



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Empowerment y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo
Bruild S.A.C., Lima, año 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Nohomi Katherin Alarcón Caballero (ORCID: 0000-0002-0956-3817)

ASESOR:

Dr. Dávila Arenaza Víctor Demetrio (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019


DEDICATORIA

A Dios: Gracias infinitamente por la salud y vida, por bendecirme con una familia extraordinaria y unida. A mi abuela: Santusa por inspirarme a encontrar las fuerzas necesarias para cumplir mis metas. A mis Padres: Armando y Ana por el mejor ejemplo para mi vida. A mis hermanos: Leandro, Angé y José; porque son el motor principal para lograr lo que me propongo. A mi novio: Luis Miguel Albarrán por ser mi guía y apoyarme en todo momento. A mis padrinos: Gracias infinitamente Luzmila y Vidal por darme los mejores consejos tanto personal como profesional. A mis jefes: Bruno e Ilda, por apoyarme cuando más lo necesitaba.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Dr. Dávila Arenaza Víctor Demetrio, asesor de esta tesis, a mis estimados profesores al Mg. Casma Zarate Carlos Antonio, Dra. Petronila Liliana Mairena Fox y Mg. Flores Lizaraso Giovana Bery por todo el período de enseñanza que me brindaron, así como la motivación a través de sugerencias y recomendaciones. A la Universidad Cesar Vallejo, en exclusiva a la Facultad de Ciencias Empresariales, por la oportunidad de cumplir mis estudios profesionales de pregrado. A todas las personas y la empresa que apoyaron para lograr la elaboración de esta investigación.

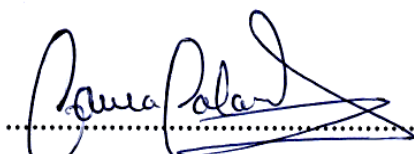
PÁGINA DEL JURADO

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por don(ña) ALARCÓN CABALLERO NOMMI KATHERINA cuyo título es: "EMPOWERMENT Y CALIDAD DEL SERVICIO EN EL AREA DE VENTAS DEL GRUPO BRUIID SAC, LIMA, AÑO 2019"

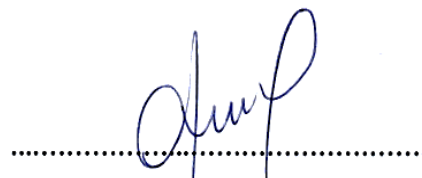
Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 (número) diez y siete (letras).

Los Olivos, 09 de julio de 2019



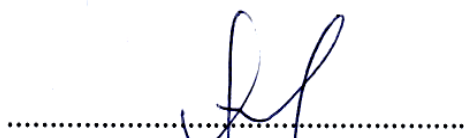
Dr. Carlos Alberto Garcia Palacios

PRESIDENTE



Mgtr. Giancarlo Mariano Mancarella Valladares

SECRETARIO



Dr. Víctor Demetrio Davila Arenaza

VOCAL



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Alarcón Caballero Nohomi Katherin con DNI N° 75620965, 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 Académico Profesional De Administración, 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 presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 09 de Julio del 2019



ALARCÓN CABALLERO NOHOMI KATHERIN



ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	11
2.1 Tipo y diseño de investigación	11
2.2 Operacionalización de variables	12
2.3 Población, muestra y muestreo	17
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
2.5 Procedimiento	18
2.6 Método de análisis de datos	19
2.7 Aspectos éticos	19
III. RESULTADOS	20
IV. DISCUSIÓN	26
V. CONCLUSIONES	31
VI. RECOMENDACIONES	32
Referencias	33
Anexos	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01.	Validación de expertos	18
Tabla 02.	Estadísticas de fiabilidad	18
Tabla 03.	Escala de medida para evaluar el coeficiente Alfa de Cronbach	18
Tabla 04.	Resumen de procesamiento de casos	18
Tabla 05.	Dimensión de delegación de autoridad	20
Tabla 06.	Dimensión de responsabilidad	20
Tabla 07.	Dimensión de autonomía	20
Tabla 08.	Dimensión de confiabilidad	21
Tabla 09.	Dimensión de tangibles	21
Tabla 10.	Dimensión de empatía	21
Tabla 11.	Dimensión de sensibilidad	22
Tabla 12.	Dimensión de seguridad	22
Tabla 13.	Rango de coeficiente	23
Tabla 14.	Regla de decisión	23
Tabla 15.	Coeficiente de correlación del empowerment y calidad del servicio	23
Tabla 16.	Coeficiente de correlación de la delegación y calidad del servicio	24
Tabla 17.	Coeficiente de correlación de responsabilidad y calidad del servicio	25
Tabla 18.	Coeficiente de correlación de la autonomía y calidad del servicio	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01. Dimensión de delegación de autoridad	20
Figura 02. Dimensión de responsabilidad	20
Figura 03. Dimensión de autonomía	20
Figura 04. Dimensión de confiabilidad	21
Figura 05. Dimensión de tangibles	21
Figura 06. Dimensión de empatía	21
Figura 07. Dimensión de sensibilidad	22
Figura 08. Dimensión de seguridad	22

RESUMEN

El objetivo de esta tesis ha sido determinar la relación del empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C. La teoría fue neoclásica pues según manifiestan que al investigar los diferentes tipos de empresas, los neoclásicos apoyan a la “descentralización”, en vista de los mejores efectos en las siguientes organizaciones en los veintes: Sloan y Mooney organizaron la General Motors (Jiménez, 2000, p. 53). Cáliz, Martínez, Vigier, y Núñez (Enero/junio, 2016). En su artículo “El rol del empowerment en el éxito empresarial”. El objetivo fue observar si el éxito empresarial puede ser expresado a partir del empowerment como herramienta de gestión. Clemente, J. (Octubre/diciembre, 2016). Atributos relevantes de la calidad en el servicio y su influencia en el comportamiento post-compra. El objetivo fue investigar las propiedades sobresalientes de la calidad en el servicio de las hamburgueserías en país estudiado y su influencia la conducta post-compra. Empowerment se basa en descender la toma de decisiones a los trabajadores para que estén más cerca a los sucesos de los clientes, proveedores, entre otros. Por ello, se le otorga delegación de autoridad, así mismo, no solo basta la responsabilidad por el cumplimiento de sus funciones, sino también que adquiera la autonomía (Alles, 2013, p. 173). La calidad del servicio es el punto clave al momento de que el cliente valora la atención del servicio donde se le otorga la confiabilidad, por ello, el servicio tangible que se ofrece debe ser único, así mismo, se tienen a los clientes complacidos, brindando la empatía y la sensibilidad (...) (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009, p.111). El tipo de investigación ha sido aplicada con un enfoque cuantitativo, nivel descriptiva-correlacional, diseño de investigación fue no experimental-corte transversal, después de haber procesado la información se obtuvo en el Rho de Spearman 0,650, con ello, se concluyó que existe relación positiva media entre ambas variables.

Palabras clave: Empowerment, calidad y servicio.

ABSTRACT

The objective of this thesis has been to determine the relationship between empowerment and the quality of service in the sales area of Grupo Bruild S.A.C. The theory was neoclassical because they say that when investigating different types of companies, neoclassicals support "decentralization", in view of the best effects in the following organizations in the twenties: Sloan and Mooney organized General Motors (Jiménez, 2000 , p.53). Cálix, Martínez, Vigier, and Núñez (January / June, 2016). In his article "The role of empowerment in business success". The objective was to observe if business success can be expressed through empowerment as a management tool. Clemente, J. (October / December, 2016). Relevant attributes of quality in the service and its influence on the post-purchase behavior. The objective was to investigate the outstanding properties of quality in the hamburger service in the studied country and its influence on the post-purchase behavior. Empowerment is based on lowering decision making to workers to be closer to the events of customers, suppliers, among others. For this reason, it is granted delegation of authority, likewise, not only the responsibility for the fulfillment of its functions is enough, but also that it acquires autonomy (Alles, 2013, p 173). The quality of the service is the key point at which the client values the attention of the service where reliability is granted, therefore, the tangible service that is offered must be unique, likewise, the clients are pleased, providing empathy and sensitivity (...) (Zeithaml, Bitner and Gremler, 2009, p.111). The type of research has been applied with a quantitative approach, descriptive-correlational level, research design was non-experimental-cross section, after having processed the information was obtained in the Spearman Rho 0.650, with this, it was concluded that there is a relationship positive mean between both variables.

Keywords: Empowerment, quality and service.

I. INTRODUCCIÓN

En un entorno económico globalizado y competitivo, las organizaciones son muy jerárquicas y verticales, sin embargo, los puestos de trabajo inferiores tienen acceso directo al cliente y son los más adecuados para dar una estrategia en cualquier rubro según corresponda, por consiguiente, cuando esto suceda los colaboradores tendrán una toma de decisión para la mejora, por ello, muchas organizaciones consideran y han implementado el empowerment en su empresa, ya que, brinda resultados de forma eficaz y efectiva liberando poder a sus trabajadores para la toma de decisiones en diversas organizaciones a nivel mundial, por lo tanto, el empowerment se denomina como una herramienta clave para el éxito de cualquier organización.

Actualmente, en algunas empresas la atención brindada al cliente no es la mejor por múltiples motivos, para ello, las compañías buscan la metodología adecuada para poder darle solución a estos inconvenientes que de no atenderse afectan directamente en el nivel de calidad de servicio de la empresa; las empresas exitosas y desarrolladas cuidan siempre hasta el mínimo detalle para generar un buen valor emocional al cliente pues entienden lo relevante de brindar al cliente satisfacción tanto en el momento de ofrecer y dar el servicio como en el producto que cualquier empresa ofrezca.

En el contexto nacional, empowerment está siendo muy reconocido por diversas empresas que apuestan por el cambio organizacional, para la mejora continua tanto del producto como del servicio, pues entendemos que el servicio es vital para asegurar que el cliente se mantenga con la entidad, por ello, los trabajadores deben aplicar todos sus conocimientos y habilidades para este propósito.

En cuanto, a la calidad del servicio podemos decir que muchas empresas plantean como parte importante de su filosofía organizacional, la excelencia en calidad del servicio pero pocas logran este objetivo, que plantearon como primordial, pues el servicio es igual de importante que el producto en sí, ya que, las personas buscan y prefieren sentirse bien al realizar sus actividades, para ello, busca el modo de lograr obtener esta sensación de comodidad, por ello, la calidad del servicio puede determinar si el consumidor adquirirá mi producto o el de la competencia, el cual en términos generales podría ser similar o casi idéntico, pero si la calidad de mi servicio es superior, esto cobraría especial relevancia a la hora de decidir por cual se inclinaría el consumidor en el momento de la compra y esa es la real importancia que significa para una empresa la calidad del servicio.

En la empresa Grupo Bruild S.A.C cuenta con 50 trabajadores, la capacidad en la toma de decisiones es deficiente, así mismo, no se da abasto para ejecutar, solucionar problemas y la carencia de facultar a los trabajadores correctamente, para ello, se requiere implementar el empowerment y a su vez investigar la relación con la variable calidad del servicio, para así proponer una mejora de gestión y lograr la excelencia en la calidad del servicio para la relevancia de la empresa con ello se incrementa de forma eficaz y eficiente las ventas.

La teoría neoclásica, se tiene en cuenta con las cinco funciones primordiales de la administración. Por tanto, se eligió la teoría neoclásica pues según manifiestan que al investigar los diferentes tipos de empresas, los neoclásicos apoyan la “descentralización”, en vista de los mejores efectos en las siguientes organizaciones en los veintes: Sloan y Mooney organizaron la General Motors (Jiménez, 2000, p. 53).

Cálix, Martínez, Vigier, y Núñez (Enero/junio, 2016). En su artículo científico el objetivo fue observar si el éxito empresarial puede ser expresado a partir del empowerment como una herramienta de gestión. Se concluyó que su permanencia y se constató que el empowerment fue una variable demostrativa del éxito empresarial, así mismo, se desarrolló la confiabilidad del instrumento, y por último se halló el coeficiente Alfa de Cronbach que fue de 0,89.

Hernández (2016). En su artículo científico tuvo como objetivo determinar una base teórica de gestión para la innovación en una institución educativa. Se concluyó que las alternativas de cambio fueron amplias, para ello, se generaron las conceptualizaciones de estrategias para la transformación educativa.

Guzmán, Pontes y Szufliita (2015). En su artículo científico tuvo objetivo determinar la relación entre empowerment y satisfacción laboral. Se concluyó que la correlación entre empowerment y la satisfacción laboral está potentemente relacionado de forma positiva, por consiguiente, se confirmó que en la hipótesis general cuando incremente la variable empowerment, aumentará la satisfacción laboral.

Castañeda, Orozco y Rincón (Junio, 2015). En su artículo científico el objetivo fue investigar el cuidado del humano, concentración u obstáculos desde la perspectiva de algunos tipos del Empowerment en la Unidades de Cuidado Crítico. Se concluyó que el empowerment como objeto fundamental enfrenta los obstáculos desde la identidad del rol

profesional, con un análisis que se obtuvo permite traspasar los obstáculos del cuidado en las Unidades de Cuidado Crítico.

Mulens, Consuegra, Castellanos, y Alonso (Enero, 2016). Este artículo científico tuvo como objetivo estandarizar los conceptos del empowerment. Se concluyó que cuando se efectúa el empowerment está busca y se acepta el cambio organizacional, de manera que, conforme las personas lo interioricen podrán obtener una mayor autonomía, por consiguiente, se va a mejorar y alcanzar su propósito.

Moreno (Febrero/mayo, 2014). El objetivo de este artículo de investigación fue examinar si el empowerment, el liderazgo y la innovación intervienen elocuentemente en los beneficios competitivos de las medianas empresas de servicios con el Municipio de Tecomán, Colima, México. Tuvo como conclusión una relación entre las variables, es decir, la variable independiente generará una ventaja competitiva frente al mercado.

Loli, Navarro, Carpio y Vergara (Junio/julio, 2016). Este artículo científico tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables tanto en organizaciones privadas como públicas de Lima. Finalmente, se concluyó que este estudio manifestó que existe una relación significativa entre ambas variables, en cuanto, a los empleados de organizaciones públicas y privadas de Lima, para ello, se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach que tuvo como resultado el 0.968.

Hullcapi, Mora y Bayas (Julio, 2017). En este artículo científico el objetivo fue identificar las principales deficiencias que afectan a la gestión de las principales PYMES del cantón Babahoyo. Se concluyó que el empowerment generó cambios organizacionales, y a su vez, nuevos aprendizajes con una actitud objetiva para un desarrollo de funciones en las empresas pequeñas y medianas.

Ríos, Téllez, y Ferrer (Noviembre/enero, 2010). En su artículo científico el objetivo fue determinar la relación que existen entre ambas variables: Compromiso y empowerment en la organización. Se concluyó que el compromiso es una variable primera a determinar para llevar a cabo el empowerment, no obstante, al observar cada una de las dimensiones se percibió de la variable compromiso organizacional tiene relevancia en sus respectivos cuatro dimensiones.

Carruyo, Ureña y Quiñones (Julio/octubre, 2016). El artículo científico tuvo como objetivo observar el empoderamiento digital como táctica de integración para la universidad, empresa y políticas públicas en el desarrollo del origen de una organización. Finalmente, se concluyó que existen debilidades en el empoderamiento digital, sin embargo, se identificaron

las fases de integración y actividades que promueva la sostenibilidad local.

Silva, Gandoy, Jara, y Pacenza (Julio/diciembre, 2015). Este artículo científico tuvo como objetivo determinar los niveles de comprensión de liderazgo y empoderamiento en el entorno de las prácticas analizadas en una universidad pública de Argentina. Se concluyó, que existe una asociación de los altos niveles de dimensiones de conocimiento del liderazgo entre los altos niveles de empoderamiento de los estudiantes en la universidad pública Argentina.

Román, Krikorian, Ruiz y Betancur (Abril/junio, 2016). El artículo científico tuvo como objetivo observar el efecto de las variables sobre las tácticas de facultar. Finalmente, se concluyó que ejercen una influencia indirecta positiva de las variables estudiadas sobre el comportamiento de los empoderados. Así mismo, el empowerment se muestra como medidor en la relación de dichas variables.

Vera y Espinosa (Julio/setiembre, 2014). Este artículo científico tuvo como objetivo determinar las propiedades que forman la calidad en el servicio y comprender su efecto hacia diferentes niveles de fidelidad del consumidor hacia la marca. Se concluyó que los atributos relevantes identificados fueron: Atención post-servicio y contratación (reputación de la aseguradora); respectivamente, tienen mayor influencia e importancia.

Coromoto y Del Valle (Julio/diciembre, 2016). En su artículo científico el objetivo fue identificar el procedimiento de los niveles de calidad del servicio según las percepciones de los usuarios en empresas de comida rápida aledañas al Municipio estudiado. Por último, se concluyó que en el procedimiento de los niveles de calidad del servicio se concentran un mayor conjunto de consumidores de bebidas y alimentos, especialmente, los consumidores de *fast food* aledañas al Municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.

Matsumoto (Octubre, 2014). En su artículo científico el objetivo fue identificar la medición de la calidad del servicio que brinda la empresa de publicidad “Ayuda Experto” en la ciudad de Cochabamba. Por último, se concluyó que tiene un nivel muy importante en la calidad del servicio en dicha empresa de la ciudad Cochabamba, por lo tanto, la información proporcionada es relevante para lograr una ventaja competitiva.

Monsalve y Hernández (Enero/junio, 2015). En este artículo científico tuvo como objetivo investigar los requerimientos esperados de los clientes para convertirlos en principales requerimientos, y poder trabajar en superar las expectativas de la calidad de servicio. Finalmente, se concluyó que identificaron los aspectos de relevancia en diferentes tipos de clientes, y estos señalaron que eran los gustos, preferencias y necesidades; las

consideraciones más principales para recibir un servicio con calidad.

Clemente (Octubre/diciembre, 2016). En su artículo científico tuvo como objetivo investigar las propiedades sobresalientes de la calidad en el servicio de las hamburgueserías en España y su influencia en la conducta post-compra. Finalmente se concluyó que se identificó las propiedades sobresalientes de la calidad del servicio de las hamburgueserías de dicho lugar, estaban agrupados en cuatro dimensiones: producto, aspectos físicos, empleados y rapidez. Con respecto, a la calidad del servicio existe una influencia para pronosticar el comportamiento post-compra de las hamburgueserías en Valencia España.

Bernal, Pedraza, y Sánchez (Enero/marzo, 2015). El artículo científico tuvo como objetivo principal examinar las propiedades principales de las variables investigadas de los servicios públicos de salud. Se concluyó que existen propiedades principales en dicha investigación; estos fueron el compromiso y el desempeño de los colaboradores, por lo cual, favorecen entorno al trabajo.

Gallardo y Reynaldo (Octubre, 2014). Este artículo científico tuvo como objetivo examinar las investigaciones realizadas en el sector de salud con una orientación de percepción y expectativas para un servicio en enfermería. Finalmente, se concluyó que existen diversas formas de percibir calidad de servicio, una de ellas sería la satisfacción del usuario desde la perspectiva de enfermería. Por otro lado, con los resultados recabados se identificó que uno de los múltiples factores para determinar la percepción del servicio fue el estado de salud de los pacientes.

Pedraza, Lavín, González, y Bernal (Julio/diciembre, 2014). Este artículo científico el objetivo fue determinar los elementos relevantes en la calidad del servicio de salud desde la percepción del usuario en Tamaulipas, México. Se concluyó que existen cinco componentes que identifican la calidad de los servicios sanitarios del hospital, por lo tanto, estos resultados permitirán determinar los componentes también acceder a una calidad del servicio sobre todo a los que cuentan con los sistemas bien implementados.

Ibarra y Casas (Enero/marzo, 2015). Este artículo científico tuvo como objetivo determinar los elementos de la satisfacción del cliente en base de la calidad de servicio, con el empleo del modelo Servperf. Se concluyó que existe una relación positiva entre las variables estudiadas, por consiguiente, la calidad del servicio ha permitido llegar a una dimensión de servicio de excelencia detrás de todo ello existe un trabajo arduo entre los colaboradores y empresarios con una mejora continua de desarrollo para ofrecer un servicio de calidad.

Torres y Vásquez (Febrero/diciembre, 2015). El artículo científico tuvo como objetivo determinar los prototipos de estimación de la calidad de servicio. Se concluyó que identificaron los prototipos de estimación, en consecuencia, fueron las evaluaciones más utilizadas para determinar la nivelación de la calidad de servicio también resaltó el modelo mutidimensional planteado con indicadores externos, por ende, las dimensiones de evaluación: confiabilidad, tangibilidad, empatía, seguridad y sensibilidad son las más destacadas.

Sotelo y Figueroa (Julio/diciembre, 2017). Este artículo científico tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre dichas variables observado. Finalmente, se concluye que existe una relación positiva entre ambas variables.

Ordóñez y Rodríguez (Noviembre/mayo, 2014). El objetivo fue analizar las expectativas en función de las ramas del conocimiento para los estudiantes de la universidad de Sevilla. Se concluyó que en esta investigación manifiestan algunas particulares donde un excelente profesor debe establecer dos situaciones: como se debe realizar (vía relacional) y como realiza su labor (vía técnica).

De León (2018). En su tesis para optar la Licenciatura en Psicología industrial/Organizacional en la Universidad Rafael Landívar. Tuvo como objetivo establecer la nivelación de liderazgo y empoderamiento que se exhibe en los trabajadores del área de ventas de la empresa Decorabaños S.A y se concluyó que los trabajadores evaluados en el estudio manifiestan la relación que tiene el liderazgo con el empoderamiento mediante un coeficiente de 0.34, es decir, que tienen relación ambas variables tanto el liderazgo como el empoderamiento.

López (2015). En su tesis para la obtención del Título psicología industrial/organizacional en el grado académico de licenciada en la Universidad Rafael Landívar. Tuvo como objetivo identificar el efecto del empoderamiento en la satisfacción del trabajo. Se concluyó, que el empoderamiento tiene efecto en la satisfacción con los colaboradores de la Municipalidad de Río Bravo, es decir, se cotejo que existe relación entre las variables.

Moreno (2015). En su tesis para la obtención de la maestría en la Universidad Nacional Abierta. Tuvo como objetivo plantear un proyecto sostenible de dichas variables como métodos administrativas para progresar la satisfacción del personal de la Escuela La Florida. Se concluyó que era aceptable porque es mayor 0.6, para ello, se utilizó el coeficiente de la

confiabilidad es el Alpha de Cronbach.

Arroyo (2018). En su tesis para optar el grado de Ingeniero de Empresas en la Universidad Técnica de Ambato. El objetivo fue identificar si el empowerment funciona como mecanismo gerencial en la estructura organizacional en la cooperativa de ahorro y crédito Pakarymuy del Cantón Píllaro. Se concluyó que se rehúsa la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa; es decir, el manejo del empowerment como un mecanismo gerencial si proporcionará desarrollo en la toma de decisiones de una forma responsable de dicha cooperativa.

Ríos (2018). En su tesis para optar el grado de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios en la Universidad Técnica de Ambato. Tuvo como objetivo proponer una mejora en el empowerment y su influencia en la calidad del servicio a los clientes del Restaurant “Al Paso” en el Valle de Yunguilla. Se concluyó que para llevar a cabo la propuesta se tiene que proporcionar desde el cargo superior hasta inferior una comunicación diaria y constante en el ámbito laboral con el fin de implementar la propuesta de la herramienta de gestión el empowerment permitiendo aumentar la participación en el mercado e incrementar la rentabilidad.

Solís (2016). En su tesis para optar el Licenciado en Administración en la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Tuvo como objetivo definir la relación entre liderazgo y empowerment de dicha Universidad. Se concluyó que tiene una relación positiva alta entre liderazgo y empowerment de dicha Universidad. Para ello, se realizó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0,842, por lo tanto, existe una correlación positiva alta.

Mamani (2017). En su tesis para optar el Licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Antiplano Puno. En la investigación tuvo como objetivo analizar el empowerment desde el desempeño laboral del hotel Taypikala Lago Chucuito-Puno. Se concluyó un apropiado manejo del empowerment porque fue uno de los componentes de desarrollo de los colaboradores de dicho hotel en su momento se dio a conocer que hubo diversas características por restablecerse como la comunicación, iniciativa, y el trabajo en equipo, por lo tanto, si se desarrollaron estos componentes el desempeño laboral iba a tener un impacto óptimo, considerando que el desempeño laboral que se manejaba era regular.

Portilla (2017). En su tesis para optar el grado de maestro en Administración en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. En la investigación tuvo como objetivo definir si el empoderamiento actúa como un rol moderador sobre la calidad de servicio y

satisfacción del cliente de la empresa de Servicios Logísticos. Se concluyó, que el empoderamiento, actúa de forma potenciadora, de manera que, cuando el trabajador tiene un alto grado de empoderamiento, la satisfacción del cliente va aumentando y por el contrario, cuando el trabajador nota que se le faculta poco, el grado de satisfacción de los trabajadores reduce.

Castro y Nuñez (2018). En su tesis para optar el grado de maestro en Administración en la Universidad Señor de Sipán”. Tuvo como objetivo demostrar el mecanismo del empowerment que se desarrollará en el rendimiento laboral de la empresa Agropucalá S.A.A. Se concluyó, que el empowerment fue un mecanismo a través de la cual se faculta a los trabajadores para brindarles responsabilidad y poder para que estén aptos en la toma de decisiones, por consiguiente, considera que la comunicación sea más fluida y que pueda realizarse una jerarquía horizontal de la empresa.

Alarcón (2015). En su tesis para optar el grado académico de Magister en Educación en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tuvo como objetivo identificar el vínculo entre la planificación estratégica y el empowerment en los docentes de la Institución Educativa “Miguel Grau”. Se concluyó que existe relación entre la planificación estratégica y el empowerment en los docentes de dicha Institución, el coeficiente de Rho de Spearman = 0.756.

Padilla (2016). En su tesis para optar Licenciado en Administración en la Universidad Continental. Tuvo como objetivo identificar la relación entre el empowerment organizacional y la satisfacción de los empleados de la empresa de Inversiones Portaimport S.A.C. Se concluyó que el coeficiente Rho Spearman fue de 0.669, es decir, se deduce en una relación positiva alta.

Empowerment se basa en descender la toma de decisiones a los trabajadores porque están más cerca a los sucesos de los clientes, proveedores, entre otros. Por ello, se le otorga delegación de autoridad, así mismo, no solo basta la responsabilidad por el cumplimiento de sus funciones, sino también la autonomía (Alles, 2013, p. 173).

Daft (2010), expresa que “Empowerment significa compartir el poder, la delegación de poder o la autoridad de subordinados en una organización” (p. 503).

La calidad del servicio es el punto clave al momento de que el cliente valora la atención del servicio donde se le otorga la confiabilidad, por ello, el servicio tangible que se

ofrece debe ser único, así mismo, se tienen a los clientes complacidos, brindando la empatía y la sensibilidad en el preciso momento de la atención del servicio hacia el cliente, al mismo tiempo, se transmite seguridad (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009, p.111).

La calidad del servicio parte de un todo, es decir, todas las piezas son importantes para llegar a un resultado final, si todas ellas son correctamente implementadas de manera conjunta el cliente podrá percibir la calidad de servicio de manera exitosa, caso contrario esto no sucediera o se manifestará a medias, el juicio del cliente sería la total inexistencia de la calidad de servicio (Velasco, 2014, p. 248).

El problema general. ¿Qué relación existe entre el empowerment y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019?; los problemas específicos: 1. ¿Qué relación existe entre la delegación de autoridad y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019? 2. ¿Qué relación existe entre la responsabilidad y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019? 3. ¿Qué relación existe entre la autonomía y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019?

Con respecto a la justificación teórica, la investigación tiene como fin aumentar los conocimientos y teorías que permitan profundizar en las variables estudiadas, estas son empowerment y calidad de servicio. Para este propósito se ha hecho uso de una base teórica competente a las especialidades de las variables antes mencionadas, sobre empowerment de Alles y calidad de servicio de Zeithaml, *et al.* Por ello, el presente trabajo brindará un mayor entendimiento en la relación existente entre empowerment y calidad del servicio en la empresa Grupo Bruild S.A.C., proponiendo de esta forma un análisis y reflexión sobre la importancia entre la relación de estas dos variables en beneficio de cualquier organización. Justificación metodológica. En la investigación se ha utilizado el instrumento (cuestionario) y el software SPSS versión 24 para obtener resultados, a su vez, permite aplicar la confiabilidad, después de ello, el análisis de datos para hallar resultados que nos llevarán a las conclusiones que se podrá aplicar en esta investigación y ser utilizados como referencia para otras investigaciones. En la justificación práctica parte de las teorías necesarias que se plasman en la empresa Grupo Bruild S.A.C., para corroborar su funcionamiento y aplicación de la variable empowerment la cual cuenta con las siguientes dimensiones; la delegación de autoridad, responsabilidad y autonomía, para liberar el potencial y habilidad de los

colaboradores, los resultados de esta indagación podrán manifestarse como una propuesta para ser incorporado como conocimiento a la organización u otra que desee implementar el empowerment y correlacionado con la variable calidad del servicio, puesto que, contribuye a un mejoramiento de progreso en la empresa al mismo tiempo en el desarrollo del país.

Objetivo general. Determinar la relación del empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. Objetivo específicos: 1. Determinar la relación de la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. 2. Determinar la relación de la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. 3. Determinar la relación de la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Hipótesis General. Existe relación significativa entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. Hipótesis específicos: 1. Existe relación significativa entre la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. 2. Existe relación significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. 3. Existe relación significativa entre la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1 Enfoque: Cuantitativo

Se utiliza la información recopilada para determinar la validez de una aseveración haciendo uso de una evidencia numérica muestral, con el fin, de constituir y demostrar, respectivamente, guías de método y teorías (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 4).

2.1.2 Nivel de investigación: Descriptiva – correlacional.

Descriptiva se centra en señalar al detalle cualidades propias, únicas y diferenciales en el fenómeno que se estuviese analizando (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92).

Hernández, Fernández y Baptista (2014), correlacional de acuerdo a lo que expresan los autores podemos entender que este estudio relaciona el nivel de correspondencia recíproca entre las variables elegidas aplicadas en un grupo o población (p. 93).

2.1.3 Tipo de investigación: Aplicada

Es una respuesta práctica a problemas específicos que requieran, de igual forma, soluciones específicas (Baena, 2014, p. 11).

2.1.4 Diseño de investigación: No experimental – de corte transversal

Es una idea mediante un desarrollo de un plan con el objetivo de obtener indagación necesaria para la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 120).

El diseño no experimental tiene como característica principal que el investigador cumpla únicamente el rol de observador, no interactuando de ninguna otra forma con el objeto de estudio con la finalidad de ver que se desarrolle de manera natural (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 152).

El corte transversal se analizan con fin de estudiar los hechos en un determinado momento y tiempo específico (único) (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 152).

2.1.5 Método de investigación: Hipotético-deductivo

Bernal (2006), según nos da entender el autor éste método parte de una aseveración a modo que la hipótesis se debe rebatir o alterar esas mismas hipótesis, para luego concluir en ideas que deberán compararse con los hechos (p. 56).

2.2 Operacionalización de variables

2.2.1 Variables:

Variable 1: Empowerment

Empowerment se basa en descender la toma de decisiones a los trabajadores porque están más cerca a los sucesos de los clientes, proveedores, entre otros. Por ello, se le otorga delegación de autoridad, así mismo, no solo basta la responsabilidad por el cumplimiento de sus funciones, sino también que adquiera la autonomía (Alles, 2013, p. 173).

Dimensión de empowerment

Dimensión 1: Delegación de autoridad

Existe una delegación de autoridad cuando una persona confía en otra, porque permite a los trabajadores delegar y decidir acciones sobre otras personas, de manera que, las personas indicadas puedan llevar a cabo la división de trabajo según el organigrama. Así mismo, la delegación establece una autoridad restringida y estas delegaciones deben siempre ser claras y exactas al momento de otorgar a los trabajadores (Gil y Giner, 2010, p. 310).

Indicadores: Confianza, autoridad y división de trabajo

La confianza es una convención social que ha sentado las bases de nuestra sociedad a través de ello ha permitido el comercio que tiene como base el beneficio económico, lo cual, da fe dentro y fuera de cualquier organización (Covey, 2011, p. 20).

Cruz (2009), manifiesta la autoridad que dentro de una dinámica de grupo los miembros que forman parte del mismo entienden la idea de autoridad como una subordinación voluntaria hacia otro miembro en base al reconocimiento de sus cualidades, experiencia o capacidades superiores para dirigirles (p. 56).

Roig (1996), la división de trabajo es una necesidad para el orden en el trabajo y la eficiencia la repartición de las responsabilidades de una manera simple y clara (p. 5).

Dimensión 2: Responsabilidad

La responsabilidad puede definirse desde varios ángulos por ejemplo desde lo jurídico donde tiene la capacidad de aceptación de las consecuencias producidas a partir de decisiones que pudiésemos haber tomado con libertad y en pleno uso de sus facultades, así mismo, la responsabilidad también se percibe como el compromiso que asumimos con decisiones a futuro de modo personal y actividades de nuestra competencia (Gonzales, 2015, 370).

Indicadores: Toma de decisiones y compromiso en el trabajo

Torres y Torres (2014), la toma de decisiones es un sistema mediante el cual podemos visualizar el origen de una problemática para luego enumerar una serie de situaciones que pudiesen darle solución o tomar ventaja de alguna oportunidad (p. 11).

Amorós (2007), compromiso en el trabajo es el grado de responsabilidad emocional que una persona asume hacia su trabajo y hacia la organización, involucrándose de manera directa y activa con un buen desempeño (p. 73).

Dimensión 3: Autonomía

Capacidad de toma de decisiones que tiene una persona de forma creativa sin depender de nadie, tienen que ser las más indicadas para tener resultados óptimos (Labella, 2014, p. 7).

Indicadores: Capacidad de decisión y creatividad

Zenger, Folkman y Edinger manifiestan que la capacidad de decisión se logra hacer uso de la libertad conseguida a través de la delegación, al ser empoderados los trabajadores deben ser capaces de solucionar diferentes escenarios por sí mismos de manera eficaz tomando en consideración toda la información correspondiente para después elegir la mejor opción disponible como solución (2009, pp. 88-89).

La creatividad es una disposición mental mediante el cual se pueden idear métodos diversos y este aumenta la productividad (Hernández, Alvarado y Luna, 2015, p. 139).

Variable 2: Calidad del servicio

La calidad del servicio es el punto clave al momento de que el cliente valora la atención del servicio donde se le otorga la confiabilidad, por ello, el servicio tangible que se ofrece debe ser único, así mismo, se tienen a los clientes complacidos, brindando la empatía y la sensibilidad en el preciso momento de la atención del servicio hacia el cliente, al mismo tiempo, se transmite seguridad (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009, p.111).

Dimensiones de la calidad del servicio

Dimensión 1: Confiabilidad

Zeithaml, *et al.* (2009), manifestó que la confiabilidad es pieza fundamental en la calidad del servicio porque permite que el cliente pueda tener fiabilidad en el servicio de la organización y vuelva a comprar, para esto, los colaboradores deben cumplir con los acuerdos y compromisos pactados con los clientes sobre cualquier servicio pues se desarrolla la capacidad para ejecutar el servicio prometido en forma segura y precisa (p. 113).

Indicadores: Capacidad de ejecución y fiabilidad

Según los autores cuando hacemos referencia a capacidad estamos refiriéndonos a la suma de servicios o materiales que puede manejar o dar cabida una unidad productiva en un determinado periodo (Huertas y Domínguez, 2008, p. 174).

Así mismo, en ejecución manifiestan que es un sistema por el cual se atraviesan varios momentos en los que luego de que se toman en consideración diferentes tipos de información se llega a una la cual se implementará y dará seguimiento (Bossidy y Charam, 2017, p. 35).

Hansen y Ghare (1999), manifiestan que la fiabilidad es indispensable para poder llevar a cabo la confiabilidad de un servicio bien brindado, para ello, la institución debe proveer los materiales y equipos necesarios para poder desarrollar las actividades sin complicaciones durante un término periodo de tiempo (p. 415).

Dimensión 2: Tangibles

Son un todo que se puede observar y sentir el servicio, recursos físicos como: instalaciones con espacios adecuados para los clientes, así mismo, personal adecuadamente instruido con los materiales para que pueda cumplir con sus funciones de manera adecuada y con ello obtener la mejor calidad en el servicio (Zeithaml, *et al.* 2009, p. 115).

Indicadores: Gestión de recursos físicos y calidad

Gestión de recursos físicos se refiere al manejo óptimo de materiales tomados de un medio cualquiera y luego empleados para elaborar productos o servicios por una organización. (Urrea y Chica, 2008, p. 18).

La calidad es el resultado de un juicio emitido producto de la suma de aptitudes y características satisfechas frente a las expectativas o requerimientos personales expresados o no expresados (Gonzales, Gonzales, Pelegrín, Juaneda, 2014, p. 7).

Dimensión 3: Empatía

Es una atención personalizada donde el cliente puede expresarse y la organización haciendo uso de comprensión y comunicación puede llegar a entender el objeto de sus necesidades para poder satisfacer (Moyano, Bruque y Martínez, 2011, p. 183).

Indicadores: Comunicación y venta personalizada

Comunicación es un sistema por el cual un par de individuos o varios de ellos pueden intercambiar todo tipo de información de cualquier índole con el propósito de llegar a entenderse (De La Cruz, 2014, p. 44).

Venta personalizada cuentan con varias cualidades propias como por ejemplo la interacción entre individuos cada uno de ellos está en capacidad de diferenciar las necesidades y características de los otros y adaptarse a ello, surgiendo de ello relaciones de tipo laboral y amicales (Sulser y Pedraza, 2004, p123).

Dimensión 4: Sensibilidad

Zeithaml, *et al.* (2009), precisa proporciona un servicio adicional al cliente, puesto que, una vez brindado el servicio, después de ello inicia un servicio post-venta del cual se tiene que estar pendiente, ya sea, positivo o negativo la atención al cliente, tiene que ser de forma eficiente y eficaz para que dé resultados efectivos para poder otorgar una capacidad de respuesta solicitudes, preguntas, quejas y problemas del cliente (p. 120).

Indicadores: Atención al cliente y la capacidad de respuesta

Fernández y Campiña (2015), la atención al cliente en la organización trabaja para satisfacer todas las necesidades que pudieran tener los clientes, sobre información o solicitar servicios de alguna clase porque la intención es plantear soluciones en relación a ello, con todas las necesidades tienen que ser atendidas a tiempo para que el cliente pueda percibir el buen servicio de parte de los trabajadores (p. 43).

Denton (1991), la capacidad de respuesta se dice que al tener un diseño único y sencillo para que la capacidad de respuesta pueda amoldarse de forma eficaz, y poder llegar a todos los clientes, es una tarea complicada, pero si el diseño de la organización es ideal absolutamente todo será más fácil (p. 72).

Dimensión 5: Seguridad

Moyano, *et al.* (2011), se define que en este punto se debe aplicar todos los conocimientos sobre el servicio o producto que ofrece la organización, adicional a esto tener la mejor atención hacia los clientes hasta el punto que los clientes puedan percibir dicha atención, así mismo, ser capaces de transmitir al cliente la confianza y la credibilidad sobre el servicio y trabajar de forma profesional (p.183).

Indicadores: Gestión del conocimiento y credibilidad

Gestión del conocimiento es el manejo óptimo de parte de cualquier tipo de entendimiento u información del que se sea consiente (Torres, 2015, párr. 4).

Credibilidad es la acción de dar veracidad a una idea o concepto de servicio sin tener conocimiento exacto o profundo del mismo (Alles, 2015, p. 334).

2.2.2. Matriz operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVELES	NIVEL DE MEDICIÓN
Empowerment	Empowerment se basa en descender la toma de decisiones a los trabajadores para que estén más cerca a los sucesos de los clientes, proveedores, entre otros. Por ello, se le otorga delegación de autoridad, así mismo, no solo basta la responsabilidad por el cumplimiento de sus funciones, sino también que adquiera la autonomía (Alles, 2013, p. 173).	Para medir la variable empowerment se ha identificado las dimensiones, a su vez los indicadores, los mismos que han permitido determinar las preguntas de investigación, que se conformó por el instrumento, para obtener los datos en la muestra correspondiente, lo cual permitió medir la variable de investigación.	Delegación de autoridad	Confianza	1,2	1=Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Indiferente 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	Ordinal
				Autoridad	3		
			Responsabilidad	División de trabajo	4		
				Toma de decisiones	5,6		
				Compromiso en el trabajo	7,8		
Autonomía	Capacidad de decisión	9,10 11,12					
Calidad del servicio	La calidad del servicio es el punto clave al momento de que el cliente valora la atención del servicio donde se le otorga la confiabilidad, por ello, el servicio tangible que se ofrece debe ser único, así mismo, se tienen a los clientes complacidos, brindando la empatía y la sensibilidad en el preciso momento de la atención del servicio hacia el cliente, al mismo tiempo, se transmite seguridad. (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009, p.111).	Para medir la variable calidad del servicio se ha identificado las dimensiones, a su vez los indicadores, los mismos que han permitido determinar las preguntas de investigación, que se conformó por el instrumento, para obtener los datos en la muestra correspondiente, lo cual permitió medir la variable de investigación.	Confiabilidad	Capacidad de ejecución	13	1=Totalmente en desacuerdo 2= Desacuerdo 3= Indiferente 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo	Ordinal
			Tangibles	Fiabilidad	14,15		
				Gestión de recursos físicos	16		
			Empatía	Calidad	17,18		
				Comunicación	19		
			Sensibilidad	Venta personalizada	20		
				Atención del cliente	21		
				Capacidad de respuesta	22		
Seguridad	Gestión del conocimiento	23					
	Credibilidad	24					

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

El contexto de estudio de Grupo Bruild S.A.C. en Lima, fue finita porque estaba conformado por 50 trabajadores.

Es un grupo de individuos de los cuales se pretende obtener o recabar diferentes tipos de datos para hacer uso posterior de los mismo, con el fin de elaborar conclusiones (Palella y Martins, 2012, p. 105).

2.3.2 Muestra

Hernández, Fernández y Baptista, (2014), dicen que se puede señalar a la muestra como un segmento del total de individuos que deseamos investigar (p. 168).

2.3.3 Muestreo: Censal

Hernandez, Fernandez y Baptista (2014), manifiesta que el muestreo no probabilístico son escogidos por el interés del investigador para el proceso de investigación (p. 176).

Ramírez (1997), en este tipo de muestreo censal se toma en cuenta a la totalidad de las unidades como objeto de investigación (p. 77).

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

2.4.1 Técnica: Encuesta

Con una herramienta desarrollada con el objetivo de recabar los datos se tendrá la oportunidad de llevar todo el apartado teórico de la investigación a la práctica e indagar en la información reunida con las preguntas elaboradas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 229).

2.4.2 Instrumento de recolección de datos: Cuestionario

Es la base del investigador a partir del instrumento se podrá acceder a la información y su posterior interpretación (Palella y Martins, 2012, p. 105).

2.4.3 Validación del instrumento

El método de juicio de expertos, de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo – Lima norte, se ha validado el instrumento, siendo estos los docentes siguientes:

Tabla 01. Validación de expertos

Experto	Especialidad	Confiabilidad
Mg. Casma Zarate Carlos	Metodólogo	Aplicable
Dr. Costilla Castillo Pedro	Metodólogo	Aplicable
Dra. Villanueva Figueroa Rosa	Metodólogo	Aplicable
Mg. Baltodano Valdivia Roger	Temático	Aplicable

Los cuales dieron su aprobación firmando los formatos de matriz de validaciones entregados a cada uno.

2.4.4 Confiabilidad del instrumento

Se logró en base a una encuesta piloto de 10 trabajadores para obtener los datos, puesto que, fueron recolectados al estadístico SPSS versión 24, para que la muestra tenga exactitud con las respuestas proporcionadas y sea confiable en determinar mejor el proyecto, lográndose los resultados siguientes:

Tabla 02. Estadísticas de Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.899	24

Fuente: Elaboración propia

Tabla 03. Escala de medida para evaluar el coeficiente 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 > .4	Inaceptable

Fuente: Hernández, 2003, p.439

Tabla 04. Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

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

Interpretación: De acuerdo a la estadística de fiabilidad, el resultado es de 0,899, como se observa en la tabla N° 02. En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 03 del coeficiente de Alfa de Cronbach se concluye que es un coeficiente bueno.

El grado de confiabilidad es una herramienta que se obtiene resultados sólidos y congruente (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 230).

2.5 Procedimiento

Etapas I: Preparación del instrumento; en primer lugar, se ha identificado las dimensiones, luego se definió cada uno de ellas obteniendo así los indicadores, puesto que, se eligió la mejor opción para tener resultados más veraces, la población fueron los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.; a partir de ello se determinó las preguntas de investigación o ítems donde se conformado por 24 preguntas; luego se redactó un texto introductorio y con

las instrucciones este esquema fue proporcionado por la escuela; finalmente, se diseñó el aspecto formal del cuestionario.

Etapa II: Solicitud de autorización de la empresa; para la autorización de la empresa se conversó con anticipación con los superiores de la empresa Grupo Bruil S.A.C. antes de la elaboración del desarrollo del proyecto de investigación y después se concretó el acuerdo con un documento y firma de la autorización para proseguir con la investigación.

Etapa III: Ejecución de los resultados; en primer lugar, se determinó la población que fueron en su totalidad de la empresa Grupo Bruil S.A.C. 50 trabajadores fue una muestra censal para que la investigación tenga resultados más veraces, luego se determinó la técnica que fue la encuesta, y al mismo tiempo, se llevó a cabo la validación del instrumento para poder poner en marcha las encuestas, posteriormente se realiza una prueba piloto, esta información se traspa al SPSS, después de ello para medir su confiabilidad de la investigación se utilizó el método de Alfa de Cronbach; posteriormente, se lleva a cabo la técnica de la encuesta a los totalidad de la muestra para realizar el análisis descriptivo de la dimensiones de las variables y el análisis inferencial de acuerdo a los objetivos.

2.6 Método de análisis de datos

2.6.1 Análisis descriptivo: Se realiza las tablas de frecuencia para analizar el proceder entre una y otra variables y dimensiones de estudio: Delegación de autoridad, responsabilidad y autonomía.

2.6.2 Análisis inferencial: Se realiza la contrastación de hipótesis que se utilizó para hallar el nivel de relación que existe entre las variables y dimensiones de investigación, así mismo, del tipo de prueba de correlación de hipótesis de Rho Spearman de acuerdo a los resultado hallados se establece si se aprueba o desecha la hipótesis nula según la regla de decisión que tiene que ser menor a la significancia bilateral del 0,005.

2.7 Aspectos éticos

2.7.1 Veracidad: La información demostrada será utilizada de forma autentica, velando la confiabilidad de todos los trabajadores.

2.7.2 Confiabilidad: De esta manera se guarda respaldo de la identidad de la organización y de los trabajadores que colaboran como informantes de esta investigación.

2.7.3 Fiabilidad: Se tiene la probabilidad de que este trabajo de investigación marche correctamente después de un tiempo determinado de utilización.

III. RESULTADOS

3.1 Análisis descriptivo

Variable: Empowerment

3.1.1 Dimensión: Delegación de autoridad

Tabla 05. Dimensión: Delegación de autoridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferente	12	24,0	24,0	24,0
De acuerdo	30	60,0	60,0	84,0
Totalmente de acuerdo	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

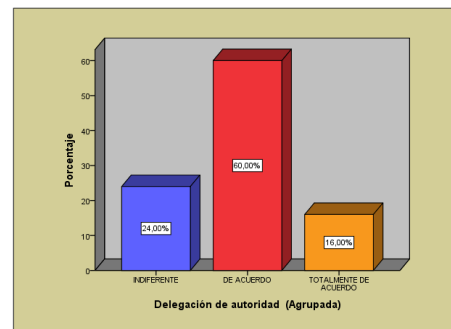


Figura 01. Gráfico de barras

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la delegación de autoridad son: el 24% están indiferente, el 60% están de acuerdo, y finalmente solo tenemos el 16% está totalmente de acuerdo. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

3.1.2 Dimensión: Responsabilidad

Tabla 06. Dimensión: Responsabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferente	4	8,0	8,0	8,0
De acuerdo	40	80,0	80,0	88,0
Totalmente de acuerdo	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

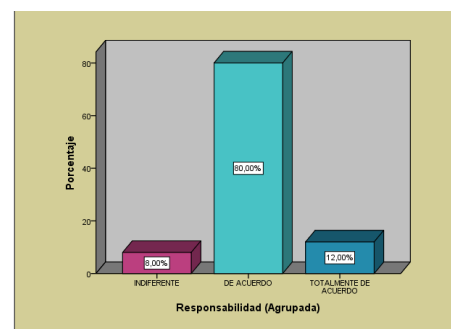


Figura 02. Gráfico de barras

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la responsabilidad son: el 80% están de acuerdo, el 12% son totalmente de acuerdo, y finalmente solo tenemos el 8% que están indiferentes. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

3.1.3 Dimensión: Autonomía

Tabla 07. Dimensión: Autonomía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferente	4	8,0	8,0	8,0
De acuerdo	41	82,0	82,0	90,0
Totalmente de acuerdo	5	10,0	10,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

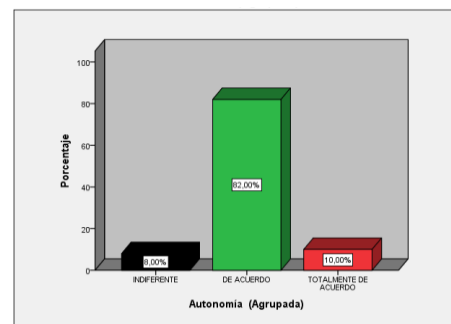


Figura 03. Gráfico de barras

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la autonomía son: el 82% están de acuerdo, el 10% están totalmente de acuerdo, y finalmente solo tenemos el 8% son indiferentes. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

Variable: Calidad del servicio

3.1.4 Dimensión: Confiabilidad

Tabla 08. Dimensión: Confiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Indiferente	13	26,0	26,0	28,0
De acuerdo	31	62,0	62,0	100,0
Totalmente de acuerdo	5	10,0	10,0	
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

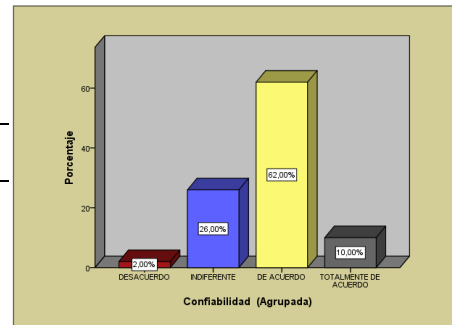


Figura 04. Gráfico de barras
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la confiabilidad son: el 62% están de acuerdo, el 26% son indiferentes, solo el 10% están totalmente de acuerdo y finalmente tenemos el 2% que se está en desacuerdo. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

3.1.5 Dimensión: Tangibles

Tabla 09. Dimensión: Tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	15	30,0	30,0	30,0
De acuerdo	27	54,0	54,0	84,0
Totalmente de acuerdo	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

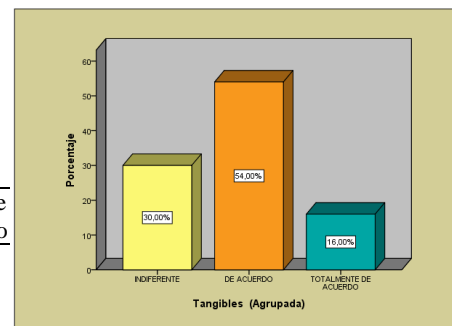


Figura 05. Gráfico de barras
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a los tangibles son: el 54% están de acuerdo, el 30% son indiferentes, y finalmente el 16% están totalmente de acuerdo. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

3.1.6 Dimensión: Empatía

Tabla 10. Dimensión: Empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
Indiferente	5	10,0	10,0	14,0
De acuerdo	35	70,0	70,0	84,0
Totalmente de acuerdo	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

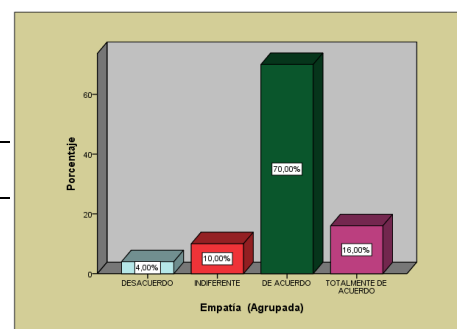


Figura 06. Gráfico de barras
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la empatía son: el 70% están de acuerdo, el 16% están totalmente de acuerdo, el 10% son indiferentes, y finalmente solo tenemos el 4% que están en desacuerdo. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

3.1.7 Dimensión: Sensibilidad

Tabla 11. Dimensión: Sensibilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Desacuerdo	1	2,0	2,0	2,0
Indiferente	10	20,0	20,0	22,0
De acuerdo	36	72,0	72,0	94,0
Totalmente de acuerdo	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

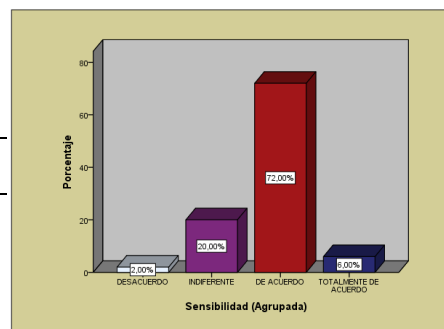


Figura 07. Gráfico de barras
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la sensibilidad son: el 72% están de acuerdo, el 20% son indiferentes, el 6% está totalmente de acuerdo, y finalmente solo tenemos el 2% que están en desacuerdo. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

3.1.8 Dimensión: Seguridad

Tabla N° 12. Dimensión: Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferente	4	8,0	8,0	8,0
De acuerdo	33	66,0	66,0	74,0
Totalmente de acuerdo	13	26,0	26,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

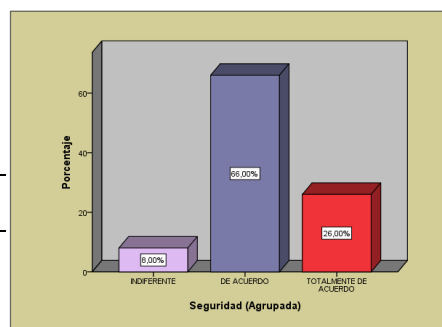


Figura 08. Gráfico de barras
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados obtenidos con respecto a la seguridad son: el 66% están de acuerdo, el 26% están totalmente de acuerdo, y finalmente solo tenemos el 8% que son indiferentes. De acuerdo de los resultados obtenidos de los trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C.

3.2 Análisis inferencial

Tabla N° 13 Rango de coeficiente

Coeficiente	Interpretación
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75.	Correlación negativa muy considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe relación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Hernández, Fernández, y Bautista, 2014, p.305

Tabla N° 14 Regla de decisión

Si $\alpha < 0,05$ se rechaza la H0 y se acepta H1
Si $\alpha > 0,05$ se acepta la H0 y se rechaza H1

3.2.1 Hipótesis general

H: Existe relación significativa entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H0: No existe relación significativa entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H1: Existe relación significativa entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Tabla 15. Coeficiente de correlación del Empowerment y calidad del servicio.

			Empowerment (Agrupada)	Calidad del servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Empowerment (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,650**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Calidad del servicio (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,650**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Acorde a la prueba de hipótesis, el resultado de coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,650, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,000) es menor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva media entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

3.2.2 Hipótesis específico 1

H: Existe relación significativa entre la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H0: No existe relación significativa entre la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H1: Existe relación significativa entre la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Tabla N° 16. *Coefficiente de correlación de la delegación de autoridad y Calidad del servicio.*

			Delegación de autoridad (Agrupada)	Calidad del servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Delegación de autoridad (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,596*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Calidad del servicio (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,596*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Acorde a la prueba de hipótesis, el resultado de coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,596, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,000) es menor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva media entre delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

3.2.3 Hipótesis específico 2

H: Existe relación significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H0: No existe relación significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H1: Existe relación significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Tabla N° 17. Coeficiente de correlación de la responsabilidad y calidad del servicio.

			Responsa- bilidad (Agrupada)	Calidad del servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Responsabilidad (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,438
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	50	50
	Calidad del servicio (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,438	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	50	50

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,438, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,001) es mayor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva débil entre responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

3.2.4 Hipótesis específico 3

H: Existe relación significativa entre la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H0: No existe relación significativa entre la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

H1: Existe relación significativa entre la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Tabla 18. Coeficiente de correlación de la autonomía y calidad del servicio.

			Autonomía (Agrupada)	Calidad del servicio (Agrupada)
Rho de Spearman	Autonomía (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,630**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Calidad del servicio (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,630**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El resultado de coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,630, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,000) es menor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva media entre autonomía y la calidad del servicio.

IV. DISCUSIÓN

4.1 Objetivo general, ha sido determinar la relación del empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,650) se ha determinado que existe relación positiva media entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría neoclásica, se tiene en cuenta con las cinco funciones primordiales de la administración. Por tanto, se eligió la teoría neoclásica pues según manifiestan que al investigar los diferentes tipos de empresas, los neoclásicos apoyan la “descentralización”, en vista de los mejores efectos en las siguientes organizaciones en los veintes: Sloan y Mooney organizaron la General Motors (Jiménez, 2000, p. 53).

Además, dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variable de empowerment de Moreno (Febrero/mayo, 2014), tuvo como conclusión una relación entre las variables, es decir, la variable independiente generará una ventaja competitiva frente al mercado, desde otro ángulo, dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variable calidad del servicio de Torres y Vásquez (Febrero/diciembre, 2015), concluyeron que identificaron los prototipos de estimación, en consecuencia, fueron las evaluaciones más utilizadas para determinar la nivelación de la calidad de servicio también resaltó el modelo multi-dimensional planteado con indicadores externos, por ende, las dimensiones de evaluación: confiabilidad, tangibilidad, empatía, seguridad y sensibilidad son las más destacadas.

De la misma manera, existe coherencia con el resultado de trabajo previo internacional realizado por Ríos (2014), concluyó que para llevar a cabo la propuesta se tiene que proporcionar desde el cargo superior hasta inferior una comunicación diaria y constante en el ámbito laboral con el fin de implementar la propuesta de la herramienta de gestión el empowerment permitiendo aumentar la participación en el mercado e incrementar la rentabilidad, desde otro ángulo, existe coherencia con el resultado de trabajo previo nacional de Portilla (2017), concluyó que el empoderamiento, actúa de forma potenciadora, de manera que, cuando el trabajador tiene un alto grado de empoderamiento, la satisfacción del cliente va aumentando y por el contrario, cuando el trabajador nota que se le faculta poco, el grado de satisfacción de los trabajadores reduce.

De igual modo, concuerda el estudio con de los autores referidos con el presente,

Empowerment se basa en descender la toma de decisiones a los trabajadores porque están más cerca a los sucesos de los clientes, proveedores, entre otros. Por ello, se le otorga delegación de autoridad, así mismo, no solo basta la responsabilidad por el cumplimiento de sus funciones, sino también la autonomía (Alles, 2013, p. 173). La calidad del servicio es el punto clave al momento de que el cliente valora la atención del servicio donde se le otorga la confiabilidad, por ello, el servicio tangible que se ofrece debe ser único, así mismo, se tienen a los clientes complacidos, brindando la empatía y la sensibilidad en el preciso momento de la atención del servicio hacia el cliente, al mismo tiempo, se transmite seguridad (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2009, p.111). Por tanto, dichas investigaciones dan a conocer que una ejecución adecuada del empowerment aumenta el nivel de calidad del servicio así manteniendo y atrayendo nuevos clientes que permiten aumentar su participación en el mercado al mismo tiempo se obtiene una mayor rentabilidad.

4.2 Objetivo específico 1, ha sido determinar la relación de la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,596) se ha determinado que existe relación positiva media entre delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variable empowerment de Cálix, Martínez, Vigier, y Núñez (Enero/junio, 2016), concluyeron que su permanencia y se constató que el empowerment fue una variable demostrativa del éxito empresarial, así mismo, se desarrolló la confiabilidad del instrumento, y por último se halló el coeficiente Alfa de Cronbach que fue de 0,89, desde otro ángulo, dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variable calidad del servicio de Clemente (Octubre/diciembre, 2016), concluyó que se identificó las propiedades sobresalientes de la calidad del servicio de las hamburgueserías de dicho lugar, estaban agrupados en cuatro dimensiones: producto, aspectos físicos, empleados y rapidez. Con respecto, a la calidad del servicio existe una influencia para pronosticar el comportamiento post-compra de las hamburgueserías en Valencia España.

De la misma manera, existe coherencia con los resultados del trabajo previo internacional realizado por: López (2015), concluyó que el empoderamiento tiene efecto en la satisfacción con los colaboradores de la Municipalidad de Río Bravo, es decir, se cotejó que existe relación entre las variables, desde otro ángulo, existe coherencia con los resultados del trabajo previo nacional realizado por: Mamani (2017), concluyó un apropiado manejo

del empowerment porque fue uno de los componentes de desarrollo de los colaboradores de dicho hotel en su momento se dio a conocer que hubo diversas características por restablecerse como la comunicación, iniciativa, y el trabajo en equipo, por lo tanto, si se desarrollaron estos componentes el desempeño laboral iba a tener un impacto óptimo, considerando que el desempeño laboral que se manejaba era regular. Por lo tanto, dicha investigación da a conocer la aplicación de la herramienta de empowerment al mismo tiempo hace énfasis en su dimensión de delegación de autoridad.

4.3 Objetivo específico 2, ha sido determinar la relación de la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,438) se ha determinado que existe relación positiva débil entre responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variables empowerment de Silva, Gandoy, Jara, y Pacenza (Julio/diciembre, 2015) concluyeron que existe una asociación de los altos niveles de dimensiones de conocimiento del liderazgo entre los altos niveles de empoderamiento de los estudiantes en la universidad pública Argentina, desde otro ángulo, dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variable calidad del servicio de Gallardo y Reynaldo (Octubre, 2014), concluyeron que existen diversas formas de percibir calidad de servicio, una de ellas sería la satisfacción del usuario desde la perspectiva de enfermería. Por otro lado, con los resultados recabados se identificó que uno de los múltiples factores para determinar la percepción del servicio fue el estado de salud de los pacientes.

De la misma manera, existe coherencia con los resultados del trabajo previo internacional realizado por: Arroyo (2015) concluyó que se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa; es decir, el manejo del empowerment como un mecanismo gerencial si proporcionará desarrollo en la toma de decisiones de una forma responsable en dicha cooperativa, desde otro ángulo, existe coherencia con los resultados del trabajo previo nacional realizado por: Castro y Nuñez (2018) concluyeron que el empowerment fue un mecanismo a través de la cual se faculta a los trabajadores para brindarles responsabilidad y poder para que estén aptos en la toma de decisiones, por consiguiente, considera que la comunicación sea más fluida y que pueda realizarse una jerarquía horizontal de la empresa. Por tanto, dichas investigaciones dan a conocer la utilización de la herramienta del empowerment al mismo tiempo hace énfasis en su dimensión de responsabilidad, la

asignación de este permite la retroalimentación del ocupación laboral de los colaboradores en la empresa, generando la confianza de equipo entre los trabajadores.

4.4 Objetivo específico 3, ha sido determinar la relación de la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (coeficiente de relación de Spearman = 0,4) se ha determinado que existe relación positiva débil entre autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

Dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variable empowerment de Loli, Navarro, Carpio y Vergara (Junio/julio, 2016) concluyeron que este estudio manifestó que existe una relación significativa entre ambas variables, en cuanto, a los empleados de organizaciones públicas y privadas de Lima, para ello, se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach que tuvo como resultado el 0.968, desde otro ángulo, dichos resultados de la tesis tienen coherencia con la teoría científica con respecto a la variable calidad del servicio de Vera y Espinosa (Julio/setiembre, 2014) concluyeron que los atributos relevantes identificados fueron: Atención post-servicio y contratación (reputación de la aseguradora); respectivamente, tienen mayor influencia e importancia.

De la misma manera, existe coherencia con el resultado de trabajo previo internacional por De León (2018) concluyó que los trabajadores evaluados en el estudio manifiestan la relación que tiene el liderazgo con el empoderamiento mediante un coeficiente de 0.34, es decir, que tienen relación ambas variables tanto el liderazgo como el empoderamiento, desde otro ángulo, existe coherencia con el resultado de trabajo previo nacional por Padilla (2016) concluyó que el coeficiente Rho Spearman fue de 0.669, es decir, se deduce en una relación positiva alta. Por otro lado en la relación entre dimensiones, en esta dimensión de psicología se hizo énfasis del indicador de autonomía manifestando que si la organización no brinda la confianza absoluta a sus trabajadores, esto generara un impacto negativo y no se fomentará una autonomía, puesto que, se verán afectados las tareas. Por tanto, dichas investigaciones dan a conocer la relación que existe entre ambas variables simultáneamente hace énfasis de la autonomía como indicador, así mismo, menciona los factores claves para llevar a cabo dicho indicador en la empresa, puesto que, se debe transmitir confianza desde los altos directivos hacia trabajadores de este modo se tendrían las tareas precisas y claras.

4.5 Hipótesis general, ha sido que existe relación significativa entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. Acorde a

la prueba de hipótesis, el resultado de coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,650, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,000) es menor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva media entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

4.6 Hipótesis específico 1, ha sido que existe relación significativa entre la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. Acorde a la prueba de hipótesis, el resultado de coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,596, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,000) es menor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva media entre delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

4.7 Hipótesis específico 2, ha sido existe relación significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. Acorde a la prueba de hipótesis, el resultado de coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,438, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,001) es mayor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva débil entre responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

4.8 Hipótesis específico 3, ha sido existe relación significativa entre la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. Acorde a la prueba de hipótesis, el resultado de coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,630, como se observa en la tabla N° 13, a su vez se muestra el nivel de significancia bilateral (0,000) es menor que el p valor (0,05). De acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). En consecuencia, y de acuerdo a la tabla N° 14 de correlación se concluye que existe relación positiva media entre autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

V. CONCLUSIONES

5.1 Se ha determinado que existe correlación positiva media entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

5.2 Se ha determinado que existe correlación positiva media entre la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

5.3 Se ha determinado que existe correlación positiva débil entre la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

5.4 Se ha determinado que existe correlación positiva media entre la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

VI. RECOMENDACIONES

6.1 Implementar la herramienta empowerment en relación a la calidad de servicio, para ello, es necesario llevar a cabo un proceso mediante el cual los altos directivos o gerentes deben realizar capacitaciones de forma constante para promover la participación continua de los trabajadores, creando una nueva estructura organizacional en base a los estándares del empowerment, de esta manera, los colaboradores harán uso de todo su potencial, es decir: habilidades, conocimientos, capacidades y experiencia para beneficio de la organización, por consiguiente, se construye a los equipos auto-dirigidos.

6.2 Guiar a los trabajadores a obtener una mejor comprensión del giro del negocio a través de experiencias, conocimientos, charlas motivacionales, promover a consumir el producto o servicio, entre otros; sin límites a sus actividades de trabajo para que puedan desarrollarse y no depender de nadie al mismo tiempo los altos directivos deben entrenar las destrezas de sus colaboradores facultados, es decir, a los trabajadores deben tener la posibilidad de vivir experiencias donde puedan llevar la “batuta” en su respectiva área, por ejemplo: estar a cargo de una reunión de negocios y poder difundir el producto o servicio de la organización en eventos o conferencias, por ello, podrán tener la delegación de autoridad de la mejor manera.

6.3 Compartir la información absoluta sobre el financiamiento, contabilidad, recursos humanos y materiales de la organización, para ello, las personas más ideales en llevarlo a cabo son los gerentes o altos directivos tienen que programar una vez a la semana la reunión con su equipo en un tiempo necesario y óptimo según sea la situación ahí se va a informar las novedades y los movimientos financieros y económicos de la organización, así mismo, los colaboradores interiorizarán la información, podrán debatir y plantear posibles soluciones en beneficio de la empresa. Por lo tanto, al tener toda la información los colaboradores actuarán de manera responsable, generando compromiso en el trabajo.

6.4 Realizar una reestructuración en la empresa a cargo de los gerentes o altos directivos, para ello, se deberá hacer un programa de capacitación que está compuesto por los siguientes temas: el sistema institucional, imagen institucional, establecimiento de metas mensuales, una renovada visión organizacional y valores (confianza, responsabilidad, integridad, pasión, entre otros); puesto que al participar todos, tanto altos directivos como los colaboradores, podrán valorar su contribución como un factor decisivo para la empresa. Por lo tanto, los colaboradores entenderán que son los encargados por los resultados obtenidos en una organización.

REFERENCIAS

- Alarcón G., N. (2015). Planificación estratégica y empowerment en docentes de la Institución Educativa "Miguel Grau", UGEL de Chulucanas, Piura. (Tesis de pregrado). Recuperada de <https://bit.ly/30gCcwg>
- Alles, M. (2013). Rol del jefe: Cómo ser un buen jefe. Buenos Aires: Ediciones Granica
- Alles, M. (2015). Cuestiones de gestión de personas: que hacer para resolverlas. Buenos Aires: Granica
- Amorós E. (2007). Comportamiento organizacional. Lambayeque: Juan Carlos Martínez Coll
- Arroyo C., C. (2018). El empowerment a manera de herramienta gerencial como propuesta para mejorar la estructura organizacional del área operativa de la cooperativa de ahorro y crédito Pakarymuy del Cantón Píllaro. (Tesis de pregrado). Recuperada de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10046/1/241%20o.e..pdf>
- Baena P., G. (2014). Metodología de la investigación. México: Grupo editorial de la patria
- Bernal, I., Pedraza, N. and Sánchez, M. (January / March, 2015). The organizational climate and its relationship with the quality of public health services: design of a theoretical model. *Management Studies*, 31 (134), 8-19.
- Bernal T., C. (2006). Metodología de la investigación para administración, economía humanidades, y ciencias sociales. México: Pearson educación
- Bossidy, L. y Charan, R. (2017). El arte de la ejecución en los negocios. México: Grupo editorial Penguin Random House
- Cálix, C., Martínez, L., Vigier, H., and Núñez, J. (January / June, 2016). The role of empowerment in business success. *Administrative Investigation*, (17), 23-37.
- Castañeda, C., Orozco, M. y Rincón, G. (Junio, 2015). "Empoderamiento", una utopía posible para reconstruir la humanización en Unidades de Cuidado Crítico. *Hacia promoc. Salud*, 20(1), 13-34.
- Castro, Y. y Nuñez, V. (2018). Empowerment como una herramienta de mejora en el rendimiento laboral de los colaboradores en el área de RR.HH De La Empresa Agropucalá S.A.A., Pucalá 2017. (Tesis de pregrado). Recuperada de <https://bit.ly/2Hh2MMT>
- Carruyo, N., Ureña, Y. y Quiñones, E. (Julio/octubre, 2016). Empoderamiento digital: integración universidad, empresa y políticas públicas para el desarrollo endógeno. *Negotium*, 12(36), 20-34.

- Clemente, J. (Octubre/diciembre, 2016). Atributos relevantes de la calidad en el servicio y su influencia en el comportamiento postcompra. El caso de las hamburgueserías en España. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 26 (62), 69-78.
- Coromoto, M., y Del Valle, N. (Julio/diciembre, 2016). Comportamiento de los niveles de calidad del servicio de comida rápida según las características de los usuarios. Municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Universidad & Empresa, 18 (31), 59-84.
- Covey, S. (Julio/Septiembre, 2011). Gestión. <https://issuu.com/milkywayway/docs/gestion-julio-sept.-2011-el-legado-de-la-confianza>
- Cruz, L. (Mayo/agosto, 2009). El concepto de autoridad en el pensamiento de Aristóteles y su relación con el concepto de autoridad en el comportamiento administrativo. Revista Virtual Universidad Nacional Autónoma de México, 231, 53-78.
- Daft, R. (2010). Teoría y diseño organizacional. (10.^a ed.). México: Cengage Learning.
- De la Cruz, I. (2014). Comunicación efectiva y trabajo en equipo. España: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
- De León D., P. (2018). Liderazgo y empoderamiento (Tesis de pregrado). Recuperada de <http://biblio3.url.edu.gt/publijrcifuentes/TESIS/2018/05/43/DeLeon-Pablo.pdf>
- Denton, K. (1991). Calidad en el servicio a los clientes. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Fernández, M. y Campiña, G. (2015). Atención básica al cliente MF1329_1. Madrid: Ediciones Paraninfo
- Gallardo, A. y Reynaldos, K. (Octubre, 2014). Calidad de servicio: satisfacción usuaria desde la perspectiva de enfermería. Enfermería Global, 13(36), 353-363.
- Gil, M. y Giner, D. (2010). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. (8.^a ed.). Madrid: ESIC Editorial
- González G., J. (2015). Educación, Desarrollo y Cohesión Social. España: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha
- Gonzales, L., Gónzales, C., Pelegrín, J. y Juaneda, E. (2014). La calidad en las organizaciones turísticas. España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Guzmán, C., Pontes P. y Szuflița, M. (Mayo, 2015). Empowerment y satisfacción laboral. ReiDoCrea, 4, 66-73.
- Hansen, B. y Ghare, P. (1999). Control de calidad. (2.^a ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos

- Hernández, A. (Diciembre, 2016). Aproximación teórica a modelo de cambio planeado de gestión organizacional para la innovación educativa desde la Teoría de la Complejidad y Empowerment. *Jornadas de Investigación e Innovación Educativa*, 2, 182-198.
- Hernández, I., Alvarado, J. y Luna, S. (Febrero/mayo, 2015). Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 44, 135-151.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. (5.^a ed.). México: Mcgraw-Hill
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.^a ed.). México: Mcgraw-Hill
- Hernández, R. (2003). *Metodología de la investigación*. (5.^a ed.). México D.F Pearson.
- Huertas, R. y Domínguez, G. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. España: Ediciones Universidad Barcelona
- Hullcapi, M., Mora, J. y Bayas, A. (Julio, 2017). *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Rar\$Dla0.087/empoderamiento-pymes-ecuador.pdf
- Ibarra, L. y Casas, E. (Enero/marzo, 2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60 (1), 229-260.
- Jiménez, W. (2000). *Evolución del pensamiento administrativo en la educación costarricense*. Costa Rica: EUNED
- Labella V., A. (2014). *Programas de autonomía e higiene personal, a realizar en el comedor escolar con un acnnee*. España: IC Editorial
- Loli, A., Navarro, V., Carpio, J. y Vergara, A. (Junio/julio, 2016). Confianza y empoderamiento de los empleados en organizaciones públicas y privadas de Lima. *Revista IIPSI*, 19(2), 163 – 177.
- López D., L. (2015). *Empoderamiento y satisfacción laboral (Tesis de pregrado)*. Recuperada de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2015/05/43/Lopez-Leslie.pdf>
- Mamani C., D. (2017). *Análisis del empowerment en el desempeño laboral de los colaboradores del hotel Taypikala Lago Chucuito Puno 2017 (Tesis de pregrado)*. Recuperada de <https://bit.ly/2W1MSiV>

- Matsumoto, R. (Octubre, 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*, (34), 181-209.
- Monsalve, C. and Hernández, S. (January / June, 2015). Management of the quality of service in the hotel industry as a key element in the development of sustainable tourism destinations: Bucaramanga case. *School Business Administration Magazine*, (78), 162-173.
- Moyano, J., Bruque, S. y Martínez, P. (2011). Gestión de la calidad en empresas tecnológicas de TQM a ITIL. Bogotá: Ediciones de la U
- Moreno B., M. (2015). Liderazgo participativo y empoderamiento como técnicas administrativas para mejorar la satisfacción personal en la escuela la florida (Tesis de maestría). Recuperada de <http://biblo.una.edu.ve/docu.7/bases/marc/texto/t39688.PDF>
- Moreno, E. (Febrero/mayo, 2014). Empowerment, el liderazgo e innovación en empresas de servicios, como ventaja competitiva en medianas empresas del Municipio De Tecoman, Colima, México. *Desarrollo Gerencial*, 6(2), 72-96.
- Mulens, C., Consuegra, M., Castellanos, I., Alonso, O. (Enero, 2016). El modelo de empoderamiento en el proceso de enseñanza aprendizaje en la carrera licenciatura en enfermería. *Revista Cubana de Tecnología de la Salud*, 7(3), 27-31.
- Ordóñez, R. y Rodríguez, M. (Noviembre/mayo, 2014). Las expectativas de los estudiantes y la calidad del servicio ofertado por la universidad de Sevilla. *Revista Complutense de Educación*, 27 (3), 901-922.
- Padilla A., J. (2016). El empowerment organizacional y la satisfacción laboral en la empresa Inversiones Portaimport S.A.C., Huancayo. (Tesis de pregrado). Recuperada de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/continental/3378/1/INV_FCE_308_TE_Patilla_Aguirre_2017.pdf
- Palella, S. y Martins, F. (2012). Investigación cuantitativa. Venezuela: FEDUPEL.
- Pedraza, N., Lavín, J., González, A. y Bernal, I. (Julio/diciembre, 2014). Factores determinantes en la calidad del servicio sanitario en México: Caso ABC. *Entramado*, 10 (2), 76-89.
- Portilla, C., L. (2017). Empoderamiento de los empleados y su rol moderador sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una empresa de servicios logísticos 2015. (Tesis de pregrado). Recuperada de <https://bit.ly/2Hw3kyT>

- Ramírez, T. (1997). Como hacer un proyecto de investigación. Caracas: Panapo
- Ríos, F. (2018). El empowerment y su efecto en la calidad al servicio al cliente, del Restaurant “Al Paso” en el Valle de Yunguilla. (Tesis de pregrado). Recuperada de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7107/1/128%20MKT.pdf>
- Ríos, M., Téllez, M. and Ferrer, J. (November / January, 2010). The empowerment as a predictor of organizational commitment in SMEs. *Accounting and administration*, (231), 103-125.
- Roig, J. (1996). El estudio de los puestos de trabajo. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Román, J., Krikorian, A., Ruiz, C. y Betancur, A. (Abril/junio, 2016). Apoyo organizacional y empoderamiento como antecedentes de comportamientos empoderados y participación de los empleados. *Estudios Gerenciales*, 32 (139), 154-161.
- Silva, Y., & Gandoy, F., Jara, C., and Pacenza, M. (July / December, 2015). Teacher leadership and levels of empowerment of students in a seminar on community practices of a public university in Argentina. *Cuadernos de Administración*, 31 (54), 68-79.
- Solís S., G. (2016). El Liderazgo y su relación con el empowerment de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas – 2016 (Tesis de pregrado). Recuperada de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/238>
- Sotelo, J. y Figueroa, E. (Julio/diciembre, 2017). El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(15), 582-609
- Sulser, R. y Pedroza, J. (2004). Exportation efectiva: reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador. México: Ediciones Fiscales ISEF
- Torres, L. (Marzo/abril, 2015). La gestión de información y la gestión del conocimiento. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 19(2), 96-98.
- Torres, Z. y Torres, H. (2014). Planeación y control. México: Grupo Editorial Patria.
- Torres, M. y Vásquez, S. (Febrero/diciembre, 2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*. 18 (35), 57-76.
- Urrea, O y Chica, S. (2008). Gerencias de recursos físicos y financieros. Bogotá
- Velasco S., J. (2014). Gestión de la calidad. (2.ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide
- Vera, J., and Espinosa, M. (July / September, 2014). Relevant attributes of quality in the

service and its influence towards brand loyalty in the car insurance industry in Mexico.
Accounting and Administration, 59 (3), 285-306.

Zeithaml, V., Bitner, M. y Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios*. (2.^a ed.). México:
Mcgraw-Hill

Zenger, J., Folkman, J. y Edinger, S. (2009). *El líder inspirador*. Barcelona: PROFIT
editorial

ANEXOS

ANEXO A

CUESTIONARIO

EMPOWERMENT Y CALIDAD DEL SERVICIO EN EL ÁREA DE VENTAS DEL GRUPO BRUILD S.A.C., LIMA, AÑO 2019

A. INTRODUCCIÓN:

Estimado(a) trabajador, el presente cuestionario es parte del desarrollo de proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de empowerment y calidad del servicio en el área de ventas de Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.

B. INDICACIONES:

- Este cuestionario es ANÓNIMO. Por favor, responde con sinceridad
- Lea determinadamente coma ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas.
Contesta a las preguntas marcando con una “X”.

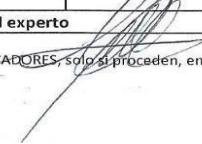
El significado de cada número es: 1 = “Totalmente en desacuerdo”, 2 = “Desacuerdo” 3 = “Indiferente”, 4 = “De acuerdo”, 5 = “Totalmente de acuerdo”.

VARIABLE 1: Empowerment						
DIMENSIONES	ÍTEMS	1	2	3	4	5
Delegación de autoridad	1. Los jefes demuestran confianza al delegar le autoridad.					
	2. Entre sus compañeros de la empresa tienen confianza cuando reciben delegación.					
	3. Cuando realiza una actividad que implica mucha responsabilidad se angustia.					
	4. Se distribuye de forma correcta las tareas de trabajo para el delegado.					
Responsabilidad	5. La toma de decisiones se maneja mejor cuando se delega responsabilidades.					
	6. Las responsabilidades se le otorga por sus habilidades.					
	7. Cuando se da un esfuerzo adicional por el bien de la organización siempre se siente comprometido.					

	8. El compromiso de realizar un trabajo de calidad es ideal para la mejora de la empresa.					
Autonomía	9. La autonomía que tiene le permite manejar mejor la capacidad de decisiones.					
	10. La autonomía en el trabajo le permite tener la capacidad de decisión enfocada a mejorar las ventas.					
	11. Su autonomía le permite tener creatividad para mejorar los servicios.					
	12. Las decisiones que tiene influye en la eficiencia del servicio.					
VARIABLE 2: Calidad del servicio						
Confiabilidad	13. Al tener usted capacidad de ejecución va a poder lograr todas las metas planteadas por la organización según el área establecida.					
	14. Los clientes de la empresa se sienten satisfechos con los servicios que se usted le otorga.					
	15. Cuenta con los recursos necesarios para cumplir sus funciones.					
Tangibles	16. La infraestructura de la empresa es adecuada para el servicio.					
	17. La empresa otorga servicios a un nivel superior.					
	18. La iniciativa que tiene usted es tomado en cuenta para mejorar la calidad del servicio.					
Empatía	19. La comunicación entre usted y sus compañeros de trabajo es adecuada y oportuna.					
	20. Cuenta con la capacidad para diferenciar las necesidades y características de un cliente u otro.					
Sensibilidad	21. Usted otorga las necesidades determinadas a los clientes.					
	22. Usted responde oportunamente ante cualquier aspecto negativo en el servicio.					
Seguridad	23. La información u entendimiento del servicio que brinda la empresa lo maneja de una forma óptima.					
	24. La documentación emitida por la empresa tiene todos los elementos de credibilidad y seguridad.					

ANEXO B

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Empowerment y calidad del servicio en el área de ventas de Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019							
Apellidos y nombres del Investigador: Alarcón Caballero, Nohomi Katherin							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Casma Zarate, Carlos Antonio							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Empowerment	Delegación de autoridad	Confianza	1. Los jefes demuestran confianza al delegarme autoridad.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Responsabilidad	2. Existe confianza con los compañeros de trabajo al momento de reportar y delegar las funciones.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			3. Las nuevas responsabilidades hace que demuestre mis habilidades.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			4. Existe una correcta división de trabajo según las funciones.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Responsabilidad	Capacidad de decisión	5. Manejo mejor la capacidad de decisión cuando aumentan las responsabilidades.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Compromiso en el trabajo	6. Asumo las responsabilidades por la decisión que tomo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			7. El compromiso con el trabajo hace que cumpla las responsabilidades brindadas por el área de ventas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			8. Te sientes comprometido a dar, en ocasiones, un esfuerzo adicional por el bien de la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Autonomía	Toma de decisiones	9. Se toma las decisiones acertadas en diferentes casos de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			10. Las decisiones tomadas en el área de ventas influyen de forma asertiva frente a otras áreas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Autogestión	11. Entiendo con claridad la autonomía que se me ha encargado para poder auto gestionar de modo adecuado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			12. El autodesarrollo nos permite ser eficiente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Calidad del servicio	Confiabilidad	Capacidad de ejecución	13. Tengo la capacidad para ejecutar mis propios proyectos dentro de la organización.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	<input checked="" type="checkbox"/>		
		14. La fiabilidad es parte de la confiabilidad de un servicio brindado.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Tangibles	Fiabilidad	15. La empresa provee los materiales y equipos necesarios para poder desarrollar las actividades sin demora.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			16. La empresa cuenta con instalaciones adecuadas para poder ofrecer un buen servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Gestión de recursos físicos	17. La empresa maneja estándares adecuados de calidad de servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			18. Existe la iniciativa para la mejora de la calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Sensibilidad	Calidad	19. Entre directivos, trabajadores y clientes mantengo una comunicación fluida para mejora del servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			20. Brindo atención personalizada con un nivel de empatía adecuado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Atención personalizada	21. Se cubre las necesidades de los clientes y son atendidos en concordancia a ello.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			22. Manejo una rápida respuesta ante cualquier contingencia en el servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Atención del cliente	23. Entre los trabajadores se comparte los conocimientos para crear seguridad al estandarizar el servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			24. Inspiro credibilidad y seguridad al momento de brindar el servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto 				Fecha 19/11/18			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Empowerment y calidad del servicio en el área de ventas de Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019							
Apellidos y nombres del Investigador: Alarcón Caballero, Nohomi Katherin							
Apellidos y nombres del experto: DR. COSTILLA CASTILLO PEDRO.							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Empowerment	Delegación de autoridad	Confianza	1. Los jefes demuestran confianza al delegarme autoridad.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	/		
		Responsabilidad	2. Existe confianza con los compañeros de trabajo al momento de reportar y delegar las funciones.		/		
			3. Las nuevas responsabilidades hace que demuestre mis habilidades.		/		
			4. Existe una correcta división de trabajo según las funciones.		/		
	Responsabilidad	Capacidad de decisión	5. Manejo mejor la capacidad de decisión cuando aumentan las responsabilidades.		/		
		Compromiso en el trabajo	6. Asumo las responsabilidades por la decisión que tomo.		/		
			7. El compromiso con el trabajo hace que cumpla las responsabilidades brindadas por el área de ventas.		/		
			8. Te sientes comprometido a dar, en ocasiones, un esfuerzo adicional por el bien de la organización.		/		
	Autonomía	Toma de decisiones	9. Se toma las decisiones acertadas en diferentes casos de la empresa.		/		
		Autogestión	10. Las decisiones tomadas en el área de ventas influyen de forma asertiva frente a otras áreas.		/		
			11. Entiendo con claridad la autonomía que se me ha encargado para poder auto gestionar de modo adecuado.		/		
			12. El autodesarrollo nos permite ser eficiente.		/		
Calidad del servicio	Confiabilidad	Capacidad de ejecución	13. Tengo la capacidad para ejecutar mis propios proyectos dentro de la organización.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	/		
		Fiabilidad	14. La fiabilidad es parte de la confiabilidad de un servicio brindado.		/		
			15. La empresa provee los materiales y equipos necesarios para poder desarrollar las actividades sin demora.		/		
	Tangibles	Gestión de recursos físicos	16. La empresa cuenta con instalaciones adecuadas para poder ofrecer un buen servicio.		/		
		Calidad	17. La empresa maneja estándares adecuados de calidad de servicio.		/		
			18. Existe la iniciativa para la mejora de la calidad.		/		
	Empatía	Comunicación	19. Entre directivos, trabajadores y clientes mantengo una comunicación fluida para mejora del servicio.		/		
		Atención personalizada	20. Brindo atención personalizada con un nivel de empatía adecuado.		/		
		Sensibilidad	Atención del cliente		21. Se cubre las necesidades de los clientes y son atendidos en concordancia a ello.	/	
	Capacidad de respuesta		22. Manejo una rápida respuesta ante cualquier contingencia en el servicio.		/		
	Seguridad	Conocimiento	23. Entre los trabajadores se comparte los conocimientos para crear seguridad al estandarizar el servicio.		/		
		Credibilidad	24. Inspiro credibilidad y seguridad al momento de brindar el servicio.		/		
Firma del experto			Fecha 19/11/18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación: Empowerment y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019							
Apellidos y nombres del Investigador: Alarcón Caballero, Nohomi Katherin							
Apellidos y nombres del experto: Dra. VILWAVEVA FIGUEROA, ROSA ELVIRA - DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN, M.G. MARKETING y COMERC. INTERNAC., ESP. METODOLOGÍA							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Empowerment	Delegación de autoridad	Confianza	1. Los jefes demuestran confianza al delegarme autoridad.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Responsabilidad	2. Existe confianza con los compañeros de trabajo al momento de reportar y delegar las funciones.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			3. Las nuevas responsabilidades hace que demuestre mis habilidades.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		División de trabajo	4. Existe una correcta división de trabajo según las funciones.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Responsabilidad	Capacidad de decisión	5. Manejo mejor la capacidad de decisión cuando aumentan las responsabilidades.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Compromiso en el trabajo	6. Asumo las responsabilidades por la decisión que tomo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			7. El compromiso con el trabajo hace que cumpla las responsabilidades brindadas por el área de ventas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			8. Te sientes comprometido a dar, en ocasiones, un esfuerzo adicional por el bien de la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Autonomía	Toma de decisiones	9. Se toma las decisiones acertadas en diferentes casos de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Autogestión	10. Las decisiones tomadas en el área de ventas influyen de forma asertiva frente a otras áreas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			11. Entiendo con claridad la autonomía que se me ha encargado para poder auto gestionar de modo adecuado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			12. El autodesarrollo nos permite ser eficiente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Calidad del servicio	Confiabilidad	Capacidad de ejecución	13. Tengo la capacidad para ejecutar mis propios proyectos dentro de la organización.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Fiabilidad	14. La fiabilidad es parte de la confiabilidad de un servicio brindado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			15. La empresa provee los materiales y equipos necesarios para poder desarrollar las actividades sin demora.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Tangibles	Gestión de recursos físicos	16. La empresa cuenta con instalaciones adecuadas para poder ofrecer un buen servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Calidad	17. La empresa maneja estándares adecuados de calidad de servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Empatía	Comunicación	18. Existe la iniciativa para la mejora de la calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Atención personalizada	19. Entre directivos, trabajadores y clientes mantengo una comunicación fluida para mejora del servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Sensibilidad	Atención del cliente	20. Brindo atención personalizada con un nivel de empatía adecuado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Capacidad de respuesta	21. Se cubre las necesidades de los clientes y son atendidos en concordancia a ello.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguridad	Conocimiento	22. Manejo una rápida respuesta ante cualquier contingencia en el servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Credibilidad	23. Entre los trabajadores se comparte los conocimientos para crear seguridad al estandarizar el servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Firma del experto				24. Inspiro credibilidad y seguridad al momento de brindar el servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>	
			Fecha: 26/11/18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

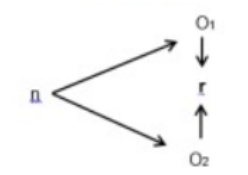
Título de la Investigación: Empowerment y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019									
Apellidos y nombres del Investigador: Alarcón Caballero, Nohomi Katherin									
Apellidos y nombres del experto: BALTOIANO VALDIVIA ROGER ORLANDO (MAGISTER EN GESTION DEL TALENTO HUMANO)									
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS		
Empowerment	Delegación de autoridad	Confianza	1. Los jefes demuestran confianza al delegarme autoridad.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Responsabilidad	2. Existe confianza con los compañeros de trabajo al momento de reportar y delegar las funciones.		<input checked="" type="checkbox"/>				
			3. Las nuevas responsabilidades hace que demuestre mis habilidades.		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Responsabilidad	División de trabajo	4. Existe una correcta división de trabajo según las funciones.		<input checked="" type="checkbox"/>				
		Capacidad de decisión	5. Manejo mejor la capacidad de decisión cuando aumentan las responsabilidades.		<input checked="" type="checkbox"/>				
			6. Asumo las responsabilidades por la decisión que tomo.		<input checked="" type="checkbox"/>				
		Compromiso en el trabajo	7. El compromiso con el trabajo hace que cumpla las responsabilidades brindadas por el área de ventas.		<input checked="" type="checkbox"/>				
			8. Te sientes comprometido a dar, en ocasiones, un esfuerzo adicional por el bien de la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>				
		Autonomía	Toma de decisiones		9. Se toma las decisiones acertadas en diferentes casos de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Autogestión		10. Las decisiones tomadas en el área de ventas influyen de forma asertiva frente a otras áreas.		<input checked="" type="checkbox"/>				
			11. Entiendo con claridad la autonomía que se me ha encargado para poder auto gestionar de modo adecuado.		<input checked="" type="checkbox"/>				
	Calidad del servicio	Confiabilidad	Capacidad de ejecución		13. Tengo la capacidad para ejecutar mis propios proyectos dentro de la organización.	Ordinal (Likert) 1.-TD 2.-D 3.-I 4.-A 5.TA	<input checked="" type="checkbox"/>		
14. La fiabilidad es parte de la confiabilidad de un servicio brindado.			<input checked="" type="checkbox"/>						
Tangibles		Fiabilidad	15. La empresa provee los materiales y equipos necesarios para poder desarrollar las actividades sin demora.	<input checked="" type="checkbox"/>					
		Gestión de recursos físicos	16. La empresa cuenta con instalaciones adecuadas para poder ofrecer un buen servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Empatía		Calidad	17. La empresa maneja estándares adecuados de calidad de servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>					
			18. Existe la iniciativa para la mejora de la calidad.	<input checked="" type="checkbox"/>					
		Comunicación	19. Entre directivos, trabajadores y clientes mantengo una comunicación fluida para mejora del servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Sensibilidad		Atención personalizada	20. Brindo atención personalizada con un nivel de empatía adecuado.	<input checked="" type="checkbox"/>					
		Atención del cliente	21. Se cubre las necesidades de los clientes y son atendidos en concordancia a ello.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Seguridad		Capacidad de respuesta	22. Manejo una rápida respuesta ante cualquier contingencia en el servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>					
		Conocimiento	23. Entre los trabajadores se comparte los conocimientos para crear seguridad al estandarizar el servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>					
		Credibilidad	24. Inspiro credibilidad y seguridad al momento de brindar el servicio.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Firma del experto			Fecha 03/12/2018						

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

ANEXO C

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACIÓN Y MUESTRA
GENERAL: ¿Qué relación existe entre el empowerment y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019?	GENERAL: Determinar la relación del empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019	GENERAL: Existe relación significativa entre empowerment y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.	VARIABLE 1: Empowerment	Delegación de autoridad	Hipotético – deductivo	Trabajadores de la empresa Grupo Bruild S.A.C
				Responsabilidad	ENFOQUE	
					Cuantitativo	
					TIPO	
Autonomía	Aplicada	Encuesta con escala tipo Likert				
NIVEL						
ESPECÍFICOS: a) ¿Qué relación existe entre la delegación de autoridad y calidad del servicio en el área de ventas de Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019? b) ¿Qué relación existe entre la responsabilidad y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019? c) ¿Qué relación existe entre la autonomía y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019?	ESPECÍFICOS: a) Determinar la relación de la delegación de autoridad y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019 b) Determinar la relación de la responsabilidad y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019 c) Determinar la relación de la autonomía y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019	ESPECÍFICOS: a) Existe relación significativa entre la delegación de autoridad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. b) Existe relación significativa entre la responsabilidad y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019. c) Existe relación significativa entre la autonomía y la calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Bruild S.A.C., Lima, año 2019.	VARIABLE 2: Calidad del servicio	Confiabilidad	Descriptiva – correlacional	INSTRUMENTO
				DISEÑO		
				Tangibles	No experimental y de corte transversal	24 ÍTEMS
				Empatía		
				Sensibilidad		
				Seguridad		



ANEXO D

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Lima, 16 de mayo del 2019

Señores
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Escuela de Administración

De mi mayor consideración

Yo Ramírez Meza Bruno con DNI N° 70972810, en mi calidad de Director de Tecnología empresa GRUPO BRUILD S.A.C., autorizo a Alarcón Caballero Nohomi Katherin estudiante de la Universidad Cesar Vallejo a utilizar la información confidencial de la empresa para el desarrollo del proyecto de investigación “Empowerment y calidad del servicio en el área de ventas del GRUPO BRUILD S.A.C. Lima, 2019”

Con condiciones estructurales, el estudiante se obliga a no divulgar ni usar para fines personales la información (documentos, contratos, estados de cuenta y demás materiales); no proporcionar a terceras personas, verbalmente o por escrito, directa o indirectamente, información alguna de las actividades y/o procesos de cualquier clase que fueran observados en la empresa durante la duración del proyecto.

El estudiante asume toda información y el resultado del proyecto sean de uso exclusivamente académico.

GRUPO BRUILD SAC

BRUNO RAMIREZ MEZA
DIRECTOR DE TECNOLOGIA

RAMIREZ MEZA BRUNO
DIRECTOR DE TECNOLOGÍA

ANEXO E: Acta de aprobación de originalidad de tesis

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
-------------------------------------	--	---

Yo, DR. VICTOR DÁVILA ARENAZA, docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial LIMA NORTE, revisor de la tesis titulada:

“EMPOWERMENT Y CALIDAD DEL SERVICIO EN EL ÁREA DE VENTAS DEL GRUPO BRUILD S.A.C., LIMA, AÑO 2019”, de estudiante NOHOMI KATHERIN ALARCÓN CABALLERO constato que la investigación tiene un índice de similitud de 27% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita 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.

Los Olivos, 05 de febrero del 2020



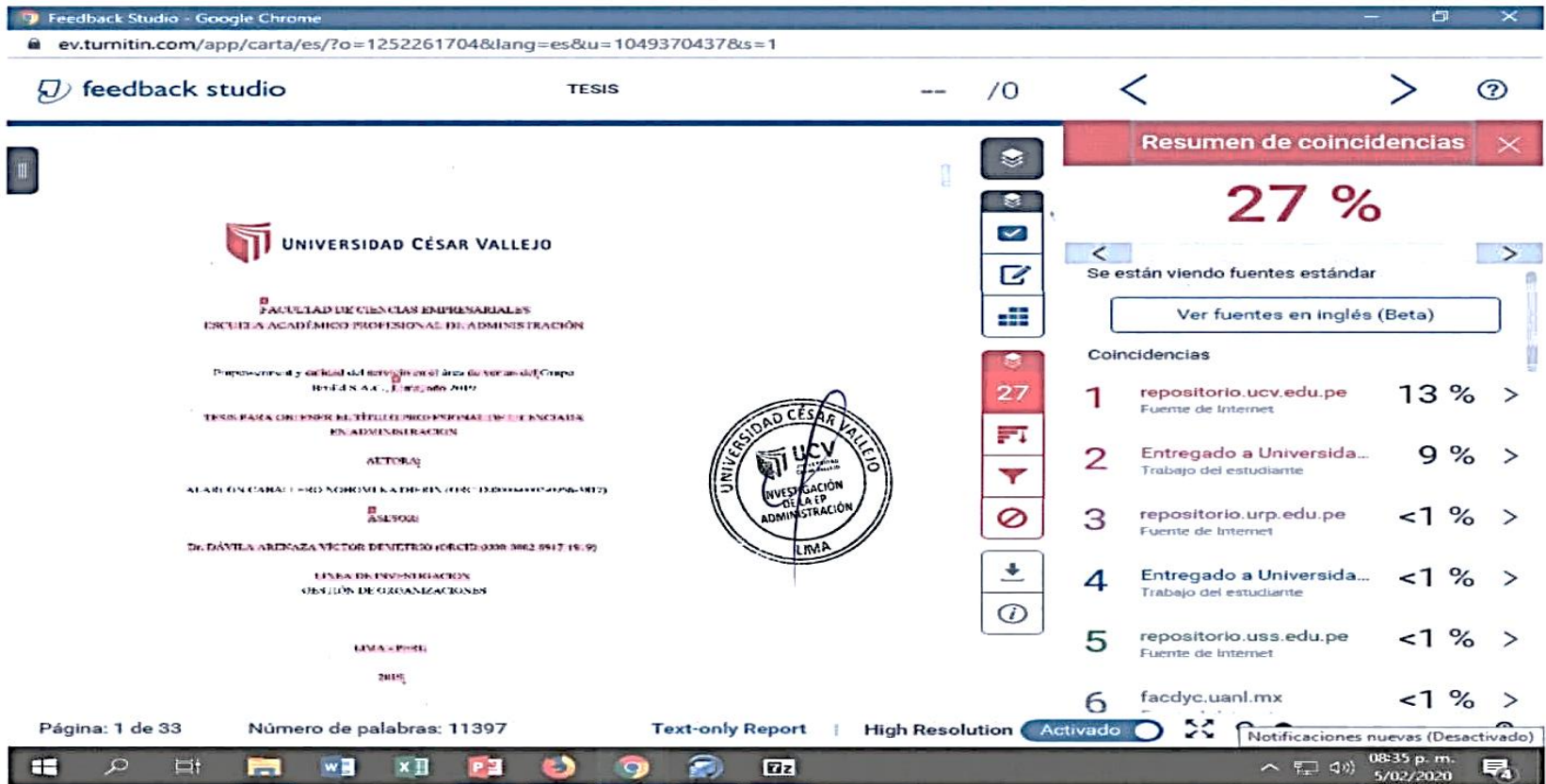

Dr. Víctor Dávila Arenaza

DNI: 08467692

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

ANEXO F: Pantallazo del software turnitin

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 04-07-2018 Página : 1 de 1
---	--	---



Feedback Studio - Google Chrome
 ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=1252261704&lang=es&u=1049370437&s=1

feedback studio TESIS /0

Resumen de coincidencias

27 %

Se están viendo fuentes estándar
[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

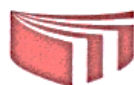
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	13 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	9 %
3	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
5	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
6	facdyc.uanl.mx	<1 %

Página: 1 de 33 Número de palabras: 11397 Text-only Report | High Resolution **Activado** Notificaciones nuevas (Desactivado)

08:35 p. m. 5/02/2020

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

ANEXO G: Formulario de autorización para la publicación de la tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Alarcón Caballero, Nohomi Katherin

D.N.I. : 75620965

Domicilio : Mz C Lote 11 Urb. Horizonte Azul – San Martín de Porres

Teléfono : Fijo : - Móvil : 959277786

E-mail : katherinac2912@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Administración

Carrera : Administración

Título : Licenciado en administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Alarcón Caballero, Nohomi Katherin

Título de la tesis:

Empowerment y calidad del servicio en el área de ventas del Grupo Build
S.A.C., Lima, año 2019

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha:

05/02/2020

ANEXO H: Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DE LA TESIS

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DE LA TESIS QUE PRESENTA:

ALARCÓN CABALLERO, NOHOMI KATHERIN

INFORME TÍTULADO:

EMPOWERMENT Y CALIDAD DEL SERVICIO EN EL ÁREA DE VENTAS DEL GRUPO BRUILD S.A.C., LIMA,
AÑO 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 09/07/2019

NOTA O MENCIÓN: 17 (DIECISIETE)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN