia en sus funciones?	/		/		/		
3	¿Siente utilidad que lo capacitan constantemente para la mejora de su desempeño laboral?	/		/		/		
4	¿Cree que existe empoderamiento de la empresa frente a la calidad de atención que se les brinda a los clientes?	/		/		/		
5	¿Mantiene una actitud positiva frente a las dificultades del trabajo en equipo promovido por un clima laboral adecuado?	/		/		/		
	DIMENSIÓN 2 Liderazgo	SI	No	SI	No	SI	No	
6	¿Realizas una adecuada toma de decisiones para resolver los problemas de los clientes?	/		/		/		
7	¿Se siente usted en la capacidad de brindar una solución pronta o inmediata ante un reclamo o solicitud del cliente?	/		/		/		
8	¿Se le brinda las herramientas necesarias para aumentar su nivel de desempeño en sus actividades?	/		/		/		
9	¿Se siente usted preparado para para cumplir y superar sus metas o asumir nuevas funciones?	/		/		/		
10	¿Se promueve su crecimiento profesional y participación activa dentro de la empresa?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mgr: Castilla Castillo, Pedro DNI: 09925834

Especialidad del validador: Dr. EN ADMINISTRACIÓN

15 de 11 del 2016

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPOWERMENT

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1 Responsabilidad								
1	¿Se le motiva con premios al mejor trabajador para favorecer el compromiso con la empresa?	✓		✓		✓		
2	¿Cree que a través del uso del empowerment mejora la eficiencia en sus funciones?	✓		✓		✓		
3	¿Siente usted que lo capacitan constantemente para la mejora de su desempeño laboral?	✓		✓		✓		
4	¿Cree que exista empoderamiento de la empresa frente a la calidad de atención que se les brinda a los clientes?	✓		✓		✓		
5	¿Mantiene una actitud positiva frente a las dificultades del trabajo en equipo promovido por un clima laboral adecuado?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 Liderazgo								
6	¿Realizas una adecuada toma de decisiones para resolver los problemas de los clientes?	SI	No	SI	No	SI	No	
7	¿Se siente usted en la capacidad de brindar una solución pronta o inmediata ante un reclamo o solicitud del cliente?	✓		✓		✓		
8	¿Se le brinda las herramientas necesarias para aumentar su nivel de desempeño en sus actividades?	✓		✓		✓		
9	¿Se siente usted preparado para para cumplir y superar sus metas o asumir nuevas funciones?	✓		✓		✓		
10	¿Se promueve su crecimiento profesional y participación activa dentro de la empresa?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mgr: Esferilia Alamo Somo DNI: 06730732

Especialidad del validador: Docente Universitario - Investigador

05 de Dic del 2016

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados


 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EMPOWERMENT

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1 Responsabilidad								
1	¿Se le motiva con premios al mejor trabajador para favorecer el compromiso con la empresa?	/		/		/		
2	¿Cree que a través del uso del empowerment mejora la eficiencia en sus funciones?	/		/		/		
3	¿Siente usted que lo capacitan consistentemente para la mejora de su desempeño laboral?	/		/		/		
4	¿Cree que existe empoderamiento de la empresa frente a la calidad de atención que se les brinda a los clientes?	/		/		/		
5	¿Mantiene una actitud positiva frente a las dificultades del trabajo en equipo promovido por un clima laboral adecuado?	/		/		/		
DIMENSIÓN 2 Liderazgo								
6	¿Realiza una adecuada toma de decisiones para resolver los problemas de los clientes?	/		/		/		
7	¿Se siente usted en la capacidad de brindar una solución pronta o inmediata ante un reclamo o solicitud del cliente?	/		/		/		
8	¿Se le brinda las herramientas necesarias para aumentar su nivel de desempeño en sus actividades?	/		/		/		
9	¿Se sienta usted preparado para para cumplir y superar sus metas o asumir nuevas funciones?	/		/		/		
10	¿Se promueve su crecimiento profesional y participación activa dentro de la empresa?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Dr. Rodríguez Figueroa Jorge DNI: 10729462

Especialidad del validador: Administrador

15 de Junio del 2016

 DR. ROBERTO FIGUEROA JORDAN
 ADMINISTRADOR
 CLAP 3363

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1 Fiabilidad ¿Las herramientas que le brinda la empresa son suficientes para atender las consultas y requerimientos con rapidez? ¿Se otorga al cliente toda la información necesaria para cubrir sus interrogantes?	/		/		/		
3	¿La capacitación que le brindan sus superiores le ayuda a brindar una información más completa a los clientes? ¿Tiene un trato personalizado en la atención de las llamadas y correos?	/		/		/		
5	¿Cree que la atención brindada genera una buena experiencia en el cliente?	/		/		/		
6	DIMENSION 2 Capacidad de respuesta ¿Cuenta con los recursos suficientes para brindar una atención rápida ante las consultas y solicitudes de los clientes? ¿Genera confianza en los clientes brindándole soluciones rápidas y acertadas?	SI	No	SI	No	SI	No	
8	¿Considera que las respuestas que brinda a los clientes les generan bienestar?	/		/		/		
9	¿Brinda información adicional a la que el cliente solicita en las llamadas o correos?	/		/		/		
10	¿Cree usted que la satisfacción del cliente depende de la atención que usted le brinda?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Rodríguez Figueroa Jorge DNI: 10729462

Especialidad del validador: Administrador

15 de Julio del 2016

 DE RODRIGUEZ FIGUEROA JORGE
 ADMINISTRADOR (CNP 330)

Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CALIDAD DE SERVICIO

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1 Fiabilidad								
1	¿Las herramientas que le brinda la empresa son suficientes para atender las consultas y requerimientos con rapidez?	✓		✓		✓		
2	¿Se otorga al cliente toda la información necesaria para cubrir sus interrogantes?	✓		✓		✓		
3	¿La capacitación que le brindan sus superiores le ayuda a brindar una información más completa a los clientes?	✓		✓		✓		
4	¿Tiene un trato personalizado en la atención de las llamadas y correos?	✓		✓		✓		
5	¿Cree que la atención brindada genera una buena experiencia en el cliente?	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2 Capacidad de respuesta								
6	¿Cuenta con los recursos suficientes para brindar una atención rápida ante las consultas y solicitudes de los clientes?	✓		✓		✓		
7	¿Genera confianza en los clientes brindándole soluciones rápidas y acertadas?	✓		✓		✓		
8	¿Considera que las respuestas que brinda a los clientes les generan bienestar?	✓		✓		✓		
9	¿Brinda información adicional a la que el cliente solicita en las llamadas o correos?	✓		✓		✓		
10	¿Cree usted que la satisfacción del cliente depende de la atención que usted le brinda?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable después de corregir No aplicable []
 Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mgr: Costita Castillo Pedro DNI: 099.25.834.

Especialidad del validador: Dr. en Administración.
de..... del 2016.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

de..... del 2016.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE CALIDAD DE SERVICIO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Superencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1 Fiabilidad ¿Las herramientas que le brinda la empresa son suficientes para atender las consultas y requerimientos con rapidez?	/		/		/		
2	¿Se otorga al cliente toda la información necesaria para cubrir sus interrogantes?	/		/		/		
3	¿La capacitación que le brindan sus superiores le ayuda a brindar una información más completa a los clientes?	/		/		/		
4	¿Tiene un trato personalizado en la atención de las llamadas y correos?	/		/		/		
5	¿Cree que la atención brindada genera una buena experiencia en el cliente?	/		/		/		
	DIMENSIÓN 2 Capacidad de respuesta	SI	No	SI	No	SI	No	
6	¿Cuenta con los recursos suficientes para brindar una atención rápida ante las consultas y solicitudes de los clientes?	/		/		/		
7	¿Genera confianza en los clientes brindándole soluciones rápidas y acertadas?	/		/		/		
8	¿Considera que las respuestas que brinda a los clientes les generan bienestar?	/		/		/		
9	¿Brinda información adicional a la que el cliente solicita en las llamadas o correos?	/		/		/		
10	¿Cree usted que la satisfacción del cliente depende de la atención que usted le brinda?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable después de corregir No aplicable []
 Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Estefanía Alamo Sono DNI: 06770932
 Especialidad del validador: Docente universitario - Instructivo

... de ... del 2016

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.