

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

**“El empowerment y su relación con la calidad de servicio de los
colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén - 2022”**

Línea de Investigación

Relaciones Humanas Laborales

Autoras

Palomino Castañeda, Sandra Milagros

Machuca Acosta, Olenka Lisbeth

Jurado evaluador:

Presidente: Vilca Tantapoma Manuel

Secretario: Márquez Yauri Heyner

Vocal: Vidalón Moreno Rosa

Asesor

Fiorentini Candiotti, Giovanni Fernando

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3444-9362>

TRUJILLO – PERÚ

2022

Fecha de sustentación: 2023/07/25

El empowerment y su relación con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén - 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%	12%	0%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	redi.unjbg.edu.pe	3%
	Fuente de Internet	
2	1library.co	3%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.uss.edu.pe	3%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.unapiquitos.edu.pe	2%
	Fuente de Internet	
5	qdoc.tips	2%
	Fuente de Internet	

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 2%

Excluir bibliografía

Activo

Ms. Fiorentini Candiotti, Giovanni Fernando

Declaración de originalidad

Yo, Fiorentini Candiotti Giovanni Fernando, docente del Programa de Estudio de Administración, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada "El empowerment y su relación con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén - 2022", autor Machuca Acosta, Olenka Lisbeth y Palomino Castañeda Sandra, dejo constancia de lo siguiente:

- *El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 12%.
Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el (13 DE JULIO DEL 2023).*
- *He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.*
- *Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.*

Trujillo, 13 de julio de 2023

MS. Fiorentini Candiotti, Giovanni

DNI: 18217508

ORCID: 0000-0002-3444-9362

FIRMA:



Br. Machuca Acosta, Olenka

DNI: 70878678

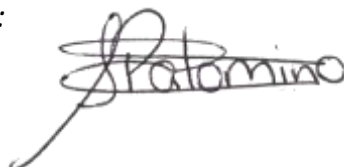
FIRMA:



Br. Palomino Castañeda, Sandra

DNI: 74212091

FIRMA:



PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: “*EL EMPOWERMENT Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS COLABORADORES DEL BANCO DE LA NACIÓN, AGENCIA CHEPÉN - 2022*”.

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es *determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, agencia de Chepén – 2022*.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.

Atentamente,



Br. Machuca Acosta, Olenka Lisbeth



Br. Palomino Castañeda, Sandra
Milagros

DEDICATORIA

A Dios, por la salud y fortaleza para culminar mi carrera.

A mis padres, porque sin su amor, motivación y apoyo incondicional, no estaría logrando esta meta. A mis abuelitos, que desde el cielo, percibo el cariño y orgullo que sienten por mí. A mis padrinos, a Fabrizzio y algunos familiares, que siempre estuvieron apoyándome académica y moralmente para continuar firme hasta el final.

Sandra Palomino Castañeda.

A Dios, por permitirme el haber llegado hasta este momento importante de mi formación profesional.

A mis padres, quienes con su amor, paciencia y sacrificio me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía.

Olenka Machuca Acosta

AGRADECIMIENTO

Agradezco totalmente a mis padres, por estar conmigo en cada momento de mi vida, siendo el motor para que siempre sea una persona de bien, por ser mis fieles compañeros en los momentos más difíciles, por tener los consejos correctos para cada ocasión y por corregirme cada vez que lo he necesitado. A ustedes, mi eterno agradecimiento y cariño, lo son todo.

Sandra Palomino Castañeda.

Agradezco a mi familia por ser mi pilar fundamental pese a las adversidades. A mis amigos, con los que compartí grandes momentos, gracias por su apoyo moral y sus consejos. También agradecer a nuestros docentes de la Escuela de Administración, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la carrera.

Olenka Machuca Acosta.

RESUMEN

La presente que se denominó como “El empowerment y su relación con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia Chepén – 2022”, sostuvo a modo de objetivo determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, agencia de Chepén – 2022, por lo que este fue efectuado contemplando el tipo de investigación aplicada enfoque cuantitativo con nivel correlacional y diseño no experimental, siendo transversal en su corte; sobre la muestra fueron 38 colaboradores de la organización y 38 clientes de la misma debido a que el muestreo fue no probabilística por conveniencia. Con respecto a los resultados, después de aplicar un coeficiente de correlación de Rho de Spearman se obtuvo un $r=0,892$ entre ambas variables estudiadas, bajo esto como último punto, se concluyó que se aceptó la hipótesis alterna, determinándose la existente relación entre ambas variables estudiadas en el caso del Banco de La Nación de la agencia de Chepén, hecho que se contrasta con la diversa bibliografía y los estudios previos contemplados; por ello, es posible reafirmar que el empowerment guarda correlación con la calidad de servicio.

Palabras clave: Empowerment, calidad de servicio, Banco de La Nación

ABSTRACT

The present that was called "Empowerment and its relationship with the quality of service of the workers of Banco de La Nación, Chepén agency - 2022", held as an objective to determine how empowerment is related to the quality of service of the workers of the Banco de la Nación, agency of Chepén - 2022, for which this was carried out contemplating the type of research applied, a quantitative approach with a correlational level and a non-experimental design, being cross-sectional in its cut; On the sample were 38 workers of the organization and 38 clients of the same because the sampling was non-probabilistic for convenience. Regarding the results, after applying a Spearman's Rho correlation coefficient, an $r=0.892$ was obtained between both variables studied, under this as the last point, it was concluded that the alternative hypothesis was accepted, determining the existing relationship between both variables. studied in the case of the Banco de La Nación of the Chepén agency, a fact that is contrasted with the diverse bibliography and the previous studies contemplated; therefore, it is possible to reaffirm that empowerment is correlated with the quality of service.

Keywords: Empowerment, quality of service, Banco de La Nacion

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Formulación del Problema	1
1.1.1. Realidad problemática.....	1
1.1.2. Enunciado del problema.....	3
1.2. Justificación.....	3
1.2.1. Teórica	3
1.2.2. Práctica	4
1.2.3. Metodológica.....	4
1.2.4. Social	5
1.3. Objetivos	6
1.3.1. Objetivo general	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	6
MARCO DE REFERENCIA	7
2.1. Antecedentes	7
2.1.1. A nivel internacional	7
2.1.2. A nivel nacional	8
2.1.3. A nivel local	9
2.2. Marco teórico	10
2.2.1. Empowerment	10
2.2.2. Calidad de servicio	16
2.3. Marco conceptual.....	23
2.4. Hipótesis	24

2.5. Variables	25
2.5.1. Operacionalización de variables.....	25
MATERIAL Y MÉTODOS	26
3.1. Material	26
3.1.1. Población	26
3.1.2. Muestra	26
3.2. Métodos	26
3.2.1. Diseño de investigación	26
3.2.2. Técnicas e instrumentos de investigación.....	27
3.2.3. Validez y confiabilidad del instrumento.....	28
3.2.4. Procesamiento y análisis de datos	29
PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	31
4.1. Presentación de resultados	31
4.2. Discusión de resultados	43
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS	48
ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	25
Tabla 2. Listado de jueces expertos para validación del instrumento	28
Tabla 3. Escala de medición de coeficiente de Alfa de Cronbach.....	29
Tabla 4. Coeficiente de Alfa de Cronbach	29
Tabla 5. Frecuencia de la variable Empowerment	31
Tabla 6. Frecuencia de la dimensión Delegación de autoridad.....	32
Tabla 7. Frecuencia de la dimensión Responsabilidad.....	33
Tabla 8. Frecuencia de la dimensión Autonomía	34
Tabla 9. Frecuencia de la variable Calidad de servicio	35
Tabla 10. Frecuencia de la dimensión Elementos tangibles	36
Tabla 11. Frecuencia de la dimensión Fiabilidad.....	37
Tabla 12. Frecuencia de la dimensión Capacidad de respuesta.....	38
Tabla 13. Frecuencia de la dimensión Seguridad.....	39
Tabla 14. Frecuencia de la dimensión Empatía	40
Tabla 15. Prueba de normalidad de las variables de estudio.....	41
Tabla 16. Correlación entre las dimensiones del empowerment y la calidad de servicio	41
Tabla 17. Correlación entre el empowerment y la calidad de servicio	42

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Distribución de la variable Empowerment	31
Figura 2. Distribución de la dimensión Delegación de autoridad	32
Figura 3. Distribución de la dimensión Responsabilidad	33
Figura 4. Distribución de la dimensión Autonomía	34
Figura 5. Distribución de la variable Calidad de servicio	35
Figura 6. Distribución de la dimensión Elementos tangibles	36
Figura 7. Distribución de la dimensión Fiabilidad	37
Figura 8. Distribución de la dimensión Capacidad de respuesta	38
Figura 9. Distribución de la dimensión Seguridad	39
Figura 10. Distribución de la dimensión Empatía	40

INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

Los cambios actuales en el entorno empresarial caracterizado por la globalización económica y la continua introducción de nuevas tecnologías en el proceso de producción y gestión de las organizaciones han provocado cambios constantes en la forma en que las organizaciones operan, promoviendo una tendencia de lugares de trabajo menos estables, dado que los colaboradores sienten que no son lo suficientemente competentes para abordar o brindar la mejor solución a la situación incómoda de un cliente, lo cual está diseñado para responder a las necesidades del mercado, de los colaboradores y de los consumidores, (Conger, 2019).

En un entorno empresarial peruano en constante evolución, los directivos deben desarrollar estrategias en sus departamentos de Recursos Humanos que les permitan lograr el éxito tanto personal como organizacional, (Cornejo, 2017). Esto significa que los empleados deben sentirse parte integral de la empresa y aprender a utilizar nuevas tecnologías, vender nuevos productos o trabajar eficazmente en estructuras basadas en equipos. En ocasiones, para implementar un nuevo enfoque se requiere un cambio en los valores y normas implícitos en la cultura empresarial. Los cambios en la cultura corporativa pueden transformar la forma en que se trabaja en la organización, fortalecer el vínculo entre los empleados y los clientes, y aumentar el compromiso y empoderamiento de los empleados, (Fandiño, 2020).

La globalización y la aceleración de las nuevas tecnologías están impulsando cambios fundamentales en la gestión y la cultura de los bancos, no solo en la forma de enfrentarse al mercado, sino también en la toma de decisiones. Los bancos juegan un papel importante en la sociedad y enfrentan los desafíos de la globalización y la internalización del mercado considerando que sus aspectos culturales, políticos, tecnológicos y sociales contribuyen en cierta medida a su progreso en un mundo globalizado; aumento de la competencia, demandas públicas de calidad,

adaptación a la legislación nacional y condiciones macroeconómicas, (Kvalheim, 2020).

Por ello, es relevante expresar el trabajo en una organización a través de los recursos necesarios: materiales y humanos. Los medios materiales utilizados por la organización deben facilitar el trabajo de acuerdo con las actividades realizadas en respuesta a sus necesidades y requerimientos. Los recursos humanos aportan las características de talento, creatividad, iniciativa y energía para alcanzar los objetivos propuestos, (Saavedra, 2019).

En la actualidad en algunas empresas por diversas razones el servicio al cliente no es el mejor, por tal motivo las empresas buscan métodos adecuados para solucionar estos inconvenientes, de no solucionarse, afectará directamente el nivel de calidad del servicio de la empresa; las empresas exitosas y bien desarrolladas siempre prestan atención a los detalles más pequeños para crear un buen valor emocional para sus clientes porque entienden la importancia de brindar satisfacción al cliente al proporcionar y ofrecer y dar el servicio como en el producto que cualquier empresa ofrezca, (Portugal, 2018).

En Perú, el empoderamiento es ampliamente reconocido por una variedad de empresas comprometidas con el cambio organizacional para mejorar continuamente los productos y servicios, porque entendemos que el servicio es fundamental para garantizar que los clientes permanezcan conectados con las entidades y que los colaboradores deben utilizar todos sus conocimientos y habilidades, (Romero, 2020).

En cuanto a la calidad de servicio, muchas empresas consideran que ofrecer un servicio excelente es fundamental en su filosofía organizacional, pero pocas logran alcanzar este objetivo. El servicio es tan importante como el producto mismo, dado que las personas buscan sentirse bien cuando realizan sus actividades y buscan la comodidad. Por lo tanto, la calidad del servicio puede determinar si un consumidor elige comprar el producto de una empresa o de su competidor. Aunque los productos pueden ser similares, si el servicio es de mayor calidad, esto es especialmente

importante cuando se decide a qué consumidor dirigirse al realizar una compra. Por lo tanto, la calidad del servicio es realmente importante para una empresa, (Foss, 2020).

El Banco de La Nación cuenta con 38 colaboradores, la capacidad en la toma de decisión no se da abasto para ejecutar, resolución de problemas y el bajo empoderamiento adecuado de los colaborador, así mismo, se observa que los directivos de las distintas áreas del Banco de La Nación saben muy poco sobre empoderamiento, poca delegación de poder, porque no confían en los colaboradores y no se aprecia la autonomía de su personal. Esto conduce al incumplimiento y, a veces, al aplazamiento de los compromisos de desempeño. Por otro lado, en cuanto a la calidad de servicio que reciben los clientes, es deficiente, puesto que existe una evidente falta de formación de los colaboradores, no dan solución o tardan demasiado ante los distintos tipos de reclamos de los clientes; también se observa que el personal no tiene seguridad en el trabajo, pocos sistemas tecnológicos modernos con los que sea agradable trabajar, para ello, es necesario estudiar la relación entre el empowerment y la calidad del servicio con el fin de hacer recomendaciones de mejoras en la gestión para lograr la excelencia en la calidad del servicio relacionado con la empresa y con ello incrementar efectivamente las ventas.

1.1.2. Enunciado del problema

¿De qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia de Chepén, 2022?

1.2. Justificación

1.2.1. Teórica

La investigación se justifica teóricamente, dado que se retroalimentó la comprensión sobre la base teórica del empowerment propuesta por Bateman y Snell (2009), y la calidad de servicio propuesta por Camisón et al. (2007), cobrando importancia puesto que estos son herramientas eficaces para alcanzar el éxito en las empresas; dando origen a una tendencia que fomenta la participación de los colaboradores, pues contribuye además a reformular la visión y enfoque en cuanto al crecimiento personal. De acuerdo con esto, la investigación sirve de referencia para el

estudio y comprensión de esta nueva forma de administrar que genera cambios radicales y promueve la excelencia empresarial.

1.2.2. Práctica

La justificación práctica para realizar una investigación sobre la relación entre el empowerment y la calidad de servicio se basa en varios aspectos. En primer lugar, el empowerment, entendido como el proceso de delegar poder y autoridad a los empleados para tomar decisiones y actuar de manera autónoma, ha demostrado ser una herramienta efectiva para mejorar la satisfacción laboral y el compromiso de los empleados. En segundo lugar, la calidad de servicio es un factor crítico en el éxito de cualquier organización que ofrezca productos o servicios al cliente. Si los empleados tienen la capacidad de tomar decisiones y actuar de manera autónoma, es posible que sean más propensos a ofrecer un mejor servicio al cliente, lo que a su vez puede llevar a una mayor satisfacción y lealtad del cliente. En tercer lugar, si se demuestra una relación positiva entre el empowerment y la calidad de servicio, esto podría tener implicaciones importantes para la gestión y el desarrollo del personal en las organizaciones. Los gerentes podrían utilizar este conocimiento para implementar prácticas de empowerment que mejoren la calidad del servicio y, por lo tanto, la satisfacción del cliente. Por lo tanto, la investigación sobre la relación entre el empowerment y la calidad de servicio tiene una justificación práctica importante dado que puede ayudar a mejorar la satisfacción y el compromiso de los empleados, la satisfacción del cliente y, en última instancia, el éxito de la organización.

1.2.3. Metodológica

La justificación metodológica para realizar una investigación sobre la relación entre el empowerment y la calidad de servicio se basa en varios aspectos. En primer lugar, la investigación empírica es necesaria para establecer si existe una relación causal entre el empowerment y la calidad de servicio. Esto implica el diseño y la ejecución de un estudio riguroso que pueda controlar los efectos de otras variables que podrían influir en la calidad de servicio, como el tipo de servicio ofrecido, la capacitación de los empleados, el tamaño de la organización, entre otros. En segundo lugar,

una investigación metodológicamente sólida permitirá obtener evidencia empírica sobre la naturaleza de la relación entre el empowerment y la calidad de servicio. En tercer lugar, una investigación metodológicamente rigurosa puede contribuir a la identificación de las mejores prácticas para el empowerment en el contexto específico de la calidad de servicio. Esto implica la evaluación de diferentes estrategias de empowerment y cómo estas estrategias pueden ser adaptadas y aplicadas de manera efectiva en diferentes organizaciones y sectores. Por lo tanto, la justificación metodológica para realizar una investigación sobre la relación entre el empowerment y la calidad de servicio radica en la necesidad de establecer la existencia y naturaleza de esta relación, identificar las mejores prácticas para el empowerment en el contexto de la calidad de servicio y proporcionar evidencia empírica para orientar la toma de decisiones en las organizaciones.

1.2.4. Social

La justificación social para realizar una investigación sobre la relación entre el empowerment y la calidad de servicio radica en el impacto que esta investigación podría tener en la sociedad en general. En primer lugar, si se demuestra que el empowerment tiene un efecto positivo en la calidad de servicio, esto lleva a una mejora en la calidad de vida de los consumidores y usuarios de los servicios. Al recibir un servicio de mayor calidad, los clientes se sienten más satisfechos y tener una mejor experiencia, lo que tiene un impacto positivo en su bienestar y calidad de vida en general. En segundo lugar, el empowerment es una herramienta efectiva para mejorar la calidad de servicio, esto tienen implicaciones importantes para la gestión de recursos humanos en las organizaciones. Si se promueve el empowerment, esto lleva a un cambio en la forma en que las organizaciones estructuran y gestionan el trabajo, permitiendo a los empleados tener un mayor control sobre su trabajo y tomar decisiones de manera autónoma. Esto tiene un impacto positivo en la satisfacción y el bienestar laboral de los empleados. En tercer lugar, una relación positiva entre el empowerment y la calidad de servicio lleva a una mayor atención y reconocimiento por parte de los tomadores de decisiones y formuladores

de políticas hacia la importancia de invertir en el desarrollo de las habilidades y capacidades de los empleados. Esto tiene implicaciones positivas a nivel macro, en términos de la promoción del crecimiento económico y el desarrollo sostenible. Por lo tanto, la justificación social para realizar una investigación sobre la relación entre el empowerment y la calidad de servicio radica en el potencial impacto positivo que esta investigación podría tener en la calidad de vida de los consumidores, el bienestar laboral de los empleados y el desarrollo económico y sostenible en general.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Establecer el nivel de empowerment en los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén – 2022.
- Establecer el nivel de calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.
- Determinar de qué manera las dimensiones del empowerment se relacionan con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Alshahrani y Alsharif (2021), en su artículo titulado *“The Mediating Role of Employee Empowerment in the Relationship between Organizational Justice and Service Quality: A Study of the Saudi Health Sector”*, publicado en International Journal of Environmental Research and Public Health. El artículo analiza el papel mediador del empowerment o empoderamiento del empleado en la relación entre la justicia organizacional y la calidad de servicio en el sector de la salud en Arabia Saudita. El estudio se realizó mediante una encuesta a 412 empleados de hospitales públicos y privados en Arabia Saudita. Los resultados indican que la justicia organizacional tiene una influencia positiva en el empowerment del empleado y, a su vez, el empowerment del empleado tiene una influencia positiva en la calidad de servicio. Además, el empowerment del empleado actúa como un mediador en la relación entre la justicia organizacional y la calidad de servicio. Los autores concluyen que el empoderamiento del empleado puede ser una herramienta efectiva para mejorar la calidad de servicio en el sector de la salud, y sugieren que las organizaciones deberían esforzarse por crear un ambiente de trabajo justo y fomentar el empowerment del empleado para mejorar la calidad del servicio prestado.

Biazzo y Bagnoli (2021), en su artículo titulado *“Empowerment and service quality in healthcare: a systematic review”*, publicado en la Journal of Healthcare Leadership. El artículo realiza una revisión sistemática de la literatura existente sobre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en el sector de la salud. Los autores examinan 25 estudios de investigación que abordan esta relación en diferentes contextos y con diversos métodos de medición. La revisión destaca que la mayoría de los estudios encontraron una relación positiva entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en el sector de la salud. Además, se observa que el empoderamiento del empleado parece tener un impacto particularmente fuerte en la calidad del servicio en aquellos contextos en los que los empleados tienen un alto grado de interacción con los pacientes.

La revisión también identifica factores clave que influyen en la relación entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio, como la cultura organizacional, el liderazgo, la capacitación y la comunicación. En conclusión, los autores sugieren que el empoderamiento del empleado puede ser una herramienta importante para mejorar la calidad del servicio en el sector de la salud, y que las organizaciones deberían considerar formas de fomentar el empoderamiento de los empleados y crear un ambiente de trabajo propicio para ello. Además, se destaca la necesidad de más investigaciones en este campo para una mejor comprensión de la relación entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en el sector de la salud.

2.1.2. A nivel nacional

Quispe et al. (2019), en su artículo titulado *“Empowerment y calidad de servicio en las empresas peruanas de servicios financieros”*, publicado en la Revista Científica de Administración, Finanzas e Informática. El artículo tiene como objetivo analizar la relación entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en las empresas de servicios financieros en el Perú. El estudio se basa en una encuesta realizada a 207 empleados de empresas de servicios financieros. Los resultados indican que existe una relación positiva entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en las empresas peruanas de servicios financieros. Además, se encontró que la capacitación y el desarrollo de habilidades son factores clave que influyen en el empoderamiento del empleado. Los autores concluyen que el empoderamiento del empleado es un factor importante para mejorar la calidad del servicio en el sector financiero en el Perú, y que las empresas deberían esforzarse por crear un ambiente de trabajo que fomente el empoderamiento de los empleados y la capacitación en habilidades necesarias para brindar un mejor servicio al cliente. Además, se destaca la necesidad de más investigación en este campo para una mejor comprensión de la relación entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en el sector financiero en el Perú.

Zapata (2021), en su investigación titulada *“El empowerment y el rendimiento laboral de los colaboradores de Caja Arequipa, Arequipa 2020”*

presentado en la Universidad Tecnológica del Perú en la ciudad de Arequipa. El trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el empowerment y el rendimiento laboral de los colaboradores de Caja Arequipa. La investigación desarrollada fue un nivel correlacional de tipo aplicada con enfoque cuantitativa con diseño no experimental. La población estuvo conformado por los 30 colaboradores quienes fueron el objetivo de recolección de daros y se utilizó un muestreo censal. La técnica empleada para la recolección de datos se realizó encuestas como instrumento el cuestionario, la validez de contenido obtuvo un resultado de 79% por la calificación por los jurados de expertos. Se realizó a través del programa SPSS 21, con un resultado de alfa de Cronbach de 0.891, lo cual indica un nivel de fiabilidad que es bueno, por lo tanto, obteniendo un resultado de ($\rho=0.855$), indicando que hay una correlación positiva muy fuerte entre las ambas variables, lo cual de acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. En conclusión, si se logra tener un buen empowerment se podrá mejora el rendimiento laboral de los colaboradores.

2.1.3. A nivel local

Pinedo (2019), en su investigación titulado "*Empowerment y productividad laboral de los colaboradores de la empresa Compartamos Financiera Trujillo Norte, 2019*" presentado en la Universidad Nacional de San Agustín. La presente investigación surge debido a la creciente problemática en los niveles de productividad en el sector bancario, debido al elevado nivel de competencia aledaña, se tuvo como objetivo general determinar la relación entre el empowerment y la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Compartamos Financiera Trujillo Norte, empleando una metodología de tipo aplicado, de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal, con un nivel correlacional, enfocando el estudio en una población conformada por 46 colaboradores de Compartamos Financiera Trujillo Norte, a quienes se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Hallando como resultado principal, la existencia de una correlación positiva alta entre el liderazgo y la productividad laboral. Concluyendo que, existe una relación positiva y

alta entre el empowerment y la productividad laboral en Compartamos Financiera Trujillo Norte, con un coeficiente Rho de Spearman de 0.799, aceptando así la hipótesis de la investigación, por lo que, si se logra implantar de forma eficiente la filosofía del empowerment en la empresa, se fortalecerán los lazos entre empresa-colaborador y con ello incrementará la productividad laboral.

León y Zavaleta (2020), en su artículo titulado *“Empowerment y calidad de servicio: estudio en empresas peruanas de servicios al cliente”*, publicado en la Revista Global de Negocios. El artículo tiene como objetivo analizar la relación entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en las empresas peruanas de servicios al cliente. La investigación se basa en una encuesta realizada a 136 empleados de empresas de servicios al cliente en el Perú. Los resultados muestran que existe una relación positiva y significativa entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en estas empresas. Además, se encontró que la capacitación y el desarrollo de habilidades son factores clave que influyen en el empoderamiento del empleado. Los autores concluyen que el empoderamiento del empleado es un factor importante para mejorar la calidad del servicio en las empresas de servicios al cliente en el Perú, y que las empresas deberían esforzarse por crear un ambiente de trabajo que fomente el empoderamiento de los empleados y la capacitación en habilidades necesarias para brindar un mejor servicio al cliente. También se destaca la importancia de la comunicación efectiva y la participación del empleado en la toma de decisiones para fomentar su empoderamiento. Además, se sugiere la necesidad de más investigación en este campo para una mejor comprensión de la relación entre el empoderamiento del empleado y la calidad del servicio en las empresas de servicios al cliente en el Perú.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Empowerment

- Definición

El empowerment significa empoderar a los colaboradores para que aprovechen al máximo sus talentos colectivos, y el secreto radica en utilizar

de manera consistente a todos los colaboradores, todas las habilidades y empoderar a las personas y los recursos para que actúen, (Chiavenato, 2007).

Según Herrera (2012), es descentralizar el poder y la autoridad a los subordinados para que se sientan dueños de su trabajo. En otras palabras, significa apoderamiento o potenciación (la palabra empowerment se compone de 'en' y 'power', que significa poder en inglés, antecesor de pouvoir en francés). También se puede decir que es el lugar donde las tecnologías de la información ejercen mayor beneficio.

Según Fernández (2011), sus funciones se basan en una buena relación entre la organización y sus colaboradores. De esta manera, se puede aumentar la confianza, la responsabilidad, la autoridad y el compromiso para servir mejor a los clientes.

Asimismo, es un proceso de compartir el poder con los colaboradores, aumentando así su confianza en su capacidad para hacer su trabajo y su creencia en sí mismos como contribuyentes de su impacto en la organización. El empowerment permite que las personas sean más proactivas y persistentes en el logro de sus objetivos y la visión de los líderes, incluso frente a los obstáculos, (Bateman y Snell, 2009).

- Elementos del empowerment

Según Herrera (2012), los elementos del empowerment son los siguientes:

- ❖ Responsabilizarse de los resultados.
- ❖ El poder de tomar decisiones.
- ❖ Implementación de recursos materiales.
- ❖ Información y conocimientos necesarios.
- ❖ La competencia profesional del sujeto autorizante.

- Principios del empowerment

Blanchard (2011), el empowerment se basa en 10 principios:

- ❖ Asignar la responsabilidad de cada tarea a realizar.
- ❖ Asignar autoridad y responsabilidad para sus actividades.
- ❖ Definir estándares de excelencia.

- ❖ Facilitar la formación necesaria para cumplir con los estándares de calidad.
 - ❖ Proporcionar la información y los conocimientos necesarios.
 - ❖ Proporcionar retroalimentación sobre el desempeño.
 - ❖ Reconocimiento oportuno de calificaciones.
 - ❖ Tener plena confianza en los colaboradores.
 - ❖ Hacer espacio para el proceso.
 - ❖ Cooperar con dignidad y respeto.
- Características del empowerment
- De acuerdo con Herrera (2012), las características del empowerment son los siguientes:
- ❖ Promover la innovación y la creatividad.
 - ❖ Tomar mejores decisiones en equipo.
 - ❖ Empleo abundante.
 - ❖ Este proceso requiere cada vez más responsabilidad de colaboradores capacitados.
 - ❖ Los colaboradores no solo son responsables de sus propias tareas, sino también de hacer que la organización funcione mejor.
 - ❖ Las personas resuelven sus problemas de manera proactiva en lugar de repetir pedidos.
 - ❖ Cuando los equipos de trabajo alcanzan mayores niveles de productividad y toman acciones proactivas basadas en los hechos correctos, su desempeño aumenta.
 - ❖ La organización está estructurada para facilitar las tareas de sus miembros para que no solo puedan hacer lo que se les pide que hagan, sino también lo que hay que hacer.
 - ❖ La información es procesada y gestionada por todos los miembros del equipo de trabajo.
 - ❖ El liderazgo fomenta la participación.
 - ❖ El líder es democrático, crea las condiciones para el conocimiento, no impone sus propias normas.
 - ❖ Autodisciplina y compromiso de los miembros del equipo.
 - ❖ Respetar y reconocer las ideas de todos los miembros del equipo.

- Valores del empowerment

Terry (1996), señala que los valores del empowerment son los siguientes:

- ❖ Orgullo: La satisfacción de seguir haciendo el bien.
- ❖ Solidaridad: Trabajar juntos reconociendo que todos son interdependientes.
- ❖ Voluntad: El deseo de esforzarse siempre para lograr continuamente las metas más altas.
- ❖ Atención al detalle: Acostúmbrate siempre a controlar todos los factores que afectan a las operaciones y a los clientes, por pequeños que parezcan.
- ❖ Credibilidad: La confianza que surge cuando los compromisos asumidos se traducen en compromisos personales y grupales.

- Beneficios del empowerment

Según Blanchard (2011), los beneficios del empowerment son los siguientes:

- ❖ Incrementar la satisfacción y confianza de las personas que integran la organización.
- ❖ Mejorar la responsabilidad, la autoridad y el compromiso con la satisfacción del cliente.
- ❖ Aumentar la creatividad y reducir la resistencia al cambio.
- ❖ Los miembros de la organización comparten el liderazgo.
- ❖ Aumentar la confianza en la comunicación y las relaciones.
- ❖ Aumento del entusiasmo y una actitud positiva.
- ❖ Un proceso de toma de decisiones más eficiente es más rápido.
- ❖ Entonces, para una organización, todos estos beneficios conducen a una organización más rentable debido a que tienen clientes más felices y colaboradores más felices y leales.
- ❖ En el dominio de personas, al usar esta herramienta, las personas se sienten empoderadas, efectivas e integradas a la organización, y se alinean con su estrategia de asumir el mayor poder que sus superiores les han otorgado.

- Requisitos del empowerment

Según Wilson (2011), para llevar a cabo este proceso, se necesitan algunos de los siguientes requisitos:

- ❖ Satisfacción personal: Es importante que el trabajo sea satisfactoriamente relevante, debe ser una forma adecuada de reflejar valores, desarrollar conocimientos y habilidades, y asumir responsabilidades.
- ❖ Responsabilidad: Los subordinados deben ser responsables de las funciones que realizan. Debe acostumbrarse a asumir responsabilidades, tomar decisiones y utilizar a su jefe como punto de apoyo.
- ❖ Coaching: Los líderes brindan orientación, asistencia y enseñanza para la mejora continua del desempeño y el desarrollo profesional.
- ❖ Autoestima: El colaborador será capaz de probar cosas nuevas, destacando su deseo de aprender. El superior desarrollará esta autoestima escuchando y comprendiendo a sus colaboradores.
- ❖ Participación: Se implementará comunicación continua y presentación de información entre gerentes y colaboradores.
- ❖ Control: Graduará y ajustará el control de acuerdo con la personalidad de la persona controlada.
- ❖ Medición: Todos tendrán la capacidad de comprender su desempeño y las posibles formas de mejorar.
- ❖ Alcance y control: Al desarrollar el autoliderazgo de cada subordinado, la pirámide de un gran número de colaboradores y la jerarquía de cada gerente se harán más pequeñas.
- ❖ Trabajo en equipo: Se crearán equipos autogestionados donde sobre todo cada integrante y las decisiones coherentes que tomen en grupo.
- ❖ Interdependencia: El mantenimiento de las relaciones interpersonales y la gestión de situaciones de conflicto debe ser un trabajo del día a día de todos sin recurrir a gestores.
- ❖ Formación técnica: Capacitación técnica y de mano de obra de subordinados, gestión de puestos de mando y técnicas de supervisión.

- ❖ Sentido comercial en toda la organización: A medida que reciben trato de todos los relacionados con ellos, la percepción de los clientes de la empresa comienza a aumentar.
- ❖ Tecnología de la información: Los medios de comunicación posibilitan la toma de decisiones y el potencial de empresas más dinámicas y modernas, así como la disposición a reaccionar rápidamente ante los cambios y las nuevas tendencias.
- Importancia del empowerment
 - Según Enebral (2013), el empowerment es importante porque se enfoca en la política y la sociedad, y destaca que las empresas reducirán las jerarquías internas en el futuro cercano debido a que las luchas de poder consumen muchos recursos y afectan los resultados de la compañía.
 - Según González (2011), es importante que todo el personal de una empresa cuente con las habilidades necesarias para mejorar la calidad del servicio. Entre estas habilidades se destacan la capacidad de generar nuevas ideas, planificar adecuadamente los eventos, encontrar soluciones efectivas a los problemas y tomar decisiones apropiadas. Todo esto debe estar dirigido a todos los miembros de la organización.
- Enfoques generales del empowerment
 - El empoderamiento implica la colaboración de todos los miembros de una empresa para trabajar de manera eficiente. Keith y Newstrom (2011), señalaron cinco enfoques en los que se fundamenta el empoderamiento. El primer enfoque consiste en ayudar a los colaboradores a dominar sus tareas, por ejemplo, mediante experiencias adecuadas de capacitación, entrenamiento y mentoría. En segundo lugar, otorgar discreción en su desempeño laboral; en tercer lugar, proporcionar un modelo exitoso a seguir; el cuarto enfoque es la persuasión social y, finalmente, el quinto método es el apoyo emocional.
- Herramientas del empowerment
 - Mosley (2011), menciona que el empowerment incluye herramientas que permiten una planificación adecuada para el éxito, y se basa en el empoderamiento, el poder, el liderazgo, la autoridad y sobre todo un mayor compromiso, asimismo el autor reconoce la importancia del esfuerzo de los

colaboradores dentro de una organización, porque es el fundamento del empowerment para tener éxito.

- Dimensiones del empowerment

- ❖ Delegación de autoridad

Cuando una persona confía en otra, existe una especie de delegación dado que permite que los colaboradores autoricen y decidan acciones hacia los demás para que la persona designada pueda dividir el trabajo de acuerdo con el organigrama. Asimismo, la delegación otorga poderes limitados, y esta delegación debe ser siempre claros y precisos cuando se otorgan a los colaboradores, (Gil y Giner, 2010).

- ❖ Responsabilidad

La responsabilidad se puede definir desde diferentes perspectivas, como desde el punto de vista legal, es ser capaz de aceptar las consecuencias de las decisiones que libremente se pueden haber tomado y hacer lo que se puede, de igual manera, la responsabilidad también se considera la actividad personal y competitiva y el compromiso a futuras decisiones, (González, 2015).

- ❖ Autonomía

La habilidad de tomar decisiones de manera creativa e independiente que una persona posee debe ser la más apropiada para alcanzar los mejores resultados posibles, (Labella, 2014).

2.2.2. Calidad de servicio

- Definición

Según lo expuesto por Rodríguez (2014), la calidad del servicio es fundamental para las empresas, ya que su objetivo es alcanzar la satisfacción del cliente. En este sentido, la calidad del servicio está íntimamente relacionada con las necesidades y expectativas que los clientes tienen sobre los productos. Por tanto, lograr una alta calidad del servicio es una obligación para las empresas, ya que esto les permitirá cumplir con los requisitos y expectativas de los clientes y, en consecuencia, mejorar su imagen y reputación en el mercado.

Según Camisón et al. (2007), la calidad del servicio se basa en la percepción de la calidad esperada y la calidad experimentada por los clientes, ya que la calidad se determina a través del uso de productos y/o servicios por parte de los usuarios. Por lo tanto, la calidad del servicio evalúa el nivel de satisfacción del cliente, respaldado por la norma ISO 9000:2000, que define la calidad como la percepción del consumidor sobre cuán bien se cumplen sus expectativas.

Por otro lado, según Mateos (2007), la calidad del servicio es la capacidad de ajustarse o poder satisfacer las necesidades del consumidor, lo que significa que la calidad acompaña la percepción del servicio por parte del cliente, teniendo en cuenta sus expectativas, por lo tanto, un buen servicio puede hacer la diferencia en lo que se ofrece, dado que estas no son lo mismo que la satisfacción que reciben los clientes.

Para Miranda et al. (2007), la calidad tiene como objetivo satisfacer o superar las expectativas del cliente en el servicio, por lo que la calidad del servicio se entiende como la expectativa de responder a las necesidades del cliente.

- Importancia de la calidad de servicio

Pizzo (2013), sostiene que a medida que aumenta la rivalidad en el mercado, la calidad del servicio sigue mejorando. Esto implica que a mayor competencia, los clientes tendrán más alternativas para seleccionar productos o servicios. Por lo tanto, es fundamental adaptarse a las expectativas y requerimientos de los consumidores, ya que son ellos quienes determinan qué bien o servicio necesitan.

- Modelos de calidad de servicio

- ❖ Modelo de Sasser, Olsen y Wyckoff

El modelo de Sasser, Olsen y Wyckoff (1978), supone que el consumidor traduce sus expectativas en atributos relacionados con los servicios esenciales (razón de ser de la empresa) y servicios periféricos.

Para evaluar la calidad del servicio, los clientes pueden elegir uno de los siguientes métodos:

- ✚ Elegir un atributo de preferencia que tengan más peso en el consumidor que otros atributos.
- ✚ Seleccionar un solo factor decisivo, siempre y cuando los demás atributos cumplan con un nivel mínimo de satisfacción.
- ✚ Considerando el conjunto de atributos, los consumidores aceptarán tener un número menor de ciertos atributos a cambio de más atributos, (Sotolongo, 2003).

❖ Modelo de Grönross

La percepción del cliente sobre la calidad del servicio se basa en dos aspectos: uno técnico, vinculado al resultado, y otro funcional, relacionado con el proceso.

- ✚ Calidad técnica: Se refiere al "qué" que los clientes adquieren a través de sus interacciones con la compañía, un aspecto crucial para ellos en su valoración de la calidad. Es el resultado que se les proporciona a los clientes después de completar el proceso productivo y la relación entre comprador y vendedor, (Grönroos, 1994).
- ✚ Calidad funcional: Se refiere a 'cómo' el cliente adquiere el servicio, o la manera en que vive el proceso de producción y consumo al mismo tiempo. Está estrechamente relacionado con la forma en que se abordan los momentos clave en la interacción entre comprador y vendedor, así como el funcionamiento de dicho proceso para el proveedor del servicio, (Grönross, 1994).

Así, las imágenes de la empresa y/o locales son particularmente relevantes para gran parte de los servicios y pueden influir en la percepción del cliente de diversas formas. No obstante, si las imágenes son desfavorables, el efecto de cualquier fallo será mucho más significativo de lo previsto. En relación con la percepción de la calidad, se puede considerar una imagen como un filtro, (Grönross, 1994).

❖ Modelo de los Gaps

El modelo presentado por Parasuraman et al. (1985), contempla la calidad del servicio como un concepto esquivo debido a su intangibilidad, heterogeneidad e indivisibilidad, características fundamentales de los servicios. Este enfoque diferencia la calidad proyectada (expectativa) de

la calidad experimentada, basándose en cuatro discrepancias o brechas que representan carencias en la calidad, las cuales pueden originarse en factores intrínsecos de una compañía.

- ✚ Gap 1: Gestionar las discrepancias cognitivas en las expectativas del cliente. Las opiniones de numerosos directivos acerca de las expectativas del cliente en cuanto a un servicio de calidad coinciden con las expectativas de los consumidores manifestadas en los grupos de discusión., (Parasuraman et al., 1985)
- ✚ Gap 2: Brechas en los estándares de calidad del servicio y percepciones de la dirección. Esto sucede cuando las condiciones del mercado y/o la desatención de la dirección pueden generar una discrepancia entre la percepción de la dirección sobre el servicio y las expectativas reales. Es factible que una compañía no logre diseñar un servicio a pesar de entender las necesidades de sus clientes, debido a la falta de compromiso de la gestión total con la calidad del servicio, (Parasuraman et al., 1985).
- ✚ Gap 3: Brechas en los estándares de calidad del servicio - Entrega del servicio. Aun contando con un óptimo rendimiento y pautas efectivas para atender correctamente a los clientes, no se garantiza la excelencia en la calidad del servicio. Los directivos admiten que los empleados de las compañías de servicios influyen considerablemente en la percepción de la calidad por parte de los consumidores, y que el rendimiento de dichos empleados no siempre es homogéneo, (Parasuraman et al., 1985).
- ✚ Gap 4: Brechas en la comunicación externa entre los servicios proporcionados: La publicidad y otras formas de comunicación de una empresa afectan las expectativas de los consumidores. Dado que estas expectativas tienen un impacto significativo en cómo los clientes perciben la calidad del servicio, las empresas deben garantizar que sus compromisos comunicativos no sobrepasen lo que realmente ofrecen.

❖ Modelo SERVQUAL

Parasuraman et al. (1991), identificaron cinco dimensiones a través de focus group: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. También puede recurrir a servicios de investigación detallados y entrevistar a personas relacionadas con la industria que estén bien posicionadas para identificar las necesidades de su cliente.

SERVQUAL consiste en una escala que consta de un conjunto de declaraciones divididas en cinco dimensiones, cada una de las cuales identifica un aspecto diferente relacionado con la prestación del servicio. La dimensión de calidad utilizada en SERVQUAL - derivada de la investigación cualitativa basada en la implementación de técnicas de focus group, (Petracci, 1998).

Para evaluar la calidad percibida proponen estas dimensiones generales y definen dicha percepción como el resultado de la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los consumidores. Sin embargo, también se basa en un método de encontrar una serie de gaps, desequilibrios o lagunas en el proceso. Estos afectan la percepción del cliente y son los que desea analizar cuando desea mejorar la calidad de la percepción. Por lo tanto, las percepciones comunes sobre la calidad del servicio se ven afectadas por estas brechas que surgen en las organizaciones que brindan el servicio, (Duque, 2005).

❖ Modelo jerárquico multidimensional de Brady y Cronin

Brady y Cronin utilizaron las percepciones de los usuarios sobre la calidad del servicio para evaluar el desempeño del servicio en múltiples niveles y finalmente las combinaron para obtener sus percepciones generales.

A través de una investigación cualitativa y empírica, muestran cómo la calidad del servicio constituye una estructura de tres órdenes en la que las percepciones se definen por dimensiones, que a su vez se definen en subdimensiones. El modelo propone tres dimensiones principales: calidad de la interacción, entorno físico y calidad del resultado. Esta es una alternativa válida y confiable para medir la calidad del servicio en diversas situaciones, (Fernández y Campiña, 2015).

Matsumoto (2014), señalan que Brady y Cronin no han abordado adecuadamente algunas contradicciones conceptuales importantes en cuanto a su multidimensionalidad, particularmente dimensiones y subdimensiones.

❖ Modelo de las brechas

Parasuraman et al. (1985), identificaron cuatro brechas potenciales dentro de las empresas de servicios que podrían conducir a la quinta y última brecha: la diferencia entre lo que los clientes esperan y lo que creen que reciben, estas brechas son las siguientes:

- ✚ Una brecha de conocimiento es la diferencia entre lo que un proveedor de servicios cree que espera un cliente y lo que un consumidor necesita y espera.
- ✚ Una brecha en los estándares es la diferencia entre la percepción de la gerencia sobre las expectativas del cliente y los estándares establecidos de calidad en la prestación del servicio.
- ✚ La brecha de entrega es la diferencia entre los estándares de entrega especificados y el desempeño real del proveedor de servicios frente a esos estándares.
- ✚ Las brechas de comunicación interna son las diferencias entre la publicidad de una empresa y lo que los vendedores creen que la empresa realmente ofrece en términos del nivel de funcionalidad del producto, rendimiento y calidad del servicio.
- ✚ La brecha percibida es la diferencia entre lo que realmente se entrega y lo que los clientes perciben que reciben (porque no pueden evaluar con precisión la calidad del servicio).
- ✚ Una brecha de desempeño es la diferencia entre el compromiso de un proveedor de servicios con los esfuerzos de comunicación (antes de la prestación del servicio) y la confianza del cliente en esos compromisos de comunicación.
- ✚ La brecha de servicio es la diferencia entre lo que los clientes esperan recibir y su percepción del servicio prestado.

En cualquier punto del diseño y la prestación del servicio, las brechas pueden dañar las relaciones con los clientes. La brecha de servicio (#7) es

la más crítica; por lo tanto, el objetivo final de la mejora de la calidad del servicio es cerrarla o reducirla tanto como sea posible. Sin embargo, para que esto suceda, las agencias de servicios deben trabajar duro para cerrar las otras seis mencionadas anteriormente.

- Dimensiones de la calidad de servicio

De acuerdo con Torres y Vásquez (2015), la calidad de servicio se evalúa de acuerdo con las siguientes dimensiones:

❖ Elementos tangibles

Los elementos tangibles son aquellos que componen una empresa, es decir, sus instalaciones físicas, que incluyen el mantenimiento y modernización de los equipos propiedad de la empresa.

Es de especial importancia que las instalaciones físicas de la empresa se encuentren en óptimas condiciones para que las actividades internas se puedan realizar de manera eficaz, y de igual manera todos los colaboradores de la empresa deben comportarse adecuadamente, lo que también depende de que la empresa posea e integre a todo el personal.

Por otro lado, también es importante poder identificar la necesidad del cliente de calidad en el servicio, que es uno de los temas más difíciles de definir que la calidad del producto, dado que el servicio es un factor en constante cambio que depende mucho del entorno y cómo interactúan los clientes entre sí y los colaboradores.

❖ Fiabilidad

Entendida como la capacidad de prestar servicios de forma precisa y segura. Es decir, se entiende por fiabilidad la conciencia plena de prestar servicios desde el principio.

❖ Capacidad de respuesta

La calidad de respuesta es la velocidad con la que se atiende a los clientes porque los clientes son muy exigentes.

❖ Seguridad

La seguridad es hacer sentir al cliente que el servicio prestado está libre de riesgos, es decir, el servicio está libre de cualquier tipo de riesgo, procurando que el cliente no tenga dudas al respecto.

❖ **Empatía**

En la mayoría de los casos, la empatía se logra brindando una atención individualizada a cada cliente, siendo lo más importante comprender a los clientes y satisfacer sus necesidades.

Se puede notar que entre las dimensiones presentadas, muchas se enfocan en la calidad del resultado del servicio, mientras que otras se enfocan en el proceso de entrega del servicio.

2.3. Marco conceptual

- **Delegar**

Es un acto que se entiende capaz de identificar o delegar funciones y actividades de desarrollo de forma específica, (Robbins, 2015).

- **Poder**

El poder está relacionado con la capacidad de un individuo para influir en el comportamiento de los demás, con o sin consentimiento, el poder influye intencionalmente en las creencias, las emisiones y el comportamiento de las personas, (Kotler, 2012).

- **Autoridad**

La autoridad es un atributo conferido a una persona, la persona encargada de dar órdenes en el desarrollo de actividades. Entonces, la autoridad es poder dar órdenes y hacer que la gente te obedezca, (Robbins, 2015).

- **Liderazgo**

Un líder es alguien que busca movilizar y guiar a las personas y abrazar ideas, por lo que un líder es alguien que lidera para lograr metas, (Montaña, 2012).

- **Compromiso**

Se entiende por compromiso el proceso o acto por el cual los miembros de la organización o miembros independientes de la organización se comprometen con la organización y sus metas y objetivos, (Robbins, 2015).

- **Elementos tangibles**

Los elementos tangibles son todos los elementos que componen los activos intangibles de una empresa a través de los cuales se pueden satisfacer las necesidades de los clientes, (Robbins, 2015).

- **Fiabilidad**

La confiabilidad es el desempeño o función de un diseño bajo condiciones específicas y por un período de tiempo específico, (Robbins, 2015).

- **Capacidad de respuesta**

La capacidad de respuesta es el acto de responder inmediatamente a las necesidades del cliente y debe responder durante un período de tiempo considerable, (Atunéz, 2010).

- **Seguridad**

La seguridad se entiende como las medidas de protección que una empresa debe tomar para defenderse de los peligros externos e internos existentes que podrían impactar negativamente en la calidad de vida, (Santa,2015).

- **Empatía**

La empatía es un concepto muy amplio, y existe una falta de definición conceptual de la empatía, por otro lado, existe una gama de diferentes observaciones sobre la empatía en la literatura actual, lo que genera debate, (Chiavenato, 2007).

2.4. Hipótesis

H₀: No existe una relación positiva ni significativa entre el empowerment y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia de Chepén - 2022.

H_i: Existe una relación positiva y significativa entre el empowerment y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia de Chepén - 2022.

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Empowerment	Es el proceso de compartir el poder con los colaboradores, aumentando así su confianza en su capacidad para hacer su trabajo y su confianza en sí mismos como colaboradores que influyen en la organización. (Bateman y Snell, 2009)	Para medir la variable empowerment se han identificado dimensiones, y a su vez indicadores, que identifican la pregunta de investigación conformada por el instrumento, para obtener datos en la muestra correspondiente donde se pueda medir la variable de investigación.	Delegación de autoridad	Confianza	01 al 04	Ordinal
				Autoridad		
			Responsabilidad	División del trabajo	05 al 08	
				Toma de decisiones		
Autonomía	Compromiso en el trabajo	09 al 12				
	Capacidad de decisión					
Calidad de servicio	Son actividades tangibles o intangibles que conducen a la satisfacción de las necesidades del cliente.	Para medir la variable de calidad del servicio se han identificado dimensiones, y a su vez indicadores, que identifican la pregunta de investigación conformada por el instrumento, para obtener	Elementos tangibles	Instalaciones	13 al 16	Ordinal
				Modernidad de los equipos		
			Fiabilidad	Presencia del personal	17 al 21	
Capacidad de respuesta	Predisposición	22 al 25				
Disponibilidad de atención						

(Camisón et al., 2007)

datos en la muestra
correspondiente donde se
pueda medir la variable de
investigación.

Seguridad	Credibilidad	26 al 29
Confianza		

Fuente: Elaboración propia

MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

De acuerdo con Hernández (2010), la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de características, en tal sentido permite establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales. Por consiguiente, la primera población estuvo conformada por 38 colaboradores del Banco de la Nación – Agencia Chepén, los cuales se encuentran en planilla de colaboradores. La segunda población estuvo conformada por los clientes que realizan telegiros en moneda nacional y extranjera en el Banco de La Nación de manera presencial, que de acuerdo con la gerencia de operaciones se atienden en promedio unas 06 operaciones diarias.

3.1.2. Muestra

De acuerdo con Ríos (2017), la refiere a aquellas cantidades representativas, tomadas de la población total, la misma que puede ser tomada por formulas establecidas en el estudio de la investigación. Complementando a lo anterior, Ramírez (2012), establece que la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra. Por lo tanto, la muestra uno y dos estuvo conformada por el total de la población. De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra.

3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de investigación

Según Rodríguez (2011), la investigación aplicada es aquella que tiene como objetivo resolver un problema específico que ya ha sido identificado previamente. Este tipo de investigación se realiza después de haber revisado todo el conocimiento generado por la investigación básica. Este enfoque es útil para la primera fase de identificación de problemas y para

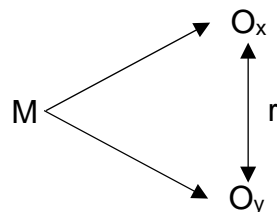
establecer medidas de solución. Por lo tanto, esta investigación se considera de tipo aplicada.

En este estudio no se modificaron las variables, sino que se observó la situación actual de una entidad bancaria y se analizaron sucesos ya ocurridos. De acuerdo con Hernández et al. (2014), una investigación no experimental se enfoca en eventos que ocurren de manera natural y sin manipulación de variables. Estos son observados como ocurren para poder analizarlos posteriormente. Por lo tanto, este estudio se clasifica como no experimental.

Se indica que la investigación es de tipo transeccional o transversal, dado que se llevó a cabo en un momento específico elegido por los investigadores, sin realizar ninguna comparación con otros momentos en los que la realidad podría haber cambiado, (Hernández et al., 2014). En este caso, se recolectaron datos correspondientes al año 2021.

Este estudio se clasifica como correlacional dado que su objetivo fue determinar la relación entre dos variables.

El esquema adoptado es el siguiente:



Dónde:

M : Muestra de estudio

O_x : Información del empowerment

O_y: Información de la calidad de servicio

r: Relación entre las variables

3.2.2. Técnicas e instrumentos de investigación

- Técnica de recolección de datos

Se usó la encuesta, según Serrano (2020), las encuestas son utilizadas para sacar información que se necesita para cerciorarse de una hipótesis de una investigación y acomodar todo lo necesario, antes de exponer los resultados Se aplicó un cuestionario de tipo Likert que tendrá 34 ítems

(Anexo 01), todo esto en base a los indicadores establecidos, este contó con 05 escalas para poder obtener la información de las 2 variables que fueron el empowerment y calidad de servicio en la empresa.

De acuerdo con Badillo (2020), la escala Likert sirve para medir la actitud de las personas que tiene como base el planteamiento de enunciados, para saber si están de acuerdo o en desacuerdo, enfatizando que los términos no son dicotómicos, y estos se posicionan según su gradación.

- Instrumento de recolección de datos

Se usó el cuestionario, según García (2014), manifiesta que el cuestionario es un método de interrogantes jerárquicos con mucha coherencia, expresado en un lenguaje preciso y fácil. El instrumento estuvo compuesto por 34 ítems, con las cuales se pudo cuantificar las variables expresadas y dimensionadas que se desglosan de estas (V1: Empowerment: 03 dimensiones, 07 indicadores; V2: Calidad de servicio: 05 dimensiones, 08 indicadores), en visto que, la información es de tipo ordinal, dicho ello, se empleará la escala de Likert, que autoriza medir el nivel de siempre o nunca de acuerdo con la aseveración que se plantearan en el cuestionario.

3.2.3. Validez y confiabilidad del instrumento

- Validez del instrumento

La validez de este estudio fue confirmada por los profesores especializados en metodología de investigación, quienes también están alineados con la línea de estudio y aceptaron el cuestionario y la herramienta de medición en su totalidad (ver anexo 02). Por lo tanto, Chea y Rosli (2020), establecieron que uno de los objetivos de la investigación es validar la coherencia, precisión y utilidad total en la investigación científica, lo que permitirá presentar resultados y conclusiones precisas.

Tabla 2

Listado de jueces expertos para validación del instrumento

Experto	Grado	Suficiencia
García Guttí, Alan Enrique	Magíster	Si hay suficiencia
Flores Ramírez, Miguel Ángel	Magíster	Si hay suficiencia
Chuecas Wong, Efraín Ricardo	Magíster	Si hay suficiencia

Fuente: Elaboración propia

- Confiabilidad del instrumento

Según Hernández y Mendoza (2018), es una herramienta de medición relacionada con la medida en base a la adaptación repetida en un mismo objeto crea efectos resistentes y consistentes en muestras o instancias.

Tabla 3

Escala de medición de coeficiente de Alfa de Cronbach

Valores	Niveles
Mayor a 0.90	Perfecta
Mayor a 0.80	Elevada
Mayor a 0.70	Aceptable
Mayor a 0.60	Regular
Mayor a 0.50	Baja
Mayor a 0.40	Nula

Fuente: Hernández y Mendoza (2018)

Tabla 4

Coefficiente de Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,894	34

Fuente: SPSS v.26

Considerando la tabla 4, el análisis Alpha de Cronbach de ambas variables arrojó el resultado de 0.894, que representa un nivel de confianza perfecto, que debe aplicarse a la encuesta.

3.2.4. Procesamiento y análisis de datos

El recojo de la información fue mediante el uso de los cuestionarios, los cuales, al ser aprobados por los expertos, fueron administrados de manera particular a los colaboradores que laboran en el Banco de la Nación. Una vez conseguidos los resultados se analizaron mediante la estadística descriptiva e inferencial en el Software Estadístico SPSS versión 26, para estudiar el nivel de correlación entre las variables. Fundamentalmente, para esta investigación, anticipadamente se logró obtener una carta de autorización por parte del Gerente de Sucursal del Banco de la Nación.

El análisis de los datos se obtuvo mediante la aplicación de los cuestionarios con la intención de calcular las dos variables de la investigación, también, se utilizará el software Microsoft Excel para el logro

de los resultados, los cuales fueron procesados con el Software estadístico SPSS v.26, en el que se efectuó el análisis descriptivo para el discernimiento del comportamiento de las variables y dimensiones estudiadas, mediante, el análisis de la desviación estándar y la media, para la elaboración de baremos demostrados en el uso de figuras y tablas, posterior a ello, se llevó a cabo los análisis de estadística inferencial, donde se inició con la aplicación de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, considerando que la muestra empleada fue menor a 50 personas, por lo que, al hallar una distribución no paramétrica se usó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la aclaración de conjeturas en el análisis de relación y la contrastación de hipótesis.

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

- Presentación de resultados descriptivos

En lo concerniente al procesamiento de datos sobre la variable empowerment, fueron obtenidos los resultados presentados a continuación:

Objetivo específico uno: Establecer el nivel de empowerment en los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén – 2022.

Tabla 5

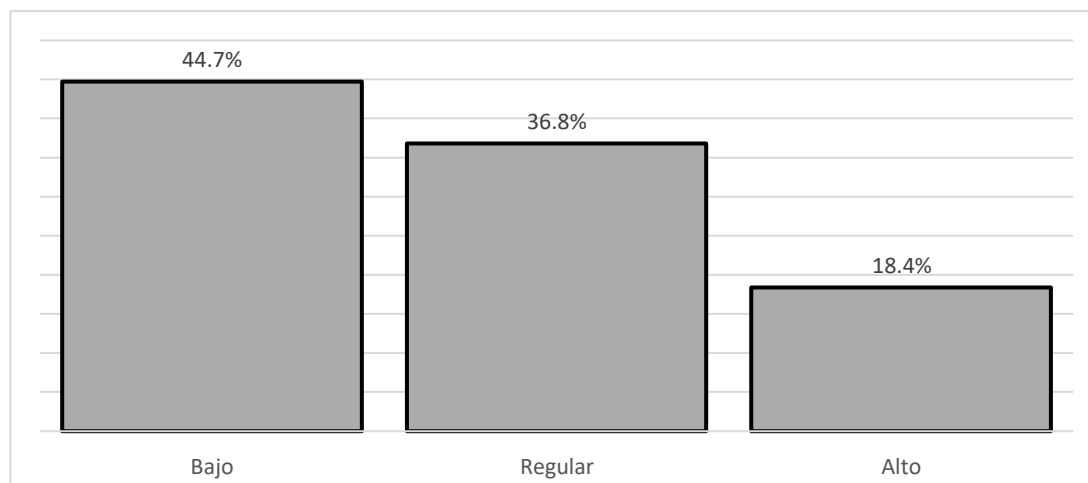
Frecuencia de la variable Empowerment

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Bajo	17	44.7	44.7
Regular	14	36.8	81.6
Alto	7	18.4	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 1

Distribución de la variable Empowerment



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 5

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 44.7% de los encuestados manifiestan que el empowerment de los colaboradores del Banco de La Nación es baja, por otra parte, el 36.8% considera que esta en un nivel regular, finalmente, el 18.4% considera que el empowerment es alta en la empresa en estudio.

Frecuencia de las dimensiones de la variable Empowerment

Dimensión uno: Delegación de autoridad

Tabla 6

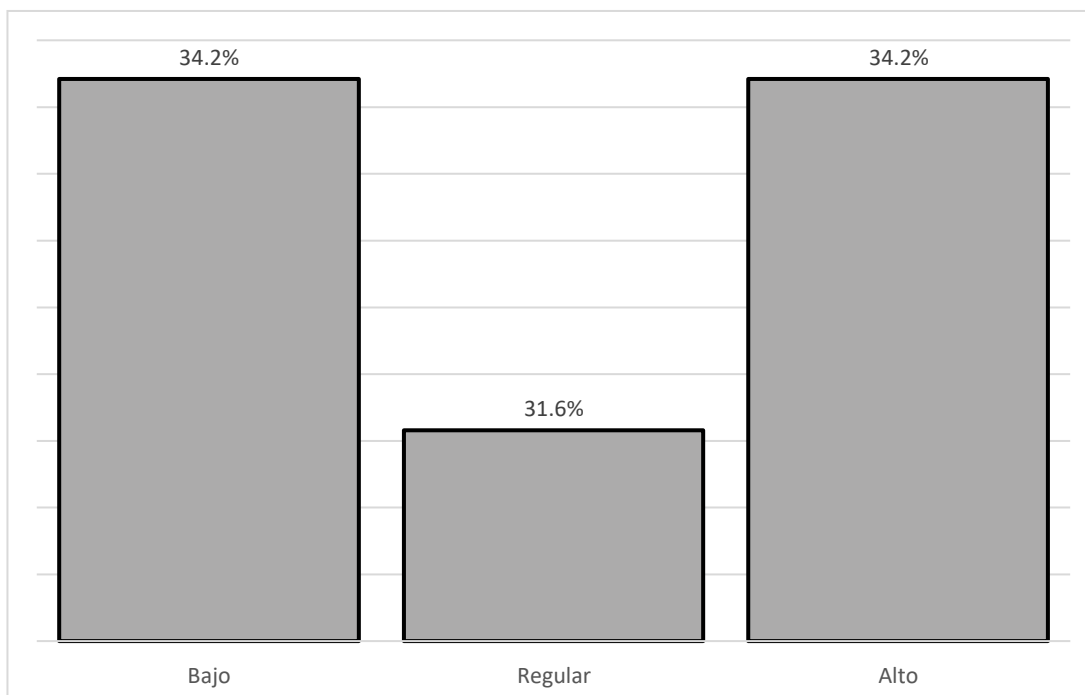
Frecuencia de la dimensión Delegación de autoridad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Bajo	13	34.2	34.2
Regular	12	31.6	65.8
Alto	13	34.2	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 2

Distribución de la dimensión Delegación de autoridad



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 6

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 34.2% de los encuestados manifiestan que la delegación de autoridad que se ejerce entre los colaboradores del Banco de La Nación es baja, por otra parte, el 31.6% considera que esta en un nivel regular, finalmente, el 34.2% considera que la delegación de autoridad es alta en la empresa en estudio.

Dimensión dos: Responsabilidad

Tabla 7

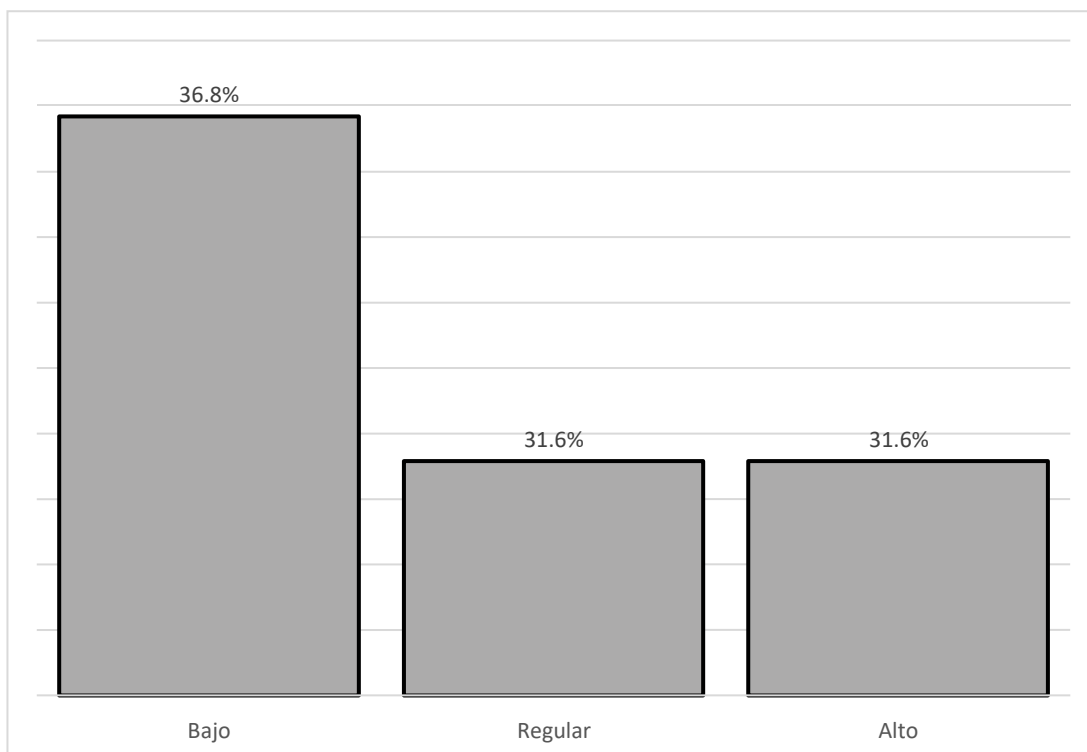
Frecuencia de la dimensión Responsabilidad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Bajo	14	36.8	36.8
Regular	12	31.6	68.4
Alto	12	31.6	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 3

Distribución de la dimensión Responsabilidad



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 7

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 36.8% de los encuestados manifiestan que la responsabilidad de los colaboradores del Banco de La Nación es baja, por otra parte, el 31.6% considera que esta en un nivel regular, finalmente, el 31.6% considera que la responsabilidad es alta en la empresa en estudio.

Dimensión tres: Autonomía

Tabla 8

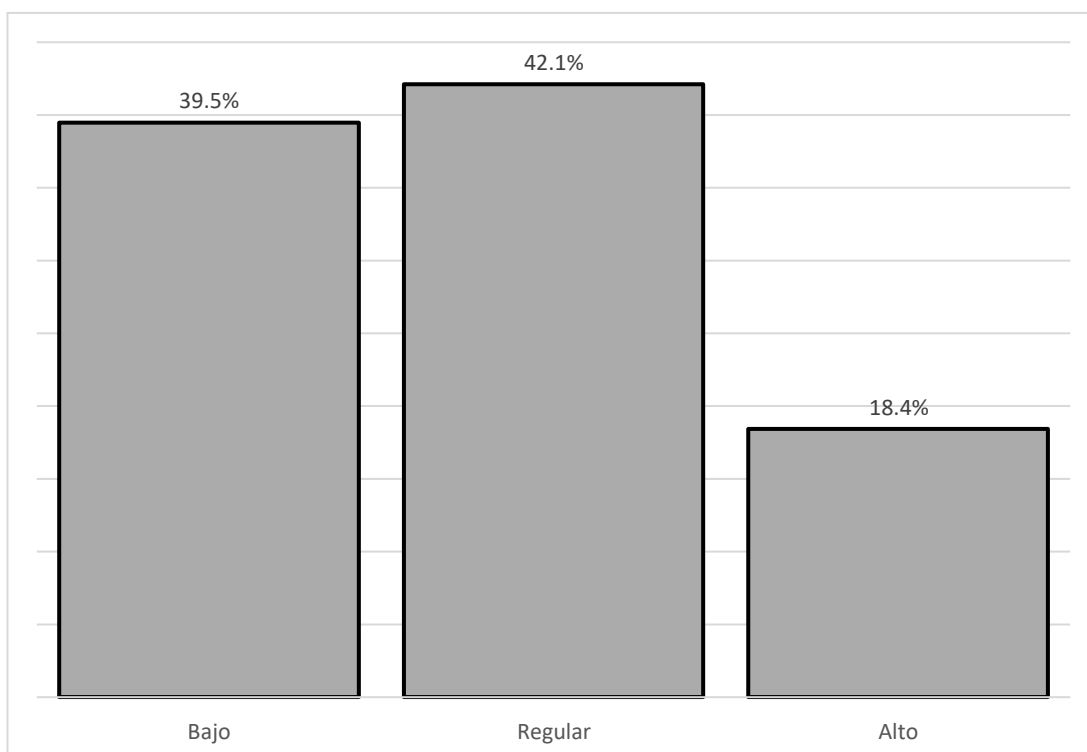
Frecuencia de la dimensión Autonomía

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Bajo	15	39.5	39.5
Regular	16	42.1	81.6
Alto	7	18.4	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Distribución de la dimensión Autonomía



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 8

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 42.1% de los encuestados manifiestan que la autonomía de los colaboradores del Banco de La Nación es regular, por otra parte, el 39.5% considera que esta en un nivel bajo, finalmente, el 18.4% considera que la autonomía es alta en la empresa en estudio.

En lo concerniente al procesamiento de datos sobre la variable calidad de servicio, fueron obtenidos los resultados presentados a continuación:

Objetivo específico dos: Establecer el nivel de calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

Tabla 9

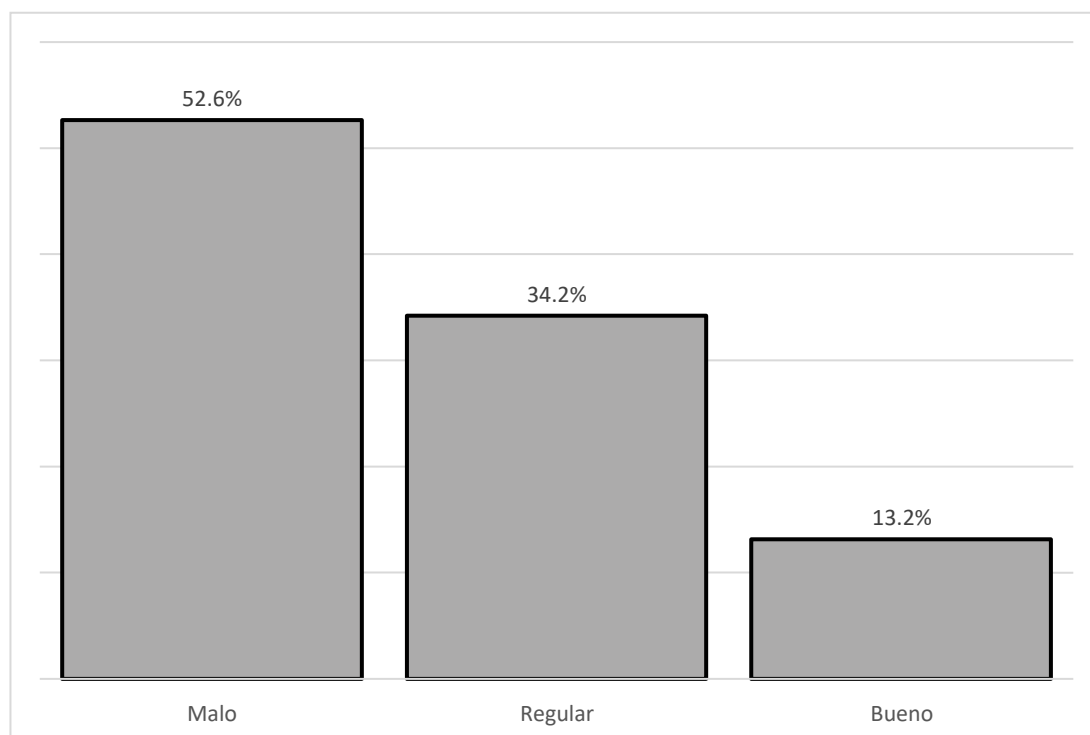
Frecuencia de la variable Calidad de servicio

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Malo	20	52.6	52.6
Regular	13	34.2	86.8
Bueno	5	13.2	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Distribución de la variable Calidad de servicio



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 9

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 52.6% de los encuestados manifiestan que calidad de servicio del Banco de La Nación es mala, por otra parte, el 34.2% considera que esta en un nivel regular, finalmente, el 13.2% considera que calidad de servicio en la empresa en estudio es buena.

Frecuencia de las dimensiones de la variable Calidad de servicio

Dimensión cuatro: Elementos tangibles

Tabla 10

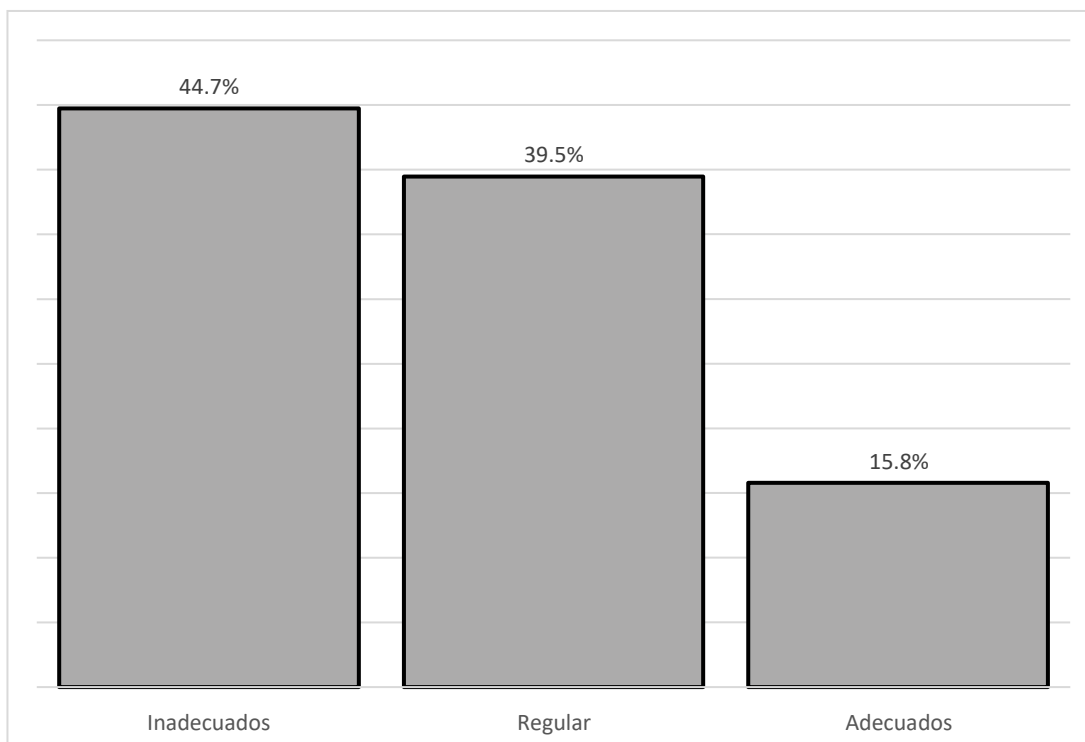
Frecuencia de la dimensión Elementos tangibles

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Inadecuados	17	44.7	44.7
Regular	15	39.5	84.2
Adecuado	6	15.8	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Distribución de la dimensión Elementos tangibles



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 10

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 44.7% de los encuestados manifiestan que los elementos tangibles con los que cuenta el Banco de La Nación son inadecuados, por otra parte, el 39.5% considera que esta en un nivel regular, finalmente, el 15.8% considera que los elementos tangibles con los que cuenta el Banco de La Nación son adecuados.

Dimensión cinco: Fiabilidad

Tabla 11

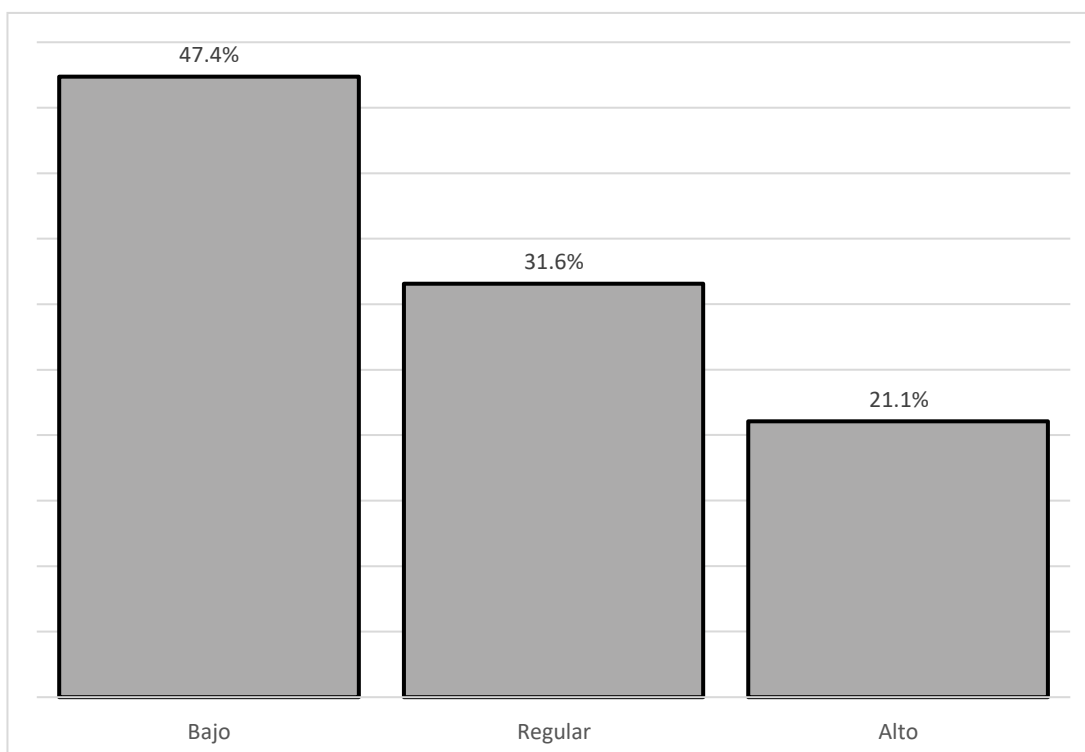
Frecuencia de la dimensión Fiabilidad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Bajo	18	47.4	47.4
Regular	12	31.6	78.9
Alto	8	21.1	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Distribución de la dimensión Fiabilidad



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 11

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 47.4% de los encuestados manifiestan que la fiabilidad de los colaboradores del Banco de La Nación es baja, por otra parte, el 31.6% considera que esta en un nivel regular, finalmente, el 21.1% considera que fiabilidad de los colaboradores de la empresa en estudio es alta.

Dimensión seis: Capacidad de respuesta

Tabla 12

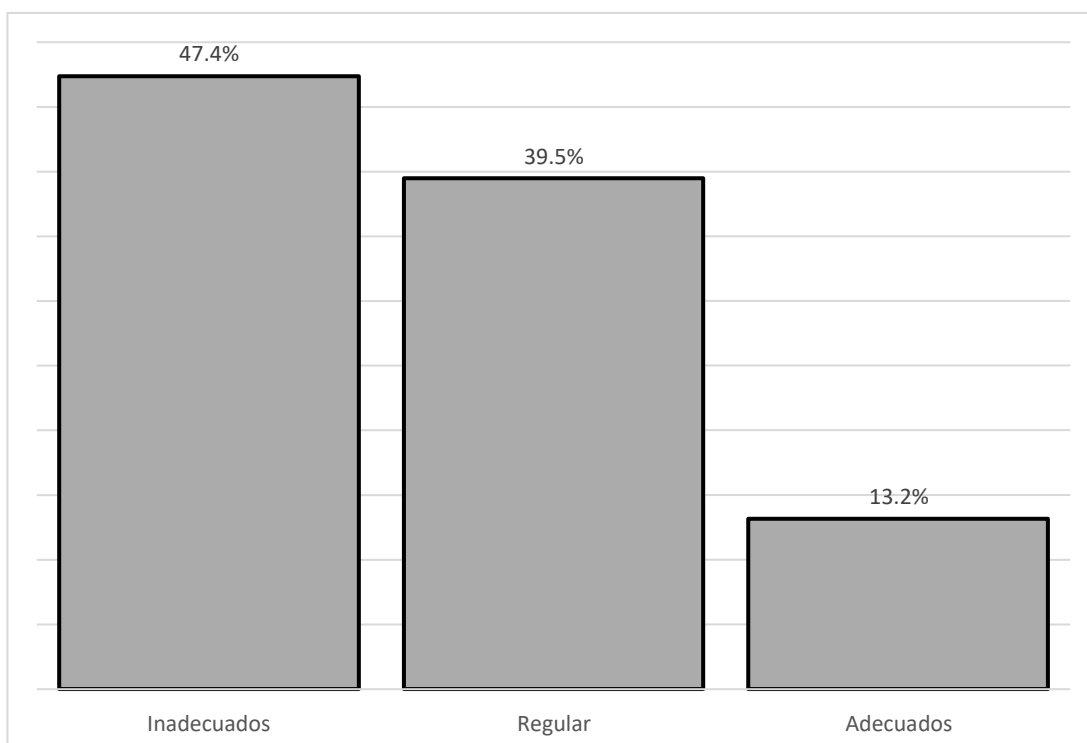
Frecuencia de la dimensión Capacidad de respuesta

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Inadecuados	18	47.4	47.4
Regular	15	39.5	86.8
Adecuado	5	13.2	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Distribución de la dimensión Capacidad de respuesta



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 12

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 47.4% de los encuestados manifiestan que la capacidad de respuesta de los colaboradores del Banco de La Nación es inadecuada, por otra parte, el 39.5% considera que esta en un nivel regular, finalmente, el 13.2% considera que la capacidad de respuesta de los colaboradores de la empresa en estudio es adecuada.

Dimensión siete: Seguridad

Tabla 13

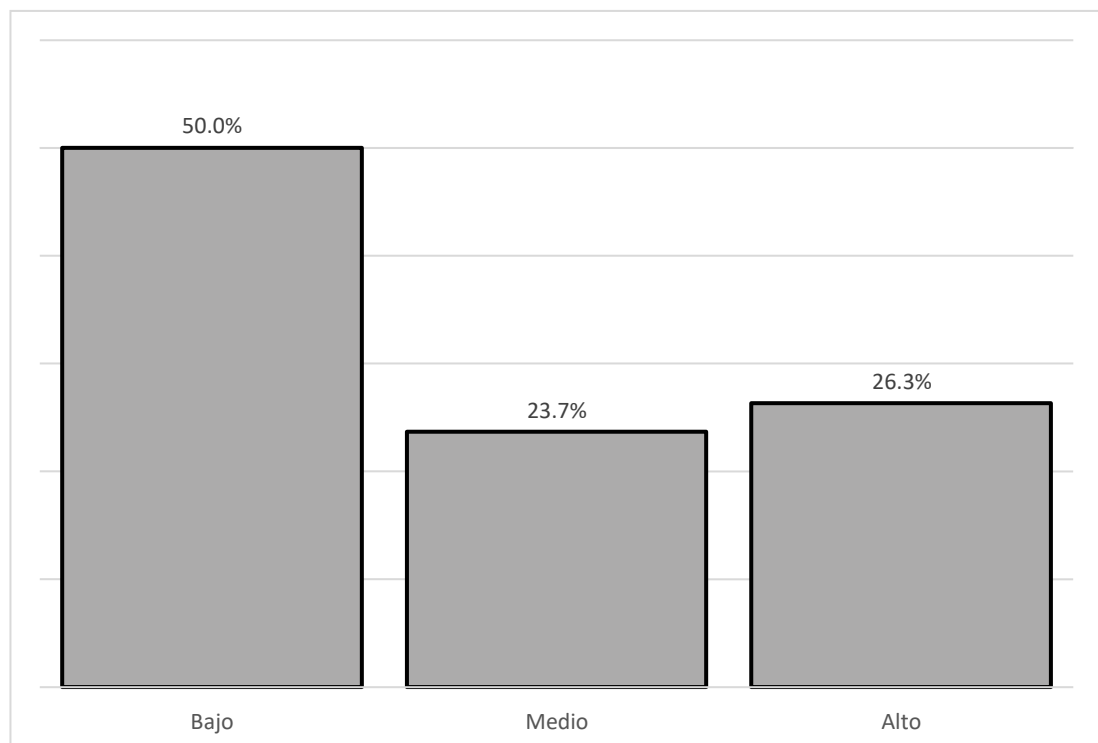
Frecuencia de la dimensión Seguridad

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Baja	19	50.0	50.0
Media	9	23.7	73.7
Alta	10	26.3	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Distribución de la dimensión Seguridad



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 13

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 50.0% de los encuestados manifiestan que la seguridad del servicio ofrecido por los colaboradores del Banco de La Nación es baja, por otra parte, el 26.3% considera que esta en un nivel alto, finalmente, el 23.7% considera que la seguridad del servicio ofrecido por los colaboradores de la empresa en estudio es media.

Dimensión ocho: Empatía

Tabla 14

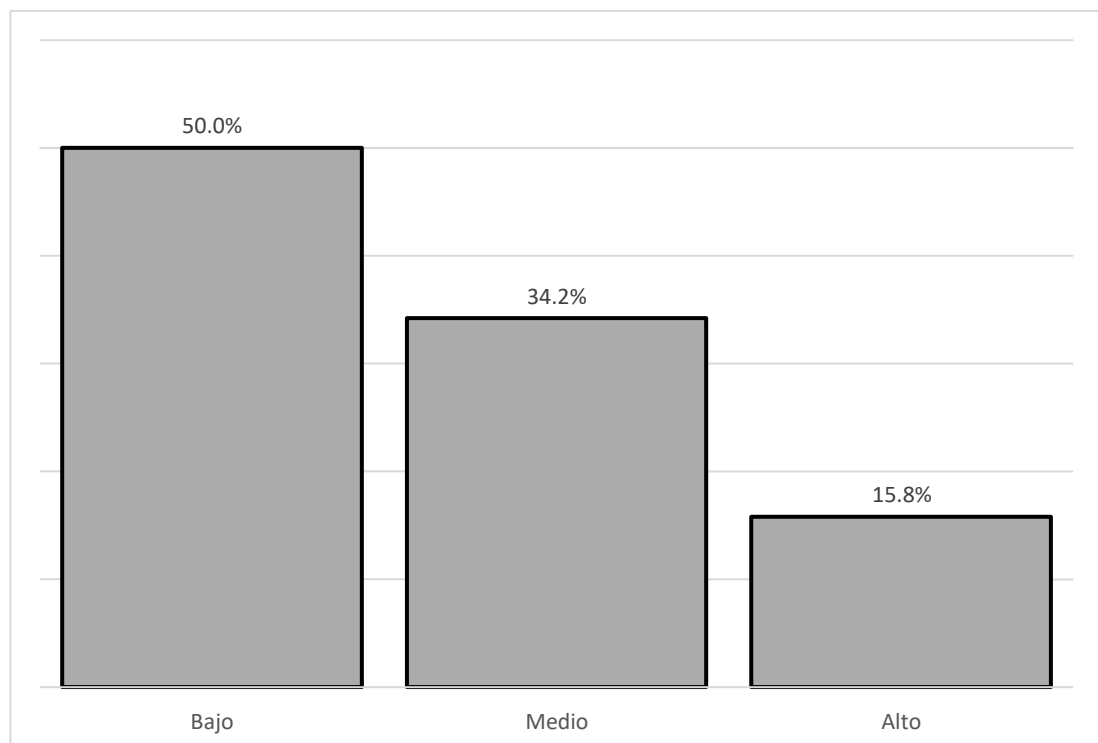
Frecuencia de la dimensión Empatía

Nivel	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Baja	19	50.0	50.0
Media	13	34.2	84.2
Alta	6	15.8	100.0
TOTAL	38	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Distribución de la dimensión Empatía



Fuente: Elaboración propia basado en la tabla 14

Interpretación

De acuerdo con la tabla y figura anterior, el 50.0% de los encuestados manifiestan que la empatía de los colaboradores del Banco de La Nación es baja, por otra parte, el 34.2% considera que esta en un nivel medio, finalmente, el 15.8% considera que la empatía de los colaboradores de la empresa en estudio es alta.

- Presentación de resultados inferencial

Prueba de normalidad

Tabla 15

Prueba de normalidad de las variables de estudio

Variable	Estadístico	gl.	Sig.
Empowerment	,879	38	,000
Calidad de servicio	,851	38	,000

Fuente: SPSS v.26

Interpretación

Concerniente a lo hallado en la tabla anterior, se aprecia un ,000 en las variables de estudio como dimensiones pertinentes, razón por la cual se afirma que los datos pertenecen a una distribución no normal (comportamiento no paramétrico), respecto a lo hallado se concluye la aplicación del Rho de Spearman para determinar la relación de las variables y dimensiones de estudio.

Objetivo específico tres: Determinar de qué manera las dimensiones del empowerment se relacionan con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

Tabla 16

Correlación entre las dimensiones del empowerment y la calidad de servicio

Prueba de correlación	Dimensiones	Variable	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Delegación de autoridad	Coefficiente de correlación	,835**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	38
	Responsabilidad	Coefficiente de correlación	,789**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	38
Autonomía	Coefficiente de correlación	,842**	
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	38	

Fuente: SPSS v.26

Interpretación

Referente a la tabla anterior, se puede contrastar relación entre las dimensiones del empowerment y la calidad de servicio, mediante el Rho de Spearman con un valor superior a 0,789 (correlación positiva alta), así mismo,

dado que se obtuvo un $p=0,000 < 0,05$ se afirma que existe relación positiva y significativa entre las dimensiones del empowerment y la calidad de servicio en el Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

Contrastación de hipótesis

Objetivo general: Determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

Hipótesis de investigación

H_0 : No existe una relación positiva ni significativa entre el empowerment y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia de Chepén - 2022.

H_1 : Existe una relación positiva y significativa entre el empowerment y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia de Chepén - 2022.

Nivel de significancia: 0.05

Reglas de decisión

- Si $p\text{-valor} \geq 0.05$, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .
- Si $p\text{-valor} \leq 0.05$, se rechaza H_0 y se acepta H_1 .

Tabla 17

Correlación entre el empowerment y la calidad de servicio

		Calidad de servicio	
Rho de Spearman	Empowerment	Coefficiente de correlación	,892**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	38

Fuente: SPSS v.26

Interpretación

En la tabla anterior, logra visualizarse que el sig. bilateral presenta el valor de 0.000, índice bastante menor al nivel de error (5%), configurándose la existencia de la relación respecto a las variables estudiadas. Mientras que el coeficiente de correlación fue de 0.892, entendiéndose que se trata de una relación alta y positiva respecto a las variables. Por lo tanto, se puede inferir que ante niveles altos de empowerment en los colaboradores del Banco de La Nación, mejor será la calidad de servicio en la entidad, y viceversa.

4.2. Discusión de resultados

En lo referente al objetivo general, determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022, luego de examinar las secciones de los resultados, se puede verificar el objetivo establecido utilizando la prueba de correlación Rho de Spearman. Esta prueba se refleja en la tabla 17, en la que el valor de Rho es 0.892, con una significancia estadística inferior a 0,05 ($0.000 < 0.05$). Esto indica que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alternativa. Esto determina que el empowerment está altamente relacionado con la calidad de servicio del Banco de La Nación, resultados similares a lo hallado por Quispe et al. (2019), quien en su estudio presentó como objetivo, determinar la relación entre el empowerment y la calidad de servicio en Caja Rural de Ahorro y Crédito Sipán SA, obteniendo como resultado una relación entre el empowerment y la calidad de servicio en Caja Rural de Ahorro y Crédito Sipán SA, directa y significativa ($p < 0.000$, $r = 0.551$). Esta afirmación es respaldada teóricamente por Fernández (2011), quien señala que el empowerment promueve una buena relación entre la organización y sus colaboradores. De esta manera, se puede aumentar la confianza, la responsabilidad, la autoridad y el compromiso para servir mejor a los clientes.

En lo referente al objetivo específico uno, establecer el nivel de empowerment en los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén – 2022, el resultado obtenido de la tabla 5 muestra que el nivel de apreciación de la variable Empowerment tiene una valoración de nivel bajo, lo cual determina una calificación de 17 puntos con un porcentaje de 44.7%. Esta cifra significa un promedio de rechazo, esto se debe a la poca delegación de autoridad, a la falta de responsabilidades y la poca autonomía de los colaboradores en el Banco de La Nación – agencia Chepén. Estos resultados reflejados tiene relevancia con lo que menciona Pinedo (2019), quien en su estudio presentó como objetivo determinar la relación entre el empowerment y la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Compartamos Financiera Trujillo Norte, el resultado muestra el empowerment en un nivel medio con un 68,8%, y la productividad de colaboradores se encuentra en un

nivel medio con un 60,7%. Llegando concluir que el empowerment si ejerce impacto en la productividad de los colaboradores de la empresa Compartamos Financiera Trujillo Norte, 2019. En síntesis, estos resultados reflejan algunos desafíos que enfrenta el Banco de La Nación – agencia Chepén para brindar un buen servicio. En consecuencia, mejorar el empowerment de los colaboradores es vital para la mejora en la calidad de los servicios de la organización.

En lo referente al objetivo específico dos, establecer el nivel de calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022, el resultado obtenido de la tabla 9 muestra que el nivel de apreciación de la variable calidad de servicio tiene una valoración de nivel malo, lo cual determina una calificación de 20 puntos con un porcentaje de 52.6%. Esta cifra significa un promedio de rechazo, esto se debe a la poca fiabilidad, a la poca empatía, a la baja capacidad de respuesta de los colaboradores, a la mala infraestructura y poca seguridad en el Banco de La Nación – agencia Chepén. Estos resultados reflejados tiene relevancia con lo que menciona Huamán (2021), quien en su estudio presentó como objetivo determinar la relación entre el empowerment con la Calidad de Servicio en sector bancario – Trujillo 2021, el resultado muestra el empowerment en un nivel alto con un 46.7%, y la calidad de servicio se encuentra en un nivel alto con un 54.7%. Si bien es cierto, los resultados obtenidos reflejan un bajo empowerment y calidad de servicio, contrario a la investigación de Huamán, ambas investigaciones muestran la relación positiva con las variables estudiadas. Por lo tanto, para favorecer la calidad de servicio en la organización, concentrarse en el empowerment de sus colaboradores viene a ser una de las piezas que toda organización debe analizar.

En lo referente al objetivo específico tres, determinar de qué manera las dimensiones del empowerment se relacionan con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022, los resultados muestran en la tabla 16 la prueba de correlación entre las dimensiones del empowerment y la calidad de servicio. En función a la prueba de correlación el P valor = 0.00, inferior a 0,05; Rho de Spearman superior a 0.789; se concluye que existe relación positiva y significativa entre las

dimensiones del empowerment y la calidad de servicio, resultados similares a lo hallado por Quispe et al. (2019), quien señala en su investigación que se presenta una relación significativa y directa respecto a las dimensiones del empowerment y la calidad del servicio de los colaboradores de Caja Rural de Ahorro y Crédito Sipán SA, Chiclayo – 2019.

Luego de revisar algunos de los resultados, se puede afirmar que los resultados estadísticos confirman la suposición hipotética de que el empowerment y sus dimensiones se relacionan con la calidad de servicio del Banco de La Nación de la agencia en Chepén. Finalizando, de que a mayor empowerment de los colaboradores, mejor calidad de servicio en el Banco de La Nación de la agencia en Chepén. En otras palabras, se verifica el supuesto general con un nivel de confianza mayor procesado con el programa SPSS v.26.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que existe correlación positiva alta entre empowerment y la calidad del servicio en el Banco de La Nación – agencia Chepén. En función a la prueba de correlación el P valor = 0.00, inferior a 0,05; Rho de Spearman = 0.892; se concluye que existe relación positiva y significativa entre el empowerment y la calidad de servicio, lo anterior determina que a mayor calificación y/o percepción sobre las acciones de empowerment que efectúan los colaboradores de la organización, los clientes percibirán mejor la calidad de los servicios de la organización.
2. Se muestra que el nivel de empowerment existente en los colaboradores del Banco de La Nación – agencia Chepén, según las respuestas de los encuestados, es bajo en un 44.7%, esto se debe a que existe poco compromiso por parte de los colaboradores en relación con el empoderamiento que les puede ofrecer la organización.
3. Se puede evidenciar en base a las respuestas de los clientes del Banco de La Nación – agencia Chepén, que la calidad de servicio es malo en un 52.6%, esto se presenta acorde con el bajo empoderamiento por parte de los colaboradores, lo que genera una menor captación de clientes potenciales e insatisfacción en los clientes de la organización.
4. Se ha determinado que existe correlación positiva alta entre las dimensiones del empowerment (delegación de autoridad, responsabilidad y autonomía) y la calidad del servicio en el Banco de La Nación – agencia Chepén. En función a la prueba de correlación el P valor = 0.00, inferior a 0,05; Rho de Spearman superior a 0.789; se concluye que existe relación positiva y significativa entre las dimensiones del empowerment y la calidad de servicio.

RECOMENDACIONES

Con base en los resultados encontrados en la investigación, se presenta las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda que a los directivos y responsables del área del Banco de La Nación – agencia Chepén, aplicar las estrategias de empowerment a sus colaboradores, con la finalidad de mejorar su capacidad de toma de decisiones frente al desempeño y cumplimiento de sus funciones o responsabilidades, de esta manera cooperarán con el logro de objetivos de la organización.
2. Se recomienda que a los directivos y responsables del área del Banco de La Nación – agencia Chepén, para mejorar la calidad de servicio, es importante que brinde capacitaciones a su personal con la finalidad de satisfacer y a la vez superar las necesidades de los clientes.
3. Se sugiere proponer capacitaciones periódicas para fortalecer lo aprendido mediante las estrategias de empowerment para mejorar la calidad de servicio en el Banco de La Nación – agencia Chepén.
4. Asimismo, adecuar los elementos de capacitación y los recursos necesarios para que los colaboradores desarrollen su potencial humano y se encuentren empoderados de manera personal, profesional e intelectual y así comprometerse con la organización.

REFERENCIAS

- Alshahrani, A., & Alsharif, A. (2021). *The Mediating Role of Employee Empowerment in the Relationship between Organizational Justice and Service Quality: A Study of the Saudi Health Sector*. International Journal of Environmental Research and Public Health. doi:10.3390/ijerph18020838
- Atunéz, A. (2010). *Capacitación del empowerment*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Badillo, E. (2020). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales*. Salamanca, España: Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- Bateman, T., & Snell, A. (2009). *Administración*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores SA.
- Biazzo, S., & Bagnoli, C. (2021). *Empowerment and service quality in healthcare: a systematic review*. Journal of Healthcare Leadership. doi:10.2147/JHL.S294135
- Blanchard, K. (2011). *Empowerment: Tres claves para que el proceso de facultar a los empleados funcione en su empresa*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2007). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. México: Prentice Hall.
- Chea, Y., & Rosli, R. (2020). *Validity and reliability of the survey of attitudes toward statistics (SATS) instrument*. Journal Pendidikan Malaysia.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos, (8va Ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Conger, A. (2019). *The empowerment process: Integrating theory and practice*. Academy of Management Review.
- Cornejo, V. (2017). *Del empowerment al outsourcing como estrategia de crecimiento*. Revista Estratégica.
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Innovar.
- Enebral, J. (2013). *Todo MBA*.
- Fandiño, M. (2020). *¿Qué es la equidad laboral?*
- Fernández, J. (2011). *Empowerment: El poder de las empresas*.

- Fernández, M., & Campiña, G. (2015). *Atención básica al cliente*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- Foss, N. (2020). *Customer satisfaction and competencies: an econometric study of an Italian bank*. Applied Economics Letters.
- García, J. (2014). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. Revista de Investigación.
- Gil, M., & Giner, D. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. España: ESIC Editorial.
- González, J. (2015). *Educación, desarrollo y cohesión social*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha.
- González, V. (2011). *Evaluación de empoderamiento en el desarrollo del recurso humano de las organizaciones bancarias*. Madrid, España.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid, España: Editorial Díaz de Santos.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación, 5ta Ed.* México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación, Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Editorial McGraw-Hill Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación, (6ta. Ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Herrera, M. (2012). *Empowerment y liderazgo*. México: Administrate Hoy.
- Keith, D., & Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw-Hill.
- kotler, P. (2012). *Dirección de marketing, 14ta Ed.* México: Pearson Educación.
- Kvalheim, E. (2020). *El empowerment como herramienta eficaz para alcanzar el éxito organizacional*.
- Labella, A. (2014). *Programas de autonomía e higiene personal, a realizar en el comedor escolar con un acnnee*. España: IC Editorial.

- León, M., & Zavaleta, C. (2020). *Empowerment y calidad de servicio: estudio en empresas peruanas de servicios al cliente*. Revista Global de Negocios. doi:10.18381/rgn.v8i1.7988
- Mateos, M. (2007). *Desarrollo de un instrumento de medición que evalué la calidad en el servicio que presta el Sistema para el desarrollo integral de la familia del estado de Puebla*. Puebla, México.
- Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. Perspectivas.
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid, España: Delta Publicaciones.
- Montaña, A. (2012). *El empoderamiento como herramienta de desarrollo del talento humano en las organizaciones*. Bogotá, Colombia: Universidad EAN.
- Mosley, D. (2011). *El trabajo y su motivación*. Thomson.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implicat for future research*. The Journal of Marketing.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale*. Journal of Retailing.
- Petracci, M. (1998). *La medición de la calidad y la satisfacción del ciudadano - usuario de servicios públicos privatizados*. Buenos Aires, Argentina.
- Pinedo, A. (2019). *Empowerment y productividad laboral de los trabajadores de la empresa Compartamos Financiera Trujillo Norte, 2019*. Trujillo, Perú: Universidad Nacional de San Agustín.
- Pizzo, M. (2013). *Plan de mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple*. Madrid, España.
- Portugal, D. (2018). *La experiencia en la toma de decisiones*.
- Quispe, J., Valdivia, O., & Reina, E. (2019). *Empowerment y calidad de servicio en las empresas peruanas de servicios financieros*. Revista Científica de Administración, Finanzas e Informática. doi:10.21754/rcf.v7i2.322
- Ramírez, F. (2012). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Panapo.

- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. España: Servicios Académicos Intercontinentales SL.
- Robbins, S. (2015). *Compromiso Organizacional, 7ma Ed.* México: Prentice Hall Hispanoamericana SA.
- Rodríguez, C. (2014). *Calidad de servicios y lealtad de clientes de la discoteca Oveja Negra, en la ciudad de Huamachuco*. Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Romero, C. (2020). *El empowerment en las organizaciones*.
- Santa, F. (2015). *Empowerment y desempeño docente en la institución educativa Javier Heraud de Trujillo*. Trujillo, Perú.
- Sasser, W., Olsen, R., & Wyckoff, D. (1978). *Gestión de operaciones de servicio: Prueba y casos*. Boston, Estados Unidos: Allyn y Bacon.
- Serrano, J. (2020). *Metodología de la investigación*. Gamma.
- Sotolongo, J. (2003). *Metodología para la evaluación de la calidad del servicio y su aplicación en una empresa de servicios informáticos*. Industrial.
- Terry, W. (1996). *Manual de empowerment*. España: Ediciones Gestión 2000.
- Torres, M., & Vásquez, C. (2015). *Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis*. Compendium.
- Wilson, T. (2011). *Manual del empowerment, como conseguir lo mejor de sus colaboradores*. Ediciones Gestión 2000.
- Zapata, C. (2021). *El empowerment y el rendimiento laboral de los colaboradores de Caja Arequipa, Arequipa 2020*. Arequipa, Perú: Universidad Tecnológica del Perú.

ANEXOS

Anexo 01: Cuestionario

Cuestionario de la variable: Empowerment

Instrucciones generales:

Estimado: Sr./Sra./Srta.

Por favor concédanos algunos minutos de su tiempo para responder el siguiente cuestionario, cuya finalidad es determinar la relación entre el empowerment y la calidad de servicio que brinda el personal del Banco de La Nación – Agencia Chepén, 2021.

Garantizamos que su participación será anónima y sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas únicamente para fines de esta investigación.

Lea cuidadosamente cada enunciado, marque con una 'X' lo que corresponda a su opinión; en base al siguiente criterio:

	1	2	3	4	5				
	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo				
N.º	Delegación de autoridad				1	2	3	4	5
01	Los jefes demuestran confianza al delegar le autoridad.								
02	Entre sus compañeros de la empresa tienen confianza cuando reciben delegación.								
03	Cuando realiza una actividad que implica mucha responsabilidad se angustia.								
04	Se distribuye de forma correcta las tareas de trabajo para el delegado.								
N.º	Responsabilidad				1	2	3	4	5
05	La toma de decisiones se maneja mejor cuando se delega responsabilidades.								
06	Las responsabilidades se le otorga por sus habilidades.								
07	Cuando se da un esfuerzo adicional por el bien de la organización siempre se siente comprometido.								
08	El compromiso de realizar un trabajo de calidad es ideal para la mejora de la empresa.								
N.º	Autonomía				1	2	3	4	5
09	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.								

Cuestionario de la variable: Calidad de servicio

Instrucciones generales:

Estimado: Sr./Sra./Srta.

Por favor concédanos algunos minutos de su tiempo para responder el siguiente cuestionario, cuya finalidad es determinar la relación entre el empowerment y la calidad de servicio que brinda el personal del Banco de La Nación – Agencia Chepén, 2021.

Garantizamos que su participación será anónima y sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas únicamente para fines de esta investigación.

Lea cuidadosamente cada enunciado, marque con una 'X' lo que corresponda a su opinión; en base al siguiente criterio:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N.º	Elementos tangibles	1	2	3	4	5
01	El Banco de la Nación cuenta con un equipamiento de aspecto moderno.					
02	Las instalaciones físicas del banco son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.					
03	Los colaboradores del banco tienen buena presencia.					
04	En el banco, el material asociado con el servicio (como folletos, recibos o comunicaciones) es visualmente atractivo.					
N.º	Fiabilidad	1	2	3	4	5
05	Cuando el colaborador del banco promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.					
06	Cuando usted tiene un problema, el colaborador del banco muestra interés sincero por solucionarlo.					
07	El colaborador del banco realiza bien el servicio a la primera.					
08	El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.					
09	Los colaboradores del banco se esfuerzan por tener sus registros libres de errores.					
N.º	Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5
10	Los colaboradores del banco le comunican con exactitud cuando se llevaran a cabo los servicios.					
11	Los colaboradores del banco le proporcionan un servicio rápido.					
12	Los colaboradores del banco siempre están dispuestos a ayudarlo.					
13	Los colaboradores del banco nunca están demasiado ocupados para atenderle.					
N.º	Seguridad	1	2	3	4	5
14	El comportamiento de los colaboradores del banco le inspira confianza.					
15	Se siente seguro en sus transacciones con el banco.					

16	Los colaboradores del banco suelen ser corteses con usted.					
17	Los colaboradores del banco tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.					
N.º	Empatía	1	2	3	4	5
18	Los colaboradores del banco le proporcionan atención individualizada.					
19	El banco tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.					
20	El banco cuenta con colaboradores que le proporcionan una atención personalizada.					
21	El banco se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.					
22	Los colaboradores del banco comprenden sus necesidades específicas.					

Anexo 02: Validación de expertos

Título: El empowerment y su relación con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén – 2022.

Objetivo general: Determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

Hipótesis: Existe una relación positiva y significativa entre el empowerment y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia de Chepén - 2022.

Juez experto: García Gutti, Alan Enrique

FIRMA:

Grado académico del metodólogo: Magister

FECHA DE REVISIÓN: _____

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Empowerment	Delegación de autoridad	Confianza / Autoridad / División de trabajo	Los jefes demuestran confianza al delegar le autoridad.	X		X		X		X		
			Entre sus compañeros de la empresa tienen confianza cuando reciben delegación.	X		X		X		X		
			Cuando realiza una actividad que implica mucha responsabilidad se angustia.	X		X		X		X		
			Se distribuye de forma correcta las tareas de trabajo para el delegado.	X		X		X		X		
	Responsabilidad	Toma de decisiones / Compromiso en el trabajo	La toma de decisiones se maneja mejor cuando se delega responsabilidades.	X		X		X		X		
			Las responsabilidades se le otorga por sus habilidades.	X		X		X		X		
			Cuando se da un esfuerzo adicional por el bien de la organización siempre se siente comprometido.	X		X		X		X		
Autonomía		La autonomía que tiene le permite manejar mejor la capacidad de decisiones.	X		X		X		X			

Calidad de servicio	Capacidad de decisión / Creatividad	La autonomía en el trabajo le permite tener la capacidad de decisión enfocada a mejorar las ventas.	X		X		X		X		
		Su autonomía le permite tener creatividad para mejorar los servicios.	X		X		X		X		
		Las decisiones que tiene influye en la eficiencia del servicio.	X		X		X		X		
	Elementos tangibles	Instalaciones / Modernidad de equipos / Presencia de personal	El Banco de la Nación cuenta con un equipamiento de aspecto moderno.	X		X		X		X	
			Las instalaciones físicas del banco son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco tienen buena presencia.	X		X		X		X	
			En el banco, el material asociado con el servicio (como folletos, recibos o comunicaciones) es visualmente atractivo.	X		X		X		X	
	Fiabilidad	Predisposición	Cuando el colaborador del banco promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	X		X		X		X	
			Cuando usted tiene un problema, el colaborador del banco muestra interés sincero por solucionarlo.	X		X		X		X	
			El colaborador del banco realiza bien el servicio a la primera.	X		X		X		X	
			El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco se esfuerzan por tener sus registros libres de errores.	X		X		X		X	
	Capacidad de respuesta	Disponibilidad de atención	Los colaboradores del banco le comunican con exactitud cuando se llevaran a cabo los servicios.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco le proporcionan un servicio rápido.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco siempre están dispuestos a ayudarle.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco nunca están demasiado ocupados para atenderle.	X		X		X		X	
	Seguridad	Credibilidad	El comportamiento de los colaboradores del banco le inspira confianza.	X		X		X		X	
			Se siente seguro en sus transacciones con el banco.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco suelen ser corteses con usted.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.	X		X		X		X	
	Empatía	Confianza / Atención personalizada	Los colaboradores del banco le proporcionan atención individualizada.	X		X		X		X	
			El banco tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.	X		X		X		X	
			El banco cuenta con colaboradores que le proporcionan una atención personalizada.	X		X		X		X	
			El banco se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.	X		X		X		X	

			Los colaboradores del banco comprenden sus necesidades específicas.	X		X		X		X		
--	--	--	---	---	--	---	--	---	--	---	--	--

Título: El empowerment y su relación con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén – 2022.

Objetivo general: Determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

Hipótesis: Existe una relación positiva y significativa entre el empowerment y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia de Chepén - 2022.

Juez experto: Chuecas Wong, Efraín Ricardo

FIRMA:

Grado académico del metodólogo: Magister

FECHA DE REVISIÓN: _____

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Empowerment	Delegación de autoridad	Confianza / Autoridad / División de trabajo	Los jefes demuestran confianza al delegar le autoridad.	X		X		X		X		
			Entre sus compañeros de la empresa tienen confianza cuando reciben delegación.	X		X		X		X		
			Cuando realiza una actividad que implica mucha responsabilidad se angustia.	X		X		X		X		
			Se distribuye de forma correcta las tareas de trabajo para el delegado.	X		X		X		X		
	Responsabilidad	Toma de decisiones / Compromiso en el trabajo	La toma de decisiones se maneja mejor cuando se delega responsabilidades.	X		X		X		X		
			Las responsabilidades se le otorga por sus habilidades.	X		X		X		X		
			Cuando se da un esfuerzo adicional por el bien de la organización siempre se siente comprometido.	X		X		X		X		
	Autonomía	Capacidad de decisión / Creatividad	El compromiso de realizar un trabajo de calidad es ideal para la mejora de la empresa.	X		X		X		X		
			La autonomía que tiene le permite manejar mejor la capacidad de decisiones.	X		X		X		X		
			La autonomía en el trabajo le permite tener la capacidad de decisión enfocada a mejorar las ventas.	X		X		X		X		

			Su autonomía le permite tener creatividad para mejorar los servicios.	X		X		X		X		
			Las decisiones que tiene influye en la eficiencia del servicio.	X		X		X		X		
Calidad de servicio	Elementos tangibles	Instalaciones / Modernidad de equipos / Presencia de personal	El Banco de la Nación cuenta con un equipamiento de aspecto moderno.	X		X		X		X		
			Las instalaciones físicas del banco son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.	X		X		X		X		
			Los colaboradores del banco tienen buena presencia.	X		X		X		X		
			En el banco, el material asociado con el servicio (como folletos, recibos o comunicaciones) es visualmente atractivo.	X		X		X		X		
	Fiabilidad	Predisposición	Cuando el colaborador del banco promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	X		X		X		X		
			Cuando usted tiene un problema, el colaborador del banco muestra interés sincero por solucionarlo.	X		X		X		X		
			El colaborador del banco realiza bien el servicio a la primera.	X		X		X		X		
			El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.	X		X		X		X		
			Los colaboradores del banco se esfuerzan por tener sus registros libres de errores.	X		X		X		X		
	Capacidad de respuesta	Disponibilidad de atención	Los colaboradores del banco le comunican con exactitud cuando se llevaran a cabo los servicios.	X		X		X		X		
			Los colaboradores del banco le proporcionan un servicio rápido.	X		X		X		X		
			Los colaboradores del banco siempre están dispuestos a ayudarlo.	X		X		X		X		
			Los colaboradores del banco nunca están demasiado ocupados para atenderle.	X		X		X		X		
	Seguridad	Credibilidad	El comportamiento de los colaboradores del banco le inspira confianza.	X		X		X		X		
			Se siente seguro en sus transacciones con el banco.	X		X		X		X		
			Los colaboradores del banco suelen ser corteses con usted.	X		X		X		X		
			Los colaboradores del banco tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.	X		X		X		X		
	Empatía	Confianza / Atención personalizada	Los colaboradores del banco le proporcionan atención individualizada.	X		X		X		X		
			El banco tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.	X		X		X		X		
			El banco cuenta con colaboradores que le proporcionan una atención personalizada.	X		X		X		X		
El banco se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.			X		X		X		X			
Los colaboradores del banco comprenden sus necesidades específicas.			X		X		X		X			

Título: El empowerment y su relación con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de la Nación, Agencia Chepén – 2022.

Objetivo general: Determinar de qué manera el empowerment se relaciona con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, Agencia de Chepén – 2022.

Hipótesis: Existe una relación positiva y significativa entre el empowerment y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de La Nación, agencia de Chepén - 2022.

Juez experto: Flores Ramírez, Miguel Ángel

FIRMA:

Grado académico del metodólogo: Magister

FECHA DE REVISIÓN: _____

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Redacción clara y precisa		Tiene coherencia con los indicadores		Tiene coherencia con las dimensiones		Tiene coherencia con la variable		OBSERVACIONES
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Empowerment	Delegación de autoridad	Confianza / Autoridad / División de trabajo	Los jefes demuestran confianza al delegar le autoridad.	X		X		X		X		
			Entre sus compañeros de la empresa tienen confianza cuando reciben delegación.	X		X		X		X		
			Cuando realiza una actividad que implica mucha responsabilidad se angustia.	X		X		X		X		
			Se distribuye de forma correcta las tareas de trabajo para el delegado.	X		X		X		X		
	Responsabilidad	Toma de decisiones / Compromiso en el trabajo	La toma de decisiones se maneja mejor cuando se delega responsabilidades.	X		X		X		X		
			Las responsabilidades se le otorga por sus habilidades.	X		X		X		X		
			Cuando se da un esfuerzo adicional por el bien de la organización siempre se siente comprometido.	X		X		X		X		
	Autonomía	Capacidad de decisión / Creatividad	El compromiso de realizar un trabajo de calidad es ideal para la mejora de la empresa.	X		X		X		X		
			La autonomía que tiene le permite manejar mejor la capacidad de decisiones.	X		X		X		X		
			La autonomía en el trabajo le permite tener la capacidad de decisión enfocada a mejorar las ventas.	X		X		X		X		

Calidad de servicio			Su autonomía le permite tener creatividad para mejorar los servicios.	X		X		X		X	
			Las decisiones que tiene influye en la eficiencia del servicio.	X		X		X		X	
	Elementos tangibles	Instalaciones / Modernidad de equipos / Presencia de personal	El Banco de la Nación cuenta con un equipamiento de aspecto moderno.	X		X		X		X	
			Las instalaciones físicas del banco son atractivas y aptas para brindar un buen servicio.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco tienen buena presencia.	X		X		X		X	
			En el banco, el material asociado con el servicio (como folletos, recibos o comunicaciones) es visualmente atractivo.	X		X		X		X	
	Fiabilidad	Predisposición	Cuando el colaborador del banco promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	X		X		X		X	
			Cuando usted tiene un problema, el colaborador del banco muestra interés sincero por solucionarlo.	X		X		X		X	
			El colaborador del banco realiza bien el servicio a la primera.	X		X		X		X	
			El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco se esfuerzan por tener sus registros libres de errores.	X		X		X		X	
	Capacidad de respuesta	Disponibilidad de atención	Los colaboradores del banco le comunican con exactitud cuando se llevaran a cabo los servicios.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco le proporcionan un servicio rápido.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco siempre están dispuestos a ayudarlo.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco nunca están demasiado ocupados para atenderle.	X		X		X		X	
	Seguridad	Credibilidad	El comportamiento de los colaboradores del banco le inspira confianza.	X		X		X		X	
			Se siente seguro en sus transacciones con el banco.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco suelen ser corteses con usted.	X		X		X		X	
			Los colaboradores del banco tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.	X		X		X		X	
	Empatía	Confianza / Atención personalizada	Los colaboradores del banco le proporcionan atención individualizada.	X		X		X		X	
El banco tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.			X		X		X		X		
El banco cuenta con colaboradores que le proporcionan una atención personalizada.			X		X		X		X		
El banco se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.			X		X		X		X		
Los colaboradores del banco comprenden sus necesidades específicas.			X		X		X		X		

