



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA AGENCIA DEL BANCO DE MICRO FINANZAS DEL PERÚ DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autor:

Br. Junior Fernando Ortiz Luque

Asesor:

Mg. Elizabeth E. García Salirrosas

Lima – Perú

2019

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS

El asesor García Salirrosas Elizabeth Emperatriz, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN**, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis del estudiante:

- Ortiz Luque Junior Fernando

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: “**Empowerment y su efecto en la calidad de servicio en una agencia del Banco de Micro Finanzas de Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017**” para aspirar al título profesional de: Administración por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

Mg. Elizabeth Emperatriz García Salirrosas

ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Los miembros del jurado evaluador asignados han procedido a realizar la evaluación de la tesis del estudiante: Ortiz Luque Junior Fernando, para aspirar al título profesional con la tesis denominada: **“Empowerment y su efecto en la calidad de servicio en una agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017”**

Luego de la revisión del trabajo, en forma y contenido, los miembros del jurado concuerdan:

Aprobación por unanimidad

Aprobación por mayoría

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Calificativo:

Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

Firman en señal de conformidad:

Mg. María Jeanett Ramos Cavero
Jurado
Presidente

Mg. Oscar Orlando Rodriguez
Vargas
Jurado

Mg. Rosa Diana Pedroza San
Miguel
Jurado

DEDICATORIA

*A mi padre: Ortiz Montano, Fernando
Francisco*

*A mi madre: Luque Coronado, Aydee
Marlene*

*Gracias a ustedes pude llegar a
convertirme en la persona que soy ahora,
muchos de mis logros se los debo a ustedes,
incluido este.*

*A mis hermanos: Ortiz Luque, Jean Pool
Ortiz Luque, Jean Pierre*

*Gracias permanentes por su apoyo
incondicional.*

A Dios que siempre me guía e ilumina.

AGRADECIMIENTO

*A mi padre: Ortiz Montano, Fernando
Francisco*

*A mi madre: Luque Coronado, Aydee
Marlene*

*Gracias permanentes por brindarme su
apoyo incondicional.*

*A la Mg. García Salirrosas, Elizabeth
Asesora de tesis*

*Por bríndame su guía, recomendaciones y
enseñanzas brindadas a lo largo del
desarrollo de la presente investigación.*

Tabla de contenidos

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	3
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Realidad problemática.....	13
1.2. Formulación del problema.....	36
1.2.1. <i>Formulación de problema específico</i>	36
1.3. Objetivos	37
1.3.1. <i>Objetivo General</i>	37
1.3.2. <i>Objetivos Específicos</i>	37
1.4. Hipótesis.....	37
1.4.1. <i>Hipótesis general</i>	37
1.4.2. <i>Hipótesis específicas</i>	38
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA	39
2.1. Tipo de investigación	39
2.2. Población y muestra.....	39
2.2.1. <i>Población</i>	39
2.2.2. <i>Muestra</i>	40
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.	40
2.3.1. <i>Para recolectar datos.</i>	40
2.3.2. <i>Para analizar información.</i>	41
2.4. Procedimiento	41
CAPÍTULO 3. RESULTADOS	42
3.1. Análisis de la confiabilidad.....	42
3.2. Análisis descriptivo.....	43
3.3. Prueba de hipótesis	51
CAPÍTULO 4. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES.....	55
REFERENCIAS.....	60
ANEXOS.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Diseño de investigación.....	39
Tabla 2 Número de encuestados para realizar el análisis de confiabilidad	42
Tabla 3 Resultado del análisis de confiabilidad	42
Tabla 4 Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable independiente	43
Tabla 5 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión reputación.....	44
Tabla 6 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión trabajo en equipo.....	45
Tabla 7 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión toma de decisiones y control.....	46
Tabla 8 Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable dependiente	47
Tabla 9 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión comodidad.....	48
Tabla 10 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión capacidad de respuesta	49
Tabla 11 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión empatía	50
Tabla 12 Coeficiente de correlación de Spearman de las variables empowerment y calidad de servicio.....	51
Tabla 13 Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión toma de decisiones y control, y la variable calidad de servicio.	52
Tabla 14 Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión trabajo en equipo y la variable calidad de servicio.	53
Tabla 15 Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión reputación y la variable calidad de servicio.	54

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Distribución porcentual de la variable independiente _____	43
Gráfico 2 Distribución porcentual de la dimensión reputación _____	44
Gráfico 3 Distribución porcentual de la dimensión trabajo en equipo _____	45
Gráfico 4 Distribución porcentual de la dimensión toma de decisiones y control _____	46
Gráfico 5 Distribución porcentual de la variable dependiente _____	47
Gráfico 6 Distribución porcentual de la dimensión comodidad _____	48
Gráfico 7 Distribución porcentual de la dimensión capacidad de respuesta _____	49
Gráfico 8 Distribución porcentual de la dimensión empatía _____	50

RESUMEN

El empowerment es una técnica administrativa que consiste esencialmente en el facultamiento de poderes a los empleados; en la agencia del Banco de Micro finanzas del Perú se práctica esta técnica pero de forma parcial debido al incumplimiento de algunos términos de esta técnica. La correcta implementación del empowerment origina la mejora continua de la organización, por esta razón se debe continuar con la implementación de esta técnica aceptando completamente todos los términos del empowerment.

El presente trabajo de investigación de propósito básico y de alcance correlacional, se en marcó en un diseño no experimental transversal, tuvo como objetivo determinar el efecto del empowerment en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017. La hipótesis formulada fue la siguiente: El empowerment tiene efecto en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho.

El material de estudio con el que cuenta la investigación es de 3424 clientes de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú y una muestra de 345 clientes, obtenida a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple. La técnica aplicada para la recopilación de información es la encuesta y el instrumento utilizado es la escala de Likert. El análisis de confiabilidad del instrumento realizado, a través del cálculo del alfa de Cronbach dio como resultado 0.866, lo cual indica a su vez que el instrumento se encuentra en un nivel muy bueno de confiabilidad.

Los resultados conseguidos en la investigación demuestran que el 87,54% de los encuestados consideran que el empowerment en la agencia de San Juan de Lurigancho del Banco de Micro Finanzas del Perú se desarrolla a un nivel alto; a su vez, el 90,43% de los encuestados consideran que la calidad de servicio que brinda el banco se desarrolla a un alto nivel.

La investigación se concluye afirmando que el empowerment afecta a la calidad del servicio en la agencia de San Juan de Lurigancho del Banco de Micro Finanzas del Perú. Se recomienda que, la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú continúe aplicando el empowerment por los beneficios que brinda en relación a la calidad de servicio.

Palabras clave: Empowerment, Calidad de servicio, facultar, servicio, cliente.

ABSTRACT

Empowerment is an administrative technique that consists essentially in empowering employees; in the agency of the Bank of Micro Finance of Peru this technique is practiced but, partially due to the breach of some terms of this technique. The correct implementation of empowerment causes the continuous improvement of the organization, for this reason it is necessary to continue with the implementation of this technique completely accepting all the terms of empowerment.

The present research work of basic purpose and correlational scope, was marked in a cross-sectional non-experimental design, aimed to determine the effect of empowerment on the quality of service of the agency of the Bank of Micro Finance of Peru of the district of San Juan de Lurigancho 2017. The hypothesis formulated was the following: Empowerment has an effect on the quality of service of the agency of the Bank of Micro Finance of Peru in the district of San Juan de Lurigancho.

The study material that the investigation has is from 3424 clients of the agency of the Micro Finance Bank of Peru and a sample of 345 clients, obtained through a simple random probabilistic sampling. The technique used to gather information is the survey and the instrument used is the Likert scale. The reliability analysis of the instrument performed, through the calculation of Cronbach's alpha, resulted in 0.866, indicating its time that the instrument is at a very good level of reliability.

The results obtained in the investigation that 87.54% of the respondents considered the empowerment in the San Juan de Lurigancho agency of the Bank of Micro Finance of Peru is developing at a high level; In turn, 90.43% of respondents believe that the quality of the service provided by the bank is developed at a high level.

The investigation concludes by affirming that empowerment affects the quality of service in the San Juan de Lurigancho agency of the Micro Finance Bank of Peru. It is recommended that the agency of the Micro Finance Bank of Peru continue to apply empowerment for the benefits it offers in relation to the quality of service.

Keywords: Empowerment, Quality of service, empower, service, customer.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La apertura comercial de Perú hacia nuevos mercados, según Carlos Posada, director ejecutivo del instituto de investigación y desarrollo de comercio exterior de la Cámara de Comercio de Lima [CCL], se inició en la década de los 90' con la creación del Decreto Legislativo N° 668, la firma de TLC con estados unidos, el ingreso de Perú al APEC y la constitución de Alianza del Pacifico (Posada, 2015).

La apertura comercial permitió una mayor versatilidad en la economía peruana, junto a ello uno de los sectores económicos que se vio más afectado fue el sector financiero; según el informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2016), en relación a la constitución económica nacional, dio a conocer que, en el año 2016 el sector de servicios financieros, seguros y pensiones conformo el 4.51% de la constitución del PBI, además este sector tuvo un crecimiento de 5.4% en comparación al año anterior, y solo en el rubro financiero el incremento en comparación al año anterior fue de 6.2%.

El impacto de la apertura comercial conllevó a un cambio en la forma de pensar de los empresarios debido a que, los obligó a incrementar de los estándares de calidad, bajar sus precios y ofrecer un producto más competitivo (Posada, 2015). Además, el impacto de apertura comercial se dio en todos los sectores la economía nacional, incluido el sector financiero. Así mismo, debido al incremento de la competitividad del mercado producto de la apertura comercial, la forma de pensar de los clientes

también empezó a cambiar, ya no solo se enfocaban en buscar una tasa activa menor y una pasiva mayor, ellos ahora también valoran la calidad de servicio que recibían.

La calidad de servicio es un factor fundamental dentro cualquier organización, no solo se debe tener en cuenta como un factor para marcar la diferenciación competitiva, debido a que contribuye a la creación de valor de la organización y en la fidelización de los consumidores, lo cual se ve claramente reflejado en la rentabilidad de la organización. En este sentido, Lovelock y Wirtz (2009) mencionan que, la calidad de servicio se encuentra condicionada por la calificación de los clientes en relación al servicio brindado. En este sentido, se puede decir que los empleados que entran en contacto directo con los clientes, son los responsables de la calidad de servicio de la organización por este motivo, es necesario enfocar los esfuerzos en capacitar y brindar todas las facilidades a los trabajadores para que puedan cumplir con sus labores de forma efectiva.

El empowerment según Blanchard , Carlos, & Randolph (2007), consiste en el facultamiento y la capacitación de los empleados, para que de esta forma ellos puedan desarrollar sus actividades de forma eficaz y eficiente. En este sentido Wilson (2004) menciona que, el empowerment puede ser evaluado en base a el nivel de la toma de decisiones y control que maneja los trabajadores, el nivel de manejo del trabajo en equipo y la reputación de la organización, que es la forma en como es percibida por sus clientes. Además, la correcta aplicación del empowerment brinda los medios necesarios a los trabajadores para que puedan brindar una rápida y eficiente solución a los problemas de los consumidores, generando de esta forma una mayor satisfacción

en los clientes, lo cual a su vez origina una impresión de calidad en el servicio brindado.

Dentro del sistema Micro financiero uno de los bancos más importantes es el Banco de Micro Finanzas del Perú debido a que, posee la más grande captación de clientes dentro del segmento PYME. En este sentido, según el informe sectorial financiero del Pacific Credit Rating (PCR, 2016), para junio del año 2016 dentro del sector de banca múltiple, el Banco de Micro Finanzas del Perú posee una participación del 45.32%, seguido del Banco de Crédito del Perú con una participación de 26.16%.

El Banco de Micro Finanzas del Perú luego de observar el creciente descontento que mostraban sus clientes en relación a la atención que recibían, decidió implementar el empowerment en su organización, por medio de la creación de grupos de trabajo y la delegación de poderes asignando un líder por cada grupo, buscando de esta forma incrementar la motivación y el compromiso de sus trabajadores. Sin embargo, a pesar de la implementación del empowerment, la estructura organizacional de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú no ha cambiado mucho, aún continúa siendo jerárquica.

En la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho, usualmente la toma de decisiones se encuentra centralizada, lo que origina que los empleados tengan que esperar la aprobación de los niveles superiores para poder dar solución a algunos de los problemas que se suscitan en el banco. El lapso de tiempo que puede llegar a tardar la agencia del Banco de Micro

Finanzas del Perú en dar solución a los problemas de sus clientes, puede llegar a convertirse en una fuerte debilidad del banco.

La centralización de poderes dentro de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú, además de originar un mayor tiempo de respuesta a la solución de los problemas de sus clientes, genera la desmotivación de sus empleados debido a que, ellos consideran que el banco no les tiene suficiente confianza como para brindarles una mayor autonomía. Así mismo, esta centralización de poderes origina que los empleados no puedan actuar con la autonomía suficiente para laborar de forma eficiente, y así conseguir la satisfacción de los clientes.

La poca información importante que se comparte con los empleados de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú, constituye un factor más que origina la deficiente implementación y desarrollo del empowerment dentro de la organización. Del mismo modo, la falta de información origina que los empleados no conozcan el estado real del banco y tampoco el aporte de cada uno de ellos a la organización, y por consecuencia no se ven identificados con la organización, lo que genera la poca y casi nula motivación por el cumplimiento y superación de los objetivos organizacionales planteados.

La centralización de poderes y la deficiente compartición de información en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú, puede conllevar a una pérdida sustancial de clientes, lo cual repercutirá de forma drástica en la rentabilidad del banco y en su posición dentro del mercado.

Para que la administración de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú sea efectiva, se necesita la completa aceptación e implementación del empowerment, que implica la compartición de información relevante de la organización, seguido de una mayor capacitación en todos los niveles de la organización y una mayor delegación de poderes.

La adecuada implementación del empowerment, ayuda a incrementar significativamente la motivación de los trabajadores, genera una mayor efectividad de los empleados, crea un ambiente de confianza dentro del banco y contribuye en la mejora continua de la organización. De igual forma, los empleados se encontrarán más identificados con la organización, se sentirán más motivados a desarrollarse profesionalmente dentro de la organización y en consecuencia estarán motivados a cumplir y superar los objetivos organizacionales, y todo ello se verá replicado en la rentabilidad del banco.

La presente investigación cobra relevancia porque permitirá saber el efecto que tiene del empowerment sobre la calidad de servicio en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho. También, adquiere un mayor trascendencia porque, los resultados obtenidos servirán para poder mejorar la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú, lo cual se verá replicado en el nivel de la satisfacción del cliente originando una mayor fidelización e incremento de la cantidad de clientes. Así mismo, los colaboradores de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho se verán

beneficiados debido a que, la realización de la investigación contribuirá en su motivación a fin de lograr una mayor formación profesional para optimizar la realización de sus actividades y de este modo alcanzar el éxito organizacional. A su vez, la realización de la investigación ayudará al autor a poner en práctica los conocimientos obtenidos durante su formación académica.

La investigación realizada por Cabrera y Rodríguez (2015) concluyo que, en la corporación Herrera S.A.C existe una relación positiva significativa de un 70.5% entre el empowerment y la calidad de servicio, debido a que el nivel del empowerment que maneja la Corporación Herrera S.A.C es bajo y por tal motivo el nivel de la calidad de servicio también es bajo.

Del mismo modo, la investigación hecha por Ly (2013) concluye que, en el área de créditos hipotecarios del Banco de la Nación, el empowerment es una herramienta gerencial que afecta significativamente en la calidad del servicio, siendo los principales beneficios del empowerment: la satisfacción, credibilidad, aumento de responsabilidad y la mejora de la comunicación. De igual forma, la investigación elaborada por Saenz (2017) concluye que, en la empresa de inversiones Avelen Claro ubicada en el distrito de puente piedra, existe una influencia positiva media del empowerment en la calidad de servicio.

Del mismo modo, la investigación desarrollada por Amaro (2017) concluye que, en el segmento de Banca Exclusiva en contacto del BCP, existe una influencia del empowerment sobre la calidad de servicio. Así mismo, la investigación de Córdova y

León (2017) concluyo que, en la agencia del cuzco de la Cooperativa de ahorro y crédito San Pedro de Andahuaylas, el empowerment tiene relación significativa con la toma de decisiones.

La investigación realizada por Rivera (2012) concluye que, en la empresa PAZVISEG CIA. LTDA. De la ciudad de Ambato, es importante corregir aspectos en cuanto a la asignación de mayor poder y autonomía a los colaboradores de le empresa para que puedan desempeñar su trabajo con mayor motivación e independencia y de esta forma se podrá incrementar la calidad del servicio brindado hacia los clientes externos. De igual forma, la investigación hecha por Sanchez (2016), concluye que, el empowerment es un punto clave que permitiría aumentar la participación de los colaboradores a iniciativas de RSE siempre y cuando existan los canales motivacionales y de comunicación adecuados para asegurar la vinculación y de esta forma mejorar las iniciativas de RSE.

La investigación realizada por Arrollo (2015), llevo a conclusión de que, en el área operativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pakarymuy, es necesario tener cambios en el diseño organizacional, centrándose en la aplicación de un manual de funciones y un rediseño del organigrama, aplicando empowerment, con el fin de crear un desarrollo empresarial y mejorar el desempeño de los clientes internos. De igual forma, la investigación realizada por Avila y Torres (2016), mediante un análisis de calidad en el servicio en 7 PYMES restauranteras del estado de México, llevo a la conclusión de que, la calidad de servicio brindada en los restaurantes evaluados que residen en el Municipio de Chalco, ha si sido calificada por sus clientes como buena;

demostrando de esta manera que los factores como la confiabilidad, respuesta, tangible, empatía y seguridad, son los que integran a la calidad.

Se define al empowerment como la liberación de los poderes de los empleados, debido a que ellos ya cuentan con poderes, que son sus experiencias y motivación, los cuales se encuentran usualmente limitados por la organización en la que laboran, debido a la estructura organizacional (Blanchard et al., 2007).

Empowerment, es el proceso en el cual se da una mayor autonomía a los empleados, mediante la difusión de información relevante de la organización que pueda beneficiarlos en el desarrollo de sus labores, la delegación de responsabilidades y el poder de la toma de decisiones (Newstrom, 2011).

El empowerment según Segal, Gerdes & Steiner (2014), posee diferentes conceptos según el campo en el que se emplea, en las ciencias sociales dentro de la práctica del trabajo social, consiste en ayudar a los clientes a ganar poder sobre sus vidas, y esto se llega a conseguir cuando los clientes llegan a creer que son capaces de hacer las cosas por sí mismas y empiezan a tomar el control de sus propias decisiones y sobre situaciones que afectan sus vidas.

Del mismo modo, el empowerment según Luna (2014), se encuentra definido como:

Facultar de poder al recurso humano de la empresa obteniendo los beneficios óptimos de la tecnología de la información; los integrantes, los

equipos de trabajo y la organización, tendrán completo acceso y uso de información crítica, poseerán la tecnología, habilidades, responsabilidad y autoridad para utilizar la información y cumplir con las funciones de la organización. (pág. 220)

La aplicación del empowerment en una organización trae consigo varios beneficios de los cuales el más relevante es la mejora continua. La mejora continua en una organización significa, la optimización de los costos, la reducción del nivel de errores cometidos, la disminución del tiempo de respuesta a cualquier nivel de la organización y una gran competitividad en el mercado. Uno los pasos para alcanzar la correcta implementación del empowerment es la transmisión del pensamiento de que todos son dueños de la empresa, esto sumando a la difusión de la información relevante, brinda a los empleados las herramientas necesarias para realizar de manera correcta la toma de decisiones; además, contribuye a la creación de un ambiente de confianza, que a su vez origina el incremento en la motivación de los empleados. (Blanchard et al., 2007).

Existen tres claves indispensables para la correcta implementación de del empowerment dentro de una organización, cada una de ellas se tiene que desarrollar en su respectivo orden (Blanchard et al., 2007).

a) Difusión de la información: La difusión de toda la información relevante de la organización es el primer paso a realizar para poder facultar a las personas, con esto se logra crear un ambiente de confianza debido a que los empleados creen que se les

tiene la suficiente confianza como para confiarles esta información, que en épocas anteriores era clasificada como confidencial. Además, al compartir la información se les brinda el conocimiento necesario de la organización y su situación, para que los empleados realicen el proceso de toma de decisiones de manera correcta. Así mismo, da inicio a la eliminación del pensamiento jerárquico tradicional, en el que los trabajadores se encuentran limitados de información y poder en el desarrollo de sus actividades. (Blanchard et al., 2007).

b) Creación de autonomías por medio de fronteras: Los cimientos para la creación de autonomía en los empleados de una organización, consiste en la formación de un ambiente de confianza. Así mismo, existe una diferencia entre lo que piensan los trabajadores que deben hacer y lo que los gerentes piensan que ellos deberían de hacer, esto se debe a que se usualmente se responsabiliza a los trabajadores por los resultados finales de la empresa como el volumen de ventas y la calidad de servicio, sin embargo se les habla frecuentemente sobre las actividades rutinarias como el exceso en la merma o el aseo de los servicios. En este sentido, para lograr la eliminación del problema de entendimiento, se realiza una aclaración de la visión que poseen los trabajadores de la organización, sobre cuál es el negocio de la empresa, cuales son las guías de operación de ellos y sobre cuál es la visión del futuro que ellos tienen de la empresa. Así mismo, se les informa el aporte que realizan cada uno de ellos a la empresa y se le hace una retroalimentación de sus responsabilidades. De igual forma, la definición de los valores y las reglas sobre las que deberían de operar los trabajadores, en conjunto con la capacitación constante de ellos es el último paso a realizar para lograr eficientemente la creación de la autonomía (Blanchard et al., 2007).

c) Creación e implementación de grupos autodirigidos: Para conseguir la implementación eficiente del empowerment en una organización Blanchard et al. (2007) menciona que, la creación e implementación de los grupos auto dirigidos es la última clave a seguir, debido a que con esto seguido de las claves anteriores, se le brinda todas las herramientas necesarias para que los trabajadores se encuentren debidamente facultados. De modo que, se reemplaza a la estructura jerárquica con la implementación estos grupos quienes ya se encuentran facultados para la toma decisiones.

Según Blanchard et al. (2007), en la formación de los grupos autodirigidos se atraviesa por 4 etapas:

1. Etapa de orientación: En esta etapa los grupos necesitan un liderazgo fuerte y claro, quien organice y dirija los esfuerzos del grupo y se encargue de fijar las agendas.
2. Etapa de insatisfacción: En esta etapa la necesidad de un liderazgo fuerte y claro que atienda sus inquietudes y celebre sus logros es aún mayor. Este punto resulta incómodo, pero es aquí donde los grupos empiezan a transformarse para llegar a ser grupos de alto rendimiento y nace el coordinador de grupo.
3. Etapa de resolución: En esta etapa ya todos se encuentran capacitados para ser designados como líderes de grupo, por eso se crea a los coordinadores quienes desempeñan las mismas funciones de los líderes pero estos son elegidos por el mismo grupo y su cargo rota por todos los integrantes.

4. Etapa de producción: Esta es la última etapa que atraviesan los grupos autodirigidos, en donde la toma de decisiones es cada vez más eficaz por que se aprovecha la diversidad de los conocimientos especializados, perspectivas y destrezas de los miembros del grupo.

Según Wilson (2004), el empowerment no solo se desarrolla a nivel organizacional, también se desarrolla nivel personal y el desarrollo del empowerment a este nivel atraviesa por 4 estadios:

1. Primer estadio – Yo podría: Este estadio se inicia cuando una persona llega a un punto en su trabajo en el cual se encuentra estancado y ya no puede seguir avanzando. Llegado a este punto, se empieza a pensar en cómo cambiar y mejorar la situación actual, este pensamiento puede haberse originado por algunas capacitaciones o discusiones sobre el empowerment y los beneficios que brindan a la organización y a los empleados.

2. Segundo estadio – Yo quiero: En este estadio se construyen los planes del empowerment; el primer estadio genera la motivación y el compromiso hacia el cambio. Así mismo, esta nueva actitud conlleva a la elaboración de planes de desarrollo profesional y personal, por lo que es necesario incrementar la autoconfianza mediante la determinación y realización de tareas más complicadas. La última parte de este estadio se da cuando al observar el estado actual del puesto de trabajo, se

empieza a considerar oportunidades de desarrollo por medio de los puestos de trabajo o la carrera profesional, ya sea fuera o dentro de la empresa.

3. Tercer estadio – Yo sigo: En este estadio se realiza la implementación de los planes del empowerment, la aceptación de nuevos retos y se crea una mayor vinculación con el puesto de trabajo. Además, se incrementa la motivación por obtener mayores logros y el trabajo empieza a ser cada vez más agradable y placentero.

4. Cuarto estadio – Yo estoy: En este estadio las limitaciones y restricciones que usualmente poseen las empresas desaparecen. Así mismo, las responsabilidades y funciones del puesto de trabajo se incrementan, se comienza a trabajar en equipos altamente compenetrados que consiguen alcanzar sus objetivos y finalmente la satisfacción por el puesto de trabajo se ve incrementado.

Cuando una empresa quiere iniciar con el facultamiento en sus empleados por lo general no sabe por dónde iniciar, para ello se debe de considerar la visión que se tiene del empowerment dentro de la empresa. Así mismo, la empresa puede optar por centrarse en los individuos y en los trabajos que realizan, este enfoque incrementará la intervención de los individuos aumentando su libertad y participación en la toma de decisiones. Por otro lado, la organización puede centrarse en cambiar su cultura, adoptando un nuevo sistema de valores y una completa modificación de la organización y el modo en la que opera. La organización puede optar por la adopción de otros puntos de partida entre el individuo y el cambio de cultura, cada punto de partida determina el impacto y la duración del cambio dentro la organización, la

empresa debe tomar esta decisión en base al nivel en cual quiere desarrollar el empowerment, existen esencialmente 4 niveles principales de desarrollo del empowerment (Wilson, 2004).

1. Nivel 1 - El puesto de trabajo: La aplicación del empowerment en este nivel implica un cambio en la estructura y el contexto del trabajo de un individuo, para esto se necesita la supresión de la supervisión de los directivos y la implementación de capacitaciones de autodirección; conforme crece la libertad del trabajo, las habilidades y el conocimiento de los trabajadores también se incrementa. Es importante la compartición de la información de la organización sobre lo objetivos estratégicos y el contexto actual en el que se encuentra la organización, para que de esta forma los empleados puedan lograr identificarse con la organización (Wilson, 2004).

2. Nivel 2 - El lugar de trabajo: Este nivel da a la organización una mayor oportunidad de iniciar el empowerment a comparación del nivel 1. Para desarrollar el empowerment a este nivel se necesita realizar un cambio en el rol de los directivos, delegando a los empleados muchas de las funciones de supervisión y control que ellos realizaban; para ello la organización debe de invertir en programas de capacitación, formación y educación de los empleados (Wilson, 2004).

3. Nivel 3 - La unidad: El desarrollo del empowerment a este nivel implica la participación en la dirección y gestión de una unidad de la organización, esta unidad puede ser una fábrica, un hotel, un centro de productos, entre otros. En este nivel se realiza el nivel 1 y 2 en conjunto, con el cual se involucra al individuo en la creación

de la política de la unidad. Así mismo, para desarrollar el empowerment a este nivel se necesita una estructura más horizontal, que no sea jerárquica ni burocrática, para facilitar el flujo de información. Los grupos de enlace cobran una mayor participación a este nivel debido a que, ellos son los encargados de gestionar los temas que afectasen a la unidad y a la empresa (Wilson, 2004).

4. Nivel 4 - La empresa: El desarrollo del empowerment a este nivel es una extensión del nivel 3. Una empresa que se encuentre conformada por varias unidades, se puede realizar la toma de decisiones, sobre las unidades, de forma centralizada. El desarrollo del empowerment a este nivel implica que los trabajadores que se vean afectados por la toma de decisiones de la empresa, puedan dar sus opiniones al respecto (Wilson, 2004).

La implementación del empowerment dentro de una organización genera en los directivos y empleados una gran motivación y expectativa, debido a creen que todo puede ser posible; que un ayudante de marketing puede llegar a realizar las mismas funciones que un directivo de marketing o que un operario de producción puede llegar a dirigir la planta de producción, no obstante los directivos deben de ser conscientes que se requiere de mucho tiempo de formación y desarrollo de los empleados para que puedan llegar a ese nivel. Así mismo, también deben de ser conscientes que existen ciertas limitaciones de las personas como las habilidades innatas y la automotivación (Wilson, 2004).

Según Blanco y Lobato (2010), existen varias de deficiones de la calidad que se encuentran establecidas según el predominio de alguno de sus componentes, sin embargo ellos establecen un concepto general de la calidad y la definen como: “Calidad es la totalidad de las características y aspectos de un producto o servicio en los que se basa su aptitud para satisfacer una necesidad dada” (p. 316)

En el mismo sentido Cremaschi (2014), define a la calidad como:

La calidad está compuesta por dos factores: un factor objetivo es el que tiene que ver con los constituyentes físicos del producto; la calidad subjetiva es el hecho de la satisfacción del consumidor por la vía de su percepción, de sus experiencias y de los atributos que da al producto. (pág. 29)

Según Garvin (como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009), la definición calidad adquiere un significado diferente para cada persona, la cual varía conforme al contexto. Se identifican 5 perspectivas sobre la calidad:

1. La perspectiva trascendental: Bajo este punto la calidad es definida como la excelencia innata. Las personas llegan a percibir la calidad solamente bajo la repetitiva exposición de la experiencia.
2. El método basado en el producto: Se determina a la calidad como una variable que puede ser precisa y medible, a través de los atributos o la cantidad de insumos que

contiene el producto, no se toma en consideración las apreciaciones subjetivas del producto.

3. Las definiciones basadas en el usuario: En esta perspectiva define a la calidad bajo un enfoque subjetivo y se encuentra dada por la satisfacción de los consumidores.

4. El método Basado en la manufactura: Bajo este método se define a la calidad por medio del cumplimiento de las especificaciones del producto.

5. Las definiciones basadas en el valor: Mediante este concepto la calidad se encuentra definida como la “excelencia costeable”, esta definición se basa en el valor y el precio.

[Lovelock y Wirtz (2009) mencionan que, la calidad se encuentra comprendida por 2 grandes componentes:

a) Componentes de la calidad basados en la manufactura

Según Garvin (como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) Para lograr converger todos los enfoques de la calidad se planteó el desarrollo de los siguientes componentes:

- Desempeño
- Características
- Confiabilidad
- Cumplimiento

- Durabilidad.
- Capacidad de servicio.
- Estética.
- Calidad percibida.

b) Componentes de la calidad basados en el servicio

La calidad basada en el servicio a diferencia de los productos de manufactura requiere de un método distintivo para su definición y medición debido a que, usualmente los consumidores participan en la producción de los servicios. Por ello, Zeithaml, Berry y Parasumaran (como se citó en Lovelock & Wirtz, 2009), a través de sus investigaciones lograron identificar 10 criterios utilizados por los consumidores para evaluar la calidad de servicio, los cuales mediante un estudio posterior lograron agruparlos en dimensiones generales:

- Tangibilidad.
- Confiabilidad.
- Respuesta.
- Certidumbre.
- Empatía.

Según Blanco y Lobato (2010), existen cinco niveles de la calidad:

1. Calidad objetiva: Se encuentra conformada por las características tangibles de un producto y pueden ser medibles a través de criterios cuantificables.

2. Calidad percibida: Es la capacidad que tiene un producto para lograr satisfacer las necesidades de un consumidor, desde la perspectiva del mismo consumidor.

3. Calidad comercial: Son aquellas características ínfimas que posee un producto que lo hace propicio para su comercialización.

4. Calidad diferenciada: Es aquella particularidad que se le añade a un producto para que pueda superar la calidad comercial, y le permita ser percibido como un producto superior al resto.

5. Calidad certificada: Es aquella característica de un producto que se ajusta a un estándar normado y determinado por un organismo independiente de certificación de calidad.

El servicio se define como, toda aquella actividad intangible e identificable que constituye el eje principal de una operación que se realiza a fin de satisfacer las necesidades de los consumidores. Así mismo, mediante esta definición se infiere que las organizaciones de servicio no tienen como principal objetivo la fabricación de productos tangibles. De igual forma, los servicios también pueden ser definidos como toda aquella función o acto que es esencialmente intangible y no origina ninguna propiedad, su realización puede verse relacionada o no a un producto físico (Cremaschi, 2014).

Según Lovelock y Wirtz (2009), los servicios se ven definidos como, aquellas actividades que generan un beneficio económico y que se ofrecen entre dos partes, los cuales esperan obtener los resultados deseados a cambio de su dinero, tiempo y esfuerzo.

Cremaschi (2014) sostiene que, esencialmente existen 3 características principales de los servicios:

1. Intangibilidad: Los servicios no son productos físicos, debido a ello antes de su adquisición no pueden ser perceptibles. Los servicios a diferencia de los productos, primero se venden, luego se prestan y después se consumen de manera simultánea.

2. Heterogeneidad: La estandarización de la producción en los servicios resulta difícil debido que, cada unidad puede ser diferente a otras.

3. Duración: Los servicios al no ser productos físicos perecen con el tiempo y tampoco pueden ser almacenados, el incremento de la demanda puede perjudicar la perdurabilidad en el tiempo de algunos servicios.

Según Cremaschi (2014), dentro de los mercados globalizados y los países desarrollados los sistemas basados en el servicio se apoyan en 7 pilares fundamentales:

1) Recursos Humanos capacitados.

2) Desarrollos informáticos con Hardware y Software adecuados

- 3) Sistemas de Telecomunicaciones.
- 4) Infraestructura logística de almacenamiento y transportes.
- 5) Lay Out exclusivos para la recepción y atención al cliente.
- 6) Disposiciones legales y normativas de apoyo a la libertad de precios y derechos del consumidor.
- 7) Disponibilidad económica-financiera para soportar el costo de los servicios al cliente.

Grönroos (como se citó en Lovelock y Wirtz, 2009) conceptualiza a la calidad de servicio como, “el resultado de un proceso de evaluación donde los clientes comparan sus percepciones del servicio y sus resultados con sus expectativas”. (pág. 420)

En el mismo sentido, Cremaschi (2014) argumenta que, la calidad de servicio es relativa debido a que dos clientes pueden recibir el mismo servicio, en iguales condiciones pero, pueden tener diferentes apreciaciones. Así mismo, define a la calidad de servicio como la satisfacción total del cliente, superando o cumpliendo con las expectativas del cliente, en relación a la prestación del servicio.

Para que una empresa pueda desarrollar correctamente la calidad de servicio debe de adoptar las siguientes 3 políticas básicas (Cremaschi, 2014):

- Una estrategia que se oriente hacia las verdaderas prioridades del cliente.

- Personal operativo con adecuada capacidad de respuesta, trato amistoso y deseo de ayudar.
- Sistemas y procedimientos que faciliten las ventas y el trato con los sistemas.

Según Cremaschi (2014), los beneficios que originan el empleo de la calidad de servicio dentro organización, consisten en:

- Mayor fidelidad de los clientes.
- Mayores ventas.
- Incrementa el nivel de rentabilidad.
- Mejora la rotación de ventas.
- Ahorros en el presupuesto de Marketing y Promoción.
- Menores quejas.
- Disminuyen las Bajas de clientes.
- Mejora el prestigio de la empresa.
- La buena onda prevalece como clima de la organización.
- Mejora la moral de los empleados.
- Se incrementan los vínculos entre empleados.
- Mejora la productividad.

En el desarrollo de la presente investigación se utilizó algunos términos con bastante frecuencia, los cuales a continuación serán conceptualizados por el autor:

Empowerment: Consiste en el facultamiento y la delegación de poderes y responsabilidades a los empleados, a través de un proceso de capacitación, la creación de un ambiente de confianza y la conformación de equipos de trabajo autodirigidos.

Facultar: Consiste en liberar los poderes de los trabajadores para que obtengan una mayor autonomía, estos poderes son su experiencia y su motivación.

Calidad de servicio: Consiste en lograr satisfacer al cliente con la prestación del servicio, superando sus expectativas. Así mismo, la valoración de la calidad de servicio se realiza únicamente después de haber sido prestado el servicio.

Calidad: Es un grupo de características de un servicio o un bien que le permite satisfacer las necesidades de los consumidores, cumpliendo o superando sus expectativas.

Servicio: Es todo aquel acto, actividad o función que se realiza entre dos parte y que tiene como característica esencial la intangibilidad, debido a que no es un producto físico.

Grupos autodirigidos: Son grupos altamente capacitados en el desarrollo de sus actividades, dotados de toda aquella información relevante de la organización en relación al desarrollo de sus deberes, a esto se le suma la delegación de poder para realización de la toma de decisiones.

Satisfacción del cliente: Consiste en el cumplimiento de las necesidades de los clientes, en un momento dado.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el efecto del empowerment en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017?

1.2.1. Formulación de problema específico

1. ¿Cuál es el efecto de la toma de decisiones y control en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San de Lurigancho 2017?

2. ¿Cuál es el efecto del trabajo en equipo en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017?

3. ¿Cuál es el efecto de la reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho en la calidad de servicio brindada?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar el efecto del empowerment en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Determinar el efecto de la toma de decisiones y control en la calidad de servicio brindada por la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017.
2. Determinar el efecto del trabajo en equipo en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017.
3. Determinar el efecto de la reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho en la calidad de servicio brindada.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

H1: El empowerment tiene efecto en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017.

1.4.2. Hipótesis específicas

1. H1: La toma de decisiones y control tiene efecto en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho.

2. H1: El trabajo en equipo tiene efecto en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho.

3. H1: La reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho tiene efecto en la calidad de servicio brindada.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

El trabajo de investigación se desarrolla bajo un diseño no experimental, debido a que no manipula las variables y solo se estudian los fenómenos en su ambiente natural. La tipología del diseño es transversal, ya que tiene como objetivo recolectar información en un solo momento y en un tiempo determinado. (Hernandez, Fernández, & Del Pilar, 2014)

Tabla 1 Diseño de investigación

Estudio	T1
M	O

Fuente: Elaboración propia

Donde:

- M: Muestra
- O: Observación

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La población se encuentra definida por la cantidad total de clientes de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho.

2.2.2. Muestra.

La muestra del presente trabajo de investigación es finita, por lo que se realizará su cálculo a través de muestreo probabilístico aleatorio simple. La muestra obtenida es de 345 clientes y para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$N =$	3424	$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$
$Z =$	1.96	
$P =$	0.5	
$Q =$	0.5	
$d =$	0.05	

Numerador=	3288.4096
Denominador=	9.5179
Tamaño de muestra(n)=	345

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.

2.3.1. Para recolectar datos.

La técnica que será utilizada en el trabajo de investigación es la encuesta y el instrumento es la escala de Likert, la cual fue aplicada a los clientes de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, la encuesta se desarrolló en un solo momento.

2.3.2. Para analizar información.

Para el análisis de información se utiliza el software SPSS, y en él se establece aspectos sobre como determinar el grado de confiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach, así como la significatividad de la hipótesis.

2.4. Procedimiento

Luego de haber culminado la recopilación de información de las variables “Empowerment” y “Calidad de servicio”, a través del instrumento previamente mencionado, se procederá con el traslado de la información a una hoja de cálculo de Excel para la conformación de la base de datos, que posteriormente será analizada mediante el software estadístico SPSS. Después de haber realizado el análisis de la información se obtendrán los resultados, con los cuales se podrá determinar la confiabilidad del instrumento y se podrá evaluar la hipótesis planteada.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS

3.1. Análisis de la confiabilidad

Tabla 2 Número de encuestados para realizar el análisis de confiabilidad

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	345	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	345	100,0

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

Fuente: Software Spss v23

Tabla 3 Resultado del análisis de confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,866	19

Fuente: Software Spss v23

Interpretación:

Como se observa en la tabla N°02, el análisis de fiabilidad dio como resultado una confiabilidad del 86.6% de mi instrumento, lo cual indica a su vez que mi instrumento se encuentra en un nivel muy bueno de confiabilidad.

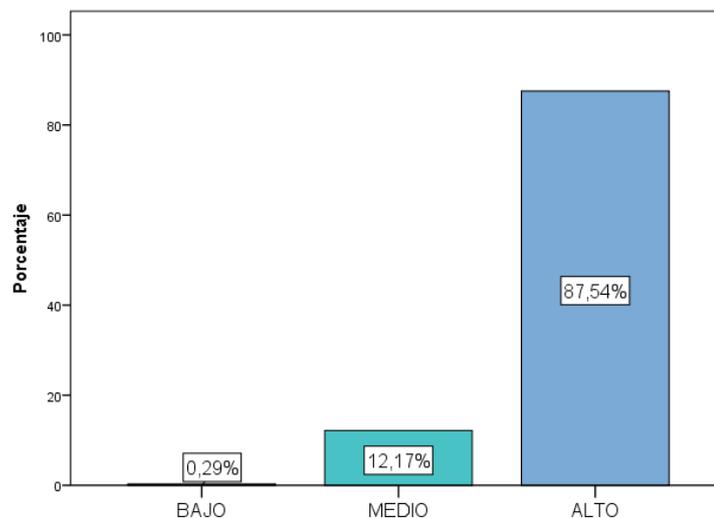
3.2. Análisis descriptivo

Tabla 4 Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable independiente

VARIABLE EMPOWERMENT					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,3	,3	,3
	MEDIO	42	12,2	12,2	12,5
	ALTO	302	87,5	87,5	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 1 Distribución porcentual de la variable independiente



Fuente: Software Spss v23

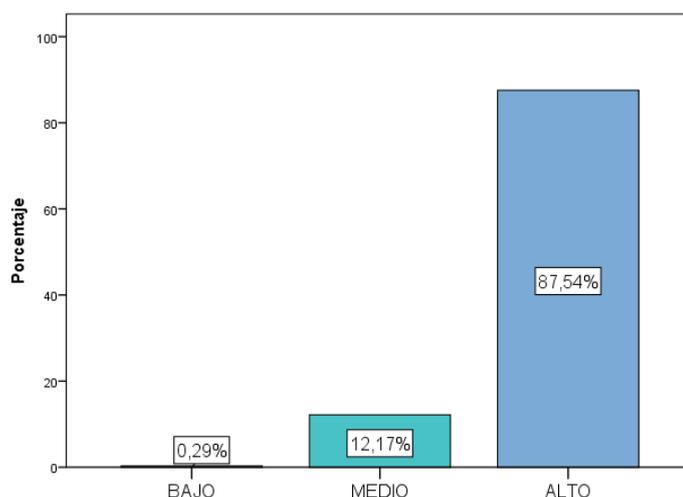
Interpretación: La tabla 4 y la gráfico 1 muestran que, la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho se encuentra manejando adecuadamente el empowerment. Sin embargo, también se observa que el empowerment se encuentra inconcluso debido a que un grupo de clientes encuestados, representados por el 0,29% y 12,27%, indican que esta variable se está manejando a un nivel bajo y medio respectivamente.

Tabla 5 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión reputación

		DIMENSIÓN REPUTACIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,3	,3	,3
	MEDIO	42	12,2	12,2	12,5
	ALTO	302	87,5	87,5	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 2 Distribución porcentual de la dimensión reputación



Fuente: Software Spss v23

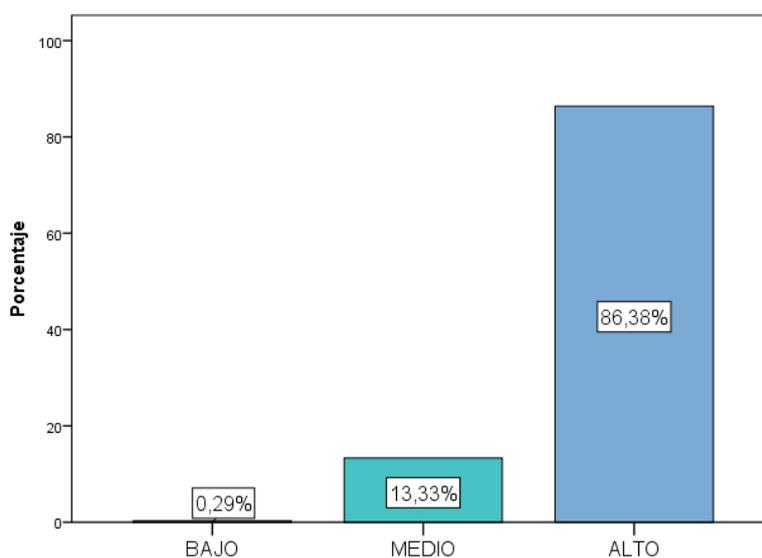
Interpretación: De acuerdo a la información mostrada en la tabla 5 y el gráfico 2 se deduce que, la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho transmite a la mayoría de sus clientes la noción de ser una agencia que cuenta con pocos trámites burocráticos, una alta capacidad de innovación y buen manejo de la tecnología. Sin embargo, también se observa que existe un grupo de clientes representados por el 12,5% de los encuestados que se encuentran en desacuerdo con la afirmación anterior, por lo que se entiende que esta dimensión no está siendo manejada de forma completamente correcta.

Tabla 6 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión trabajo en equipo

DIMENSIÓN TRABAJO EN EQUIPO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,3	,3	,3
	MEDIO	46	13,3	13,3	13,6
	ALTO	298	86,4	86,4	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 3 Distribución porcentual de la dimensión trabajo en equipo



Fuente: Software Spss v23

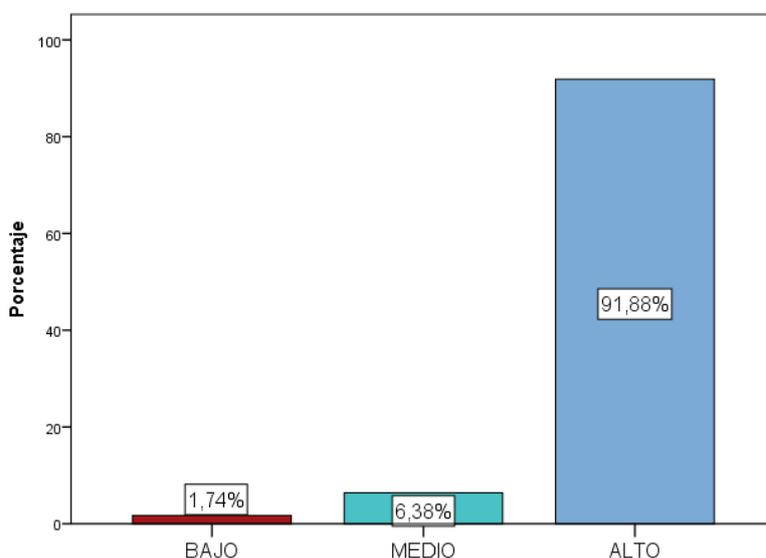
Interpretación: La tabla 6 y el gráfico 3 muestran que dentro de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, se maneja de forma adecuada el sistema de trabajo en equipo, por lo que se entiende que el nivel de compañerismo, comunicación y coordinación entre los empleados es alto. Por otro lado, también se observa que un grupo de clientes constituidos por el 13,6% no están de acuerdo con la afirmación anterior, por lo que se deduce que la agencia aún tiene que mejorar el manejo de esta dimensión.

Tabla 7 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión toma de decisiones y control

DIMENSIÓN TOMA DE DECISIONES Y CONTROL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	1,7	1,7	1,7
	MEDIO	22	6,4	6,4	8,1
	ALTO	317	91,9	91,9	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 4 Distribución porcentual de la dimensión toma de decisiones y control



Fuente: Software Spss v23

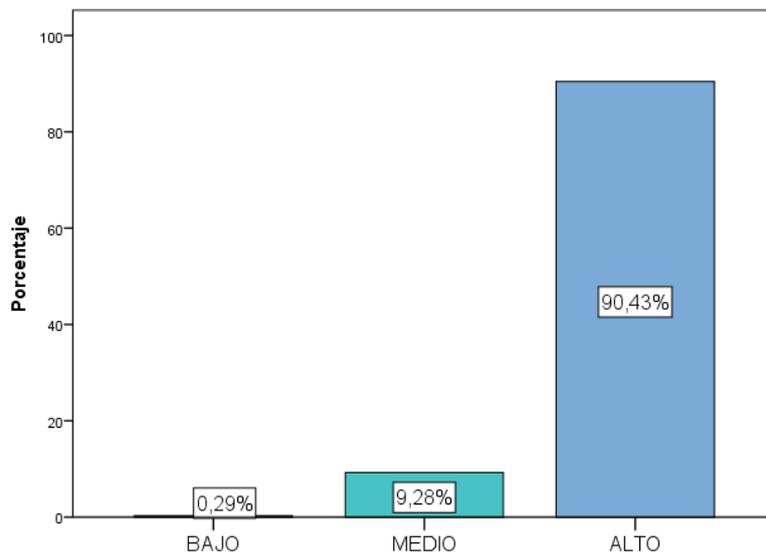
Interpretación: La tabla 7 y el gráfico 4 muestran que dentro de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, el nivel de la toma de decisiones y control de los empleados es alto, por lo que se deduce que los empleados demuestran confianza en sí mismos debido a que, poseen un alto nivel de conocimiento sobre la organización y no son supervisados constantemente por sus jefes. Sin embargo, el 1,74% y el 6,38% de los encuestados afirman el nivel de manejo de esta dimensión es bajo y medio respectivamente. Por lo que se entiende que la agencia aún tiene que seguir mejorando el manejo de esta dimensión.

Tabla 8 Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable dependiente

		VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,3	,3	,3
	MEDIO	32	9,3	9,3	9,6
	ALTO	312	90,4	90,4	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 5 Distribución porcentual de la variable dependiente



Fuente: Software Spss v23

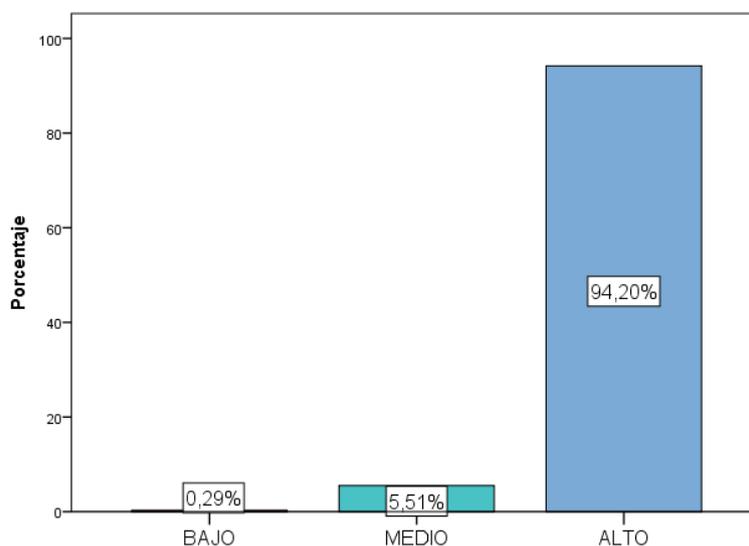
Interpretación: De acuerdo a la información mostrada en la tabla 8 y el gráfico 5 se observa que la mayoría de los clientes de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, consideran que se les brinda un alto nivel de calidad de servicio, por lo se deduce que la agencia se encuentra manejando correctamente esta variable. Sin embargo, también se observa que el 0,29% y el 9,28% de los encuestados consideran que se les brinda un nivel bajo y medio, respectivamente, de calidad de servicio. Por esta razón, se entiende que la agencia aún tiene puntos por mejorar en el manejo de esta variable.

Tabla 9 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión comodidad

DIMENSIÓN COMODIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,3	,3	,3
	MEDIO	19	5,5	5,5	5,8
	ALTO	325	94,2	94,2	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 6 Distribución porcentual de la dimensión comodidad



Fuente: Software Spss v23

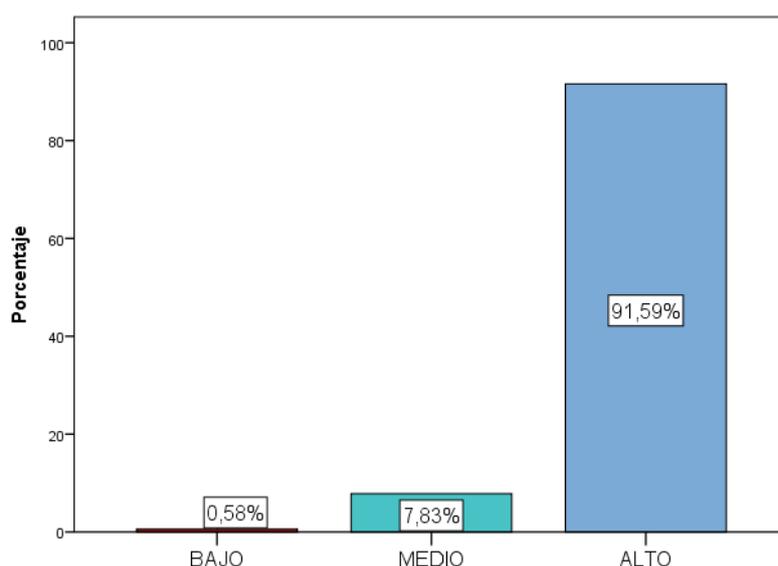
Interpretación: De acuerdo a la información mostrada en la tabla 9 y gráfico 6 se observa que la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, maneja un alto nivel de comodidad, por lo que se deduce que la mayoría de clientes se encuentran seguros y cómodos dentro de la instalaciones que la agencia les proporciona. Por otro lado, también se observa que un grupo de clientes, constituidos por el 5,8% de los encuestados, no se encuentran de acuerdo con la afirmación anterior, por lo que se entiende que la agencia aún puede continuar mejorando el manejo de esta dimensión.

Tabla 10 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión capacidad de respuesta

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	,6	,6	,6
	MEDIO	27	7,8	7,8	8,4
	ALTO	316	91,6	91,6	100,0
	Total	345	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 7 Distribución porcentual de la dimensión capacidad de respuesta



Fuente: Software Spss v23

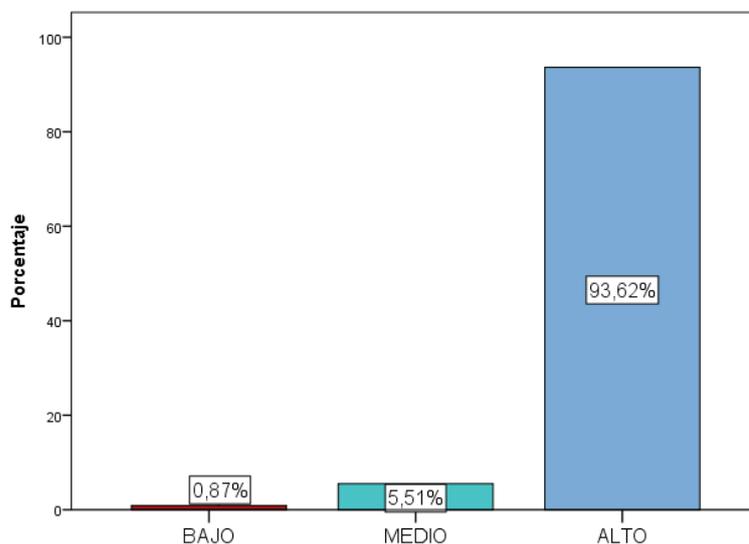
Interpretación: Según la información mostrada en la tabla 10 y el gráfico 7, se evidencia que la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho maneja correctamente la capacidad de respuesta dentro su establecimiento, lo que indica la eliminación de algunos procesos burocráticos y una buena capacidad de conocimiento de los empleados en relación a sus funciones, debido a una buena implementación inicial del empowerment. Sin embargo, se puede observar que un grupo de clientes, constituido por el 0,58% y el 7,83%, consideran que esta dimensión se está manejando de forma baja y media respectivamente, lo que demuestra que la agencia aún no ha terminado de implementar completamente el empowerment.

Tabla 11 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión empatía

		DIMENSIÓN EMPATÍA		
VÁLIDO		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
	BAJO	3	,9	,9
	MEDIO	19	5,5	6,4
	ALTO	323	93,6	100,0
	TOTAL	345	100,0	100,0

Fuente: Software Spss v23

Gráfico 8 Distribución porcentual de la dimensión empatía



Fuente: Software Spss v23

Interpretación: La tabla 11 y el gráfico 8 muestran que, la mayoría de clientes de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, consideran que la agencia les brinda un nivel alto de empatía, por lo que se deduce que se encuentran conformes con el trato y atención que reciben por parte de los trabajadores de la agencia. Por otro lado, también se observa que el 0,87% y el 5,51% de los encuestados señalan que el nivel de empatía brindado es bajo y medio respectivamente. Por esta razón, se deduce que la agencia aún tiene puntos por mejorar en el manejo de esta dimensión.

3.3. Prueba de hipótesis

Tabla 12 Coeficiente de correlación de Spearman de las variables empowerment y calidad de servicio

Correlaciones				
			Variable Calidad de servicio	Variable Empowerment
Rho de Spearman	Variable Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,655**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	345	345
	Variable Empowerment	Coeficiente de correlación	,655**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	345	345

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

Fuente: Software Spss v23

Interpretación:

Se observa en la presente tabla que el nivel de significancia es de 0.00, el cual es menor a 0.05 por este motivo se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Posteriormente, se realizó la prueba Rho de Spearman donde se obtuvo como resultado que la relación entre las variables tiene un nivel de correlación positiva siendo el nivel de correlación de 0.655, con lo que se concluye que existe una relación entre el empowerment y la calidad de servicio.

Tabla 13 Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión toma de decisiones y control, y la variable calidad de servicio

Correlaciones				
		Dimensión toma de decisiones y control		
		Variable calidad de servicio		
Rho de Spearman	Dimensión toma	Coefficiente de correlación	1,000	,558**
	de decisiones y	Sig. (bilateral)	.	,000
	control	N	345	345
	Variable calidad	Coefficiente de correlación	,558**	1,000
	de servicio	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	345	345

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

Fuente: Software Spss v23

Interpretación:

Se observa en la presente tabla que el nivel de significancia es de 0.00, el cual es menor a 0.05 por este motivo se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Posteriormente, se realizó la prueba Rho de Spearman donde se obtuvo como resultado que la relación entre las variables tiene un nivel de correlación positiva siendo el nivel de correlación de 0.558, con lo que se concluye que existe una relación entre la dimensión toma de decisiones y control, y la variable calidad de servicio.

Tabla 14 Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión trabajo en equipo y la variable calidad de servicio.

Correlaciones				
			Dimensión trabajo en equipo	Variable Calidad de servicio
Rho de Spearman	Dimensión trabajo en equipo	Coefficiente de correlación	1,000	,446**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	345	345
	Variable Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,446**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	345	345

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

Fuente: Software Spss v23

Interpretación:

Se observa en la presente tabla que el nivel de significancia es de 0.00, el cual es menor a 0.05 por este motivo se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Posteriormente, se realizó la prueba Rho de Spearman donde se obtuvo como resultado que la relación entre las variables tiene un nivel de correlación positiva siendo el nivel de correlación de 0.446, con lo que se concluye que existe una relación entre la dimensión trabajo en equipo y la variable calidad de servicio.

Tabla 15 Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión reputación y la variable calidad de servicio

Correlaciones				
			Dimensión Reputación	Variable calidad de servicio
Rho de Spearman	Dimensión	Coefficiente de correlación	1,000	,418**
	Reputación	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	345	345
	Variable calidad	Coefficiente de correlación	,418**	1,000
	de servicio	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	345	345

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

Fuente: Software Spss v23

Interpretación:

Se observa en la presente tabla que el nivel de significancia es de 0.00, el cual es menor a 0.05 por este motivo se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Posteriormente, se realizó la prueba Rho de Spearman donde se obtuvo como resultado que la relación entre las variables tiene un nivel de correlación positiva siendo el nivel de correlación de 0.418, con lo que se concluye que existe una relación entre la dimensión reputación y la variable calidad de servicio.

CAPÍTULO 4. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

El primer objetivo específico planteado en el presente trabajo de investigación fue, determinar el efecto de la toma de decisiones y control en la calidad de servicio brindada por la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017, en el que se observó que el 87,54% de los encuestados indicaron que la agencia posee un alto nivel de manejo del empowerment, también se determinó que el 91,88% de los participantes señalaron el nivel de manejo de la toma de decisiones y control dentro de la agencia es alto. Así mismo, se encontró diferencia con los resultados obtenidos por la investigación de Cabrera y Rodríguez (2017), en los cuales se determinó un bajo nivel de manejo del empowerment representado por el 41% de los encuestados, y el 29% indicó que nivel de empowerment era regular. Esto se debe a que, en dicha investigación la Corporación Herrera S.A.C está en una baja etapa de implementación del empowerment, esto ve reflejado por el 39% de los encuestados, que indican estar en desacuerdo en cuanto a si poseen autonomía para el desarrollo de sus actividades, y el 50 % de los mismos que indican estar en desacuerdo en relación a si se les brinda libertad para la toma de decisiones, en contraste con el 91,88% de los encuestados que indicaron que la agencia del Banco De Micro Finanzas del Perú posee un nivel de manejo alto en relación a la toma de decisiones y control.

Respecto a lo anterior se puede contrastar con lo que dice Luna (2014), menciona que el empowerment es una herramienta administrativa, la cual tiene como objetivo facultar de poder al recurso humano de la organización, para optimizar los beneficios obtenidos. Así mismo, Luna menciona que es imprescindible la compartición de información crítica con los trabajadores para poder aplicar correctamente el empowerment, y de esta forma generar una fuerte motivación intrínseca en los empleados, lo cual se verá replicado en la búsqueda de la

mejora continua por parte de los empleados, y esto a su vez repercutirá en una mejora en todos los procesos de la organización, junto a estas mejoras el incremento de la calidad de servicio en la organización es un factor que también será afectado de forma positiva por esta mejora.

Respecto al segundo objetivo específico planteado, determinar el efecto del trabajo en equipo en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017, los resultados mostraron que el 86,38% de los encuestados indicaron que la agencia maneja un alto nivel de trabajo en equipo. En este sentido, se observa una diferencia con los resultados obtenidos por Saenz (2017), en el que se identificó que el 77,59 % de los encuestados señalaron que el nivel de trabajo en equipo que maneja la empresa Inversiones Ayelen Claro es medio y solo el 16,38% indican que el nivel es alto. Esto se debe a que, dicha investigación se realizó considerando que el empowerment es una variable adherida a toda empresa, sin tomar en cuenta el proceso que se debería de realizar para la correcta implementación de esta herramienta administrativa, dentro de cualquier organización (Newstrom, 2011).

En relación al tercer objetivo específico planteado, determinar el efecto de la reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, en la calidad de servicio brindada, los resultados obtenidos señalan que el 87,54% de los encuestados consideran que la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú posee un alto nivel de reputación. En este sentido, los resultados obtenidos concuerdan con los de Ly (2015), en el cual se observa que el 100% de los encuestados consideran que el área de Créditos Hipotecarios del Banco de la Nación cuenta con equipos de última tecnología, debido a que, este último punto se encuentra dentro de la reputación de toda organización. Sin embargo, ambos resultados muestran diferencias a los obtenidos por

Córdova y León (2017), en los que se identifica al 45.8% de los encuestados que señalan que a veces se les brinda el equipo requerido, y el 25% señalan que casi nunca se les brinda el equipo.

En cuanto a la relación entre el empowerment y la calidad de servicio, se determinó que existe una correlación positiva de 0.655 entre ambas variables, con un nivel de significancia de 0.00 por lo que se acepta la hipótesis alternativa de la investigación, este resultado se ve respaldado por las investigaciones de Amaro (2017) y Cabrera y Rodríguez (2017), en los que se llegó a determinar que existe una correlación positiva entre el empowerment y la calidad de servicio.

CONCLUSIONES

La investigación concluye que el empowerment tiene un efecto positivo en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, esto se puede observar en la tabla N° 12 en la cual la correlación existente es de 0.655 y el nivel de significancia es de 0.00 por lo que se acepta la hipótesis alternativa de la investigación, cumpliendo de esta forma con el objetivo planteado, el cual era determinar el efecto del empowerment en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho.

En relación al primer objetivo específico planteado, el cual fue determinar el efecto de la toma de decisiones y control, en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho; se concluyó que, la toma de decisiones y control tiene un efecto positivo en la calidad de servicio de la agencia, esto puede observarse en la tabla N° 13 en la cual la correlación existente es de 0.558 y el nivel de significancia es de 0.00 por lo que se acepta la hipótesis alternativa de la investigación, cumpliendo de esta forma con el objetivo planteado.

En relación al segundo objetivo específico planteado, el cual fue determinar el efecto del trabajo en equipo, en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho; se concluyó que, el trabajo en equipo tiene un efecto positivo en la calidad de servicio de la agencia, esto puede observarse en la tabla N° 14 en la cual la correlación existente es de 0.446 y el nivel de significancia es

de 0.00 por lo que se acepta la hipótesis alternativa de la investigación, cumpliendo de esta forma con el objetivo planteado.

En relación al tercer objetivo específico planteado, el cual fue determinar el efecto de la reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, en la calidad de servicio brindada; se concluyó que, la reputación de la agencia tiene un efecto positivo en la calidad de servicio, esto puede observarse en la tabla N° 15 en la cual la correlación existente es de 0.418 y el nivel de significancia es de 0.00 por lo que se acepta la hipótesis alternativa de la investigación, cumpliendo de esta forma con el objetivo planteado.

REFERENCIAS

- Amaro, R. S. (2017). *Influencia del empowerment en la calidad de servicio del segmento de Banca Exclusiva del BCP, Lima, año 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Arrollo, C. G. (2015). *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 Canton Pillaro* (Tesis de pregrado). Universidad Tecnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- Avila, K. & Torres, N. (2016). *Análisis de la calidad en el servicio de las PYMES restauranteras en Chalco, estado de México* (tesis de pregrado). Universidad Autónoma del estado de México, Amecameca, México.
- Blanchard , K. , Carlos, J. y Randolph, W. (2007). *Empowerment: 3 claves para lograr que el proceso de facultar a los empleados funcione en su empresa*. Bogotá, Colombia: norma.
- Blanco, C. & Lobato, F. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Valencia, España: MACMILLAN HEINEMANN.
- Cabrera, K & Rodriguez, S (2016). *Empowerment y calidad de servicio en la corporación Herrera S.A.C* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Córdova, V. & León, Z. (2017). *Empowerment y la toma de decisiones en la cooperativa de ahorro y credito San Pedro de Andahuaylas agencia Cusco 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Andina del Cusco, Cusco, Perú.
- Cremaschi, E. L. (2014). *Calidad de servicio y atención al cliente ideas, métodos y técnicas para ganar y conquistar clientes*. Buenos Aires, Argentina: EDICON.

Hernandez, R., Fernández, C., & Del Pilar, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F, México: McGRA W-HILL.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016). *Metodología Comportamiento de la economía peruana en el cuarto trimestre de 2016*. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_producto-bruto-interno-trimestral-2016iv.PDF

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia. Sexta edición*. Naucalpan de Juárez, México: PEARSON EDUCACIÓN.

Luna, A. C. (2014). *Proceso administrativo*. México D.F, México: Patria.

Ly, J. A. (2015). *Empowerment y su efecto en la calidad del servicio del área de créditos hipotecarios del banco de la nación, agencia 1 Trujillo* (Tesis de postgrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.

Newstrom, J. W. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México D.F, México: McGraw-Hill.

Posada, C. (13 de Mayo de 2015). Un Perú globalizado: su integración comercial y los TLC. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/peru-globalizado-integracion-comercial-tlc-89801-noticia/>

Pacific Credit Rating (2016). *Informe sectorial Perú: sector financiero*. Recuperado de <https://www.ratingspcr.com/>

Rivera, J. A. (2012). *El empowerment y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa PAZVISEG CÍA LTDA. de la ciudad de Ambato* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Saenz, E. G. (2017). *Empowerment y su influencia en la calidad de servicio en la empresa inversiones Ayelen Claro Puente Piedra - 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

Sanchez Reyes, P. (2016). *Empowerment como recurso para potencializar el desarrollo efectivo de los programas de responsabilidad social empresarial* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Segal , E. , Gerdes, k. y Steiner, S. (2014). *An introduction to the profession of social work becoming a change agent*. Boston, the United states of American: CENGAGE Learning.

Wilson, T. (2004). *Manual del empowerment cómo conseguir lo mejor de sus colaboradores*. Barcelona, España: Grupo planeta.

ANEXOS

ANEXO N° 01 INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Encuesta sobre el empowerment y su efecto en la calidad de servicio en una agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017

Objetivo:

La presente encuesta elaborada en forma de escala de Likert, será utilizada para medir el efecto del empowerment sobre la calidad de servicio brindada.

Dirigido a:

Los clientes de la agencia del Banco de Micro Finanzas del distrito de San Juan de Lurigancho.

Marque con una "X" la alternativa que usted considere correcta.

ITEMS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No opina	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. Considera usted que el banco posee un horario de atención adecuado.					
2. Los colaboradores del banco se muestran sonrientes y muestran interés por el cliente					
3. Considera usted que los colaboradores del banco le brindan un servicio personalizado.					
4. Considera usted que el tiempo de espera para ser atendido en las ventanillas es adecuado.					
5. Los colaboradores del banco siempre se muestran dispuestos a atenderlo.					
6. Considera usted que el tiempo de espera para la solución de sus problemas es adecuado.					
7. El banco ofrece un ambiente cómodo y visualmente atractivo.					
8. Usted se siente seguro dentro de las instalaciones del banco.					
9. Los colaboradores del banco le informan puntualmente de todas las condiciones de servicio.					
10. Al momento de atenderlo los colaboradores demuestran tener el conocimiento necesario para poder ayudarlo.					

11. Los colaboradores no son supervisados constantemente por sus jefes.					
12. Los colaboradores del banco demuestran seguridad y confianza al momento de solucionar su problema y no necesitan consultarlo con su supervisor.					
13. Los colaboradores del banco demuestran compañerismo entre ellos.					
14. Considera usted que los colaboradores del banco trabajan de forma coordinada entre todas las áreas.					
15. Los colaboradores del banco se muestran tolerantes frente a sus compañeros cuando uno de ellos comete un error.					
16. El Banco de Micro Finanzas del Perú es conocido por ofrecer soluciones rápidas a los problemas sin la necesidad de muchos trámites burocráticos.					
17. Considera usted que el Banco de Micro Finanzas del Perú es una organización que busca constantemente la forma de brindarle un mejor servicio.					
18. Considera usted que el banco cuenta con equipos de última tecnología.					
19. Considera usted que los colaboradores cuentan con los recursos materiales necesarios para llevar a cabo su trabajo.					

ANEXO N° 02 VALIDACIONES DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(a) (es) del Instrumento
CUZCANO OROSCO JULIO	DOCENTE TC - UPN	ESCALA DE LIKERT	ORTIZ LUQUE JUNIOR FERNANDO
Título de Estudio: EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA AGENCIA DEL BANCO DE MICRO FINANZAS DEL PERÚ DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO 2017			

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	75	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.												X								
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización.												X								
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.												X								
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.													X							
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.												X								
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.												X								
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico.												X								
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.													X							
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnostico													X							
PROMEDIO																					

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

Lima, 4/10/2017	10718345		989-330-778
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

Observaciones

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Observaciones

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(a) (es) del Instrumento
MENDIOLAZA CASTILLO GIOVANNA	DOCENTE T.C - UPN	ESCALA DE LIKERT	ORTIZ LUQUE JUNIOR FERNANDO
Título de Estudio: EMPOWERMENT Y SU EFECTO EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN UNA AGENCIA DEL BANCO DE MICRO FINANZAS DEL PERÚ DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO 2017.			

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	71-75	76-80	81-85	86-90	91-95	96-100	
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																					✓
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductos o actividades, observables en una organización.																					✓
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.																					✓
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.																					✓
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																					✓
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																					✓
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico.																					✓
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.																					✓
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnóstico																					✓
PROMEDIO																						

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Procede su aplicación
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan
 No procede su aplicación

Bueno 06/11/2017	07624993		948 88 2858
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

Observaciones

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

ANEXO N° 03 CUADROS DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Empowerment	Según Wilson (2004), el empowerment se encuentra definido como, el otorgamiento de una mayor autonomía a los trabajadores a través de una mayor delegación de responsabilidades, un proceso de capacitación y la formación de equipos de trabajo altamente eficientes que permitan aprovechar las habilidades de cada uno de los miembros. La realización del empowerment dentro de una organización va a tener un impacto en su imagen y en como esta es percibida por sus clientes.	Toma de decisiones y control	<p>Nivel de conocimiento de la organización que poseen los colaboradores.</p> <p>Nivel de frecuencia de supervisión de los jefes.</p> <p>Nivel de seguridad que poseen los empleados al momento de resolver problemas de la empresa.</p>
		Trabajo en equipo	<p>Nivel compañerismo existente entre los colaboradores.</p> <p>Nivel de comunicación y coordinación existen entre los empleados.</p> <p>Nivel de tolerancia existente entre compañeros de trabajo frente a equivocaciones cometidas.</p>
		Reputación	<p>Nivel de conocimiento que poseen los clientes en relación a los trámites burocráticos de la organización.</p> <p>Nivel de conocimiento que poseen los clientes en relación a la capacidad de innovación de la organización.</p> <p>Nivel de conocimiento que poseen los clientes en relación a la tecnología con la que cuenta la organización.</p> <p>Nivel de conocimiento que poseen los clientes en relación a la disposición de equipos que poseen los empleados.</p>

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Calidad de servicio.	Según Cremaschi (2014), la calidad de servicio se encuentra definida como, la satisfacción total del cliente, cumpliendo o superando sus expectativas, en relación a la prestación del servicio.	Empatía	<p>Grado de satisfacción en relación al horario de atención de la organización.</p> <p>Grado de satisfacción que genera la actitud del personal en la atención</p> <p>Grado de satisfacción en relación a una atención personalizada.</p>
		Capacidad de respuesta	<p>Grado de satisfacción en relación al tiempo de espera de atención en las ventanillas.</p> <p>Grado de satisfacción en relación a la disponibilidad del personal para la prestación del servicio.</p> <p>Grado de satisfacción en relación al tiempo de espera para la solución de problemas.</p>
		Comodidad	<p>Grado de satisfacción que genera el ambiente de la empresa.</p> <p>Grado de seguridad de los clientes dentro de las instalaciones de la organización.</p> <p>Grado de confianza en relación a la correcta prestación de servicio de la organización.</p>

ANEXO N° 04 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Empowerment y su efecto en la calidad de servicio en una agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores	Muestra	Diseño	Instrumento	Estadística				
<p>Pregunta General ¿Cuál es el efecto del empowerment en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017?</p>	<p>Objetivo General Determinar el efecto del empowerment de la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017.</p>	<p>Hipótesis General H1: El empowerment tiene efecto en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017. H0: El empowerment no tiene efecto en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017.</p>	<p>Variable 1 Empowerment - <i>Toma de decisiones y control</i> Ítem: 10,11 y 12. - <i>Trabajo en equipo</i> Ítem: 13,14 y 15 - <i>Reputación</i> Ítem: 16,17, 18 y 19.</p>	<p>Población: Todos los 3424 clientes de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho.</p>	<p>Enfoque de investigación: Cuantitativo. Diseño: No experimental de tipología transversal.</p> <table border="1" data-bbox="1429 794 1653 861"> <tr> <td>Estudio</td> <td>T1</td> </tr> <tr> <td>M</td> <td>O</td> </tr> </table>	Estudio	T1	M	O	<p>Escala de Likert</p>	<p>Análisis de fiabilidad del instrumento: El cálculo de la fiabilidad del instrumento se realizó a través del alfa de Cronbach.</p>
Estudio	T1										
M	O										
<p>Preguntas específicas 1. ¿Cuál es el efecto de la toma de decisiones y control en la calidad de servicio brindada de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017? 2. ¿Cuál es el efecto del trabajo en equipo en la calidad de servicio brindada de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017? 3. ¿Cuál es el efecto de la reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho en la calidad de servicio brindada?</p>	<p>Objetivos específicos 1. Determinar el efecto de la toma de decisiones y control, en la calidad de servicio brindada de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017. 2. Determinar el efecto del trabajo en equipo; en la calidad de servicio de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017. 3. Determinar el efecto de la reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, en la calidad de servicio brindada.</p>	<p>Hipótesis Específicas 1. La toma de decisiones y control tiene efecto en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017. 2. El trabajo en equipo tiene efecto en la calidad de servicio brindada en la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho 2017. 3. La reputación de la agencia del Banco de Micro Finanzas del Perú del distrito de San Juan de Lurigancho, tiene efecto en la calidad de servicio brindada.</p>	<p>Variable 2 Calidad de servicio - <i>Empatía</i> Ítem: 1, 2 y 3. - <i>Capacidad de respuesta</i> Ítem: 4, 5 y 6. - <i>Comodidad</i> Ítem: 7, 8 y 9.</p>	<p>Muestra: Probabilística aleatoria simple, conformada por 345 clientes.</p>	<p>Donde: M: Muestra O: Observación</p>	<p>Análisis de correlación: El cálculo de la correlación existente entre variables y dimensiones se realizó a través de Rho de Spearman.</p>					

