

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“EMPOWERMENT Y SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE INTERNO EN EL GIMNASIO WORLD
LIGHT DE LA CIUDAD DE CHICLAYO - 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Marketing

Autor:

Luis Armando Sanchez Del Castillo

Asesor:

Mg. Lic. Liliana Carrillo Carranza

<https://orcid.org/0000-0003-0085-8528>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Cristhian Paul Céspedes Ortiz	26732973
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Jurado 2	Mayra Yaqueline Alcalde Martos	71439943
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

Jurado 3	Paulo Cesar Cáceres iglesias	41412453
	Nombre y Apellidos	N.º DNI

INFORME DE SIMILITUD

Tesis:

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

11%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

8%

2

repositorio.usanpedro.edu.pe

Fuente de Internet

4%

3

repositorio.upagu.edu.pe

Fuente de Internet

2%

4

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

Submitted to Universidad Tecnologica del
Peru

Trabajo del estudiante

1%

7

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

8

repositorio.unfv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, quienes siempre me dieron la fuerza e inspiraron a seguir adelante y a cumplir con cada meta propuesta.

A ellos le dedico este trabajo con todo el cariño y amor.

Luis Armando Sánchez del Castillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primera estancia a mi casa de estudios, a la Universidad Privada del Norte por mi formación académica, así mismo a cada uno de los docentes por sus enseñanzas,
paciencia y dedicación.

Agradezco también al Gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, por el apoyo en la realización de este proyecto.

Luis Armando Sánchez del Castillo

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	21
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	27
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género de los colaboradores del gimnasio World Light.....	21
Tabla 2. Edad de los colaboradores del gimnasio World Light.....	21
Tabla 3. Área de trabajo de los colaboradores del gimnasio World Light	21
Tabla 4. Prueba de Normalidad	22
Tabla 5. Validación de hipótesis general.....	23
Tabla 6. Correlación entre las variables: Empowerment y Satisfacción del cliente interno	23
Tabla 7. Validación de hipótesis específica 1.....	24
Tabla 8. Correlación del coeficiente de Pearson	24
Tabla 9. Validación de hipótesis específica 2.....	25
Tabla 10. Correlación del coeficiente de Pearson	25
Tabla 11. Validación de hipótesis específica 3	26
Tabla 12. Correlación del coeficiente de Pearson	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Descripción de la Variable Empowerment	22
Figura 2. Descripción de la Variable Satisfacción del Cliente Interno	22
Figura 3. Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables.....	23
Figura 4. Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables.....	24
Figura 5. Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables.....	25
Figura 6. Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables.....	26

RESUMEN

El propósito de la investigación es determinar la relación que existe entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022. Estudio de tipo aplicada, de diseño No experimental, descriptivo – correlacional con enfoque cuantitativo, el cual se trabajó bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia, teniendo como objeto de estudios 20 colaboradores del gimnasio, a quienes se les aplicó un cuestionario, el instrumento consta de 36 ítems, el cual está validado bajo juicio de expertos, por 3 conocedores en el tema, quienes validaron el instrumento con una valoración igual a 94%, 98% y 100%, respectivamente, dando como apto y aplicable para el estudio. Los resultados demuestran que existe una relación positiva entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a 0,636, resultado que permite concluir que el concepto de empowerment aplicado en las empresas, les otorga libertad a los empleados para desarrollar sus funciones, incrementando su nivel de motivación y compromiso con la empresa.

PALABRAS CLAVES: Empowerment, Satisfacción del cliente interno, Empoderamiento, Endomarketing.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La línea de investigación bajo la que se realiza el presente estudio abarca el concepto del empowerment o empoderamiento frente a la satisfacción del cliente interno, las cuales se encuentran relacionadas, en la repercusión del empowerment y la potestad se le otorga al colaborador, al momento de desempeñar su labor en la empresa, buscando que la capacidad de creatividad e innovación de este, no se vea limitado, como resultado se espera construir un ambiente de trabajo apto para los colaboradores.

El empowerment es el nuevo paradigma entre las empresas, como modelo de gestión que permite incrementar el nivel de compromiso del recurso humano, en la optimización de sus tareas y productividad. El entorno empresarial, ha cambiado radicalmente para generar nuevos cambios, muchos gerentes consideran a sus colaboradores, como agentes de cambio, con poder de decisión en sus responsabilidades, apelando al estímulo de liderazgo, incrementando su satisfacción y motivación en el trabajo (Calix et al., 2016). El objetivo del empoderamiento, es involucrar a los colaboradores al Desarrollo Organizacional Incluyente (DOI), a un proceso abierto, horizontal, dilatado y vinculante, este modelo valida al mismo tiempo que delega, lo que permite que se trabaje de forma autónoma sin la necesidad de la supervisión, con la intención que al acabo del final del día presenten los resultados esperados para el cumplimiento de las metas (Morales, 2020).

Las empresas buscan consentir y motivar a sus empleados como parte de su retención de capital humano, para lograr un crecimiento sostenible. Según el Estudio de Clima Empresarial de la Cámara de Comercio de España, los trabajadores españoles reportan una gran insatisfacción laboral, contando con una cifra de 54% de trabajadores que se encuentra insatisfechos en sus trabajos (Murcia. com, 2022). La presencia de un rol laboral, disminuye el nivel de incertidumbre en los puestos de trabajo, que a la larga pueden provocar conflictos, sobrecarga y ambigüedad en el rol laboral (Orgambidez et al., 2017).

En cuanto al contexto nacional según las estadísticas, el 76% de los peruanos se encuentra insatisfechos con sus puestos de trabajos, el departamento de recursos humanos tiene como objetivo mejorar la productividad y la satisfacción de sus trabajadores, el 24% de los peruanos es feliz con su empleo, así lo menciona Cecilia Ibarra, Country Manager de Ackermann International, quien apuesta por el nuevo concepto de experiencia del empleado (Employee Experience), concepto que está direccionado a mejorar la satisfacción laboral, apostando por la mejora en la experiencia, motivación y compromiso por partes de los colaboradores de las organizaciones (La república, 2016). A este concepto se le suma el Empowerment o empoderamiento, como estrategia de gestión a un nuevo modelo de jerarquía horizontal, esta nueva propuesta se basa en otorgar y delegar las responsabilidades o a los empleados o equipos de trabajo, cuyo propósito es elevar la participación, mejorar la comunicación, y desarrollar un ambiente sano para los colaboradores. Modelo basado en cuatro pilares: poder, liderazgo, motivación y desarrollo (SAP Concur, 2022).

En un contexto local, la ciudad de Chiclayo se caracteriza por la inestabilidad laboral en los jóvenes, dado a las condiciones laborales desreguladas y desprotección en los puestos de trabajos, así mismo la falta de capacitación y desarrollo de competencias que les permitan tener una estabilidad en sus puestos laborales, los jóvenes reconocen que el factor principal de trabajo es satisfacer sus necesidades, tales como: sustentar a sus familias, mejorar sus condiciones de vida, entre otros. En una entrevista dirigida a los empresarios de la ciudad de Chiclayo, confirman que prefieren trabajar con jóvenes, ya que poseen mayor dinamismo, flexibilidad y facilidad de aprendizaje que un adulto, es decir son el público objetivo para desarrollar una nueva cultura de trabajo, enfocada en la satisfacción del cliente interno (Gerencia Regional de Trabajo y Promoción de Empleo [GRTPE], 2014). Ante la realidad expuesta el gimnasio World Light reconoce la importancia del empowerment como herramienta de gestión del talento humano y construcción a climas laborales en mejores condiciones, al elevar la satisfacción, motivación y compromiso de sus colaboradores.

Dentro de este marco se encuentran los antecedentes de la investigación, a nivel internacional, se encuentra Forero (2019) en su investigación titulada: Endomarketing como estrategia de impacto de las empresas hacia sus colaboradores, tiene como objetivo determinar el impacto del endomarketing en lo colaboradores dentro de las empresas que lo han implementado, según el modelo propuesto por la organizaciones, se concluye que el concepto de endomarketing es una herramienta que genera valor a la organización, por medio de capacitaciones, incentivos, encuestas de satisfacción, identificación de necesidades y expectativas de los empleados, lo cual repercutirá en el alcance y logro de las metas de la organización, así mismo se ve un costo - beneficio.

Amezcueta et al. (2019) en su investigación titulada: El empowerment como estrategia de crecimiento del talento humano, el cual tiene como objetivo analizar tres casos de éxitos Cisco, Grupo Bimbo y Federal Express, así como el impacto que tuvo dicha estrategia en la satisfacción laboral. Los resultados evidencian el impacto del empowerment en la productividad y en la satisfacción, al tener responsabilidades compartidas. En el primer caso se evidencia la mejora en el clima laboral, en el segundo caso, se vislumbra el cumplimiento de metas enfocado en la participación de decisiones, por último, el tercer caso destaca por el incremento de los estándares de calidad en sus servicios.

Ríos et al. (2019) en su investigación titulada: El capital humano como factor clave en el desempeño empresarial: una visión desde el empowerment, el cual tiene como objetivo determinar el impacto del capital humano en el desempeño empresarial, a través del significado, de la autodeterminación, competencia y fluidez de la información. En una investigación descriptiva correlacional, con una muestra de 80 microempresas mexicanas, del cual se concluye en base a los resultados obtenidos, que la autodeterminación es esencial en el grupo humano, ya que se busca que sean autónomos y a su vez que estén alineados con los objetivos y metas de la empresa.

Salvador (2020) con su investigación titulada: Análisis del empowerment y sus consecuencias en la conducta de los empleados y la satisfacción con el puesto de trabajo, investigación cuantitativa, con una muestra de 187 colaboradores. Los resultados evidencian que el concepto de empowerment aplicado en las empresas, les otorga libertad a los empleados para desarrollar sus funciones, incrementando su nivel de motivación y compromiso con la empresa, en consecuencia, desarrollan comportamientos fuera de las funciones estipuladas en sus contratos laborales, conocidos como comportamientos de ciudadanía organizativa (OCB).

En un contexto nacional, se encuentra Torres (2020) con su investigación titulada: Relación entre el empowerment y el desempeño laboral en la municipalidad provincial de Cajamarca, la cual tiene como objetivo determinar la relación que existe entre el Empowerment y el desempeño laboral, a través de una metodología aplicada, No experimental – descriptivo-correlacional, aplicando un cuestionario a 328 colaboradores, del cual los resultados concluyen que existe una relación positiva directa entre las variables, con un coeficiente de Pearson igual a 0.620, es decir a mayor empoderamiento de los colaboradores, mayor es el grado de satisfacción, siendo esta una herramienta vital para mejorar el desempeño laboral dentro de la organización.

Hoyos (2019) en su investigación titulada: El empowerment y su relación con la motivación laboral en la municipalidad provincial de Chota, con el propósito de determinar la relación que existe entre el empowerment y la motivación laboral. Los resultados que se obtuvieron demuestran que existe una relación entre las variables, con un coeficiente de Pearson igual a 0.875. Sin embargo, el 67% de los encuestados indican estar satisfechos en cuanto a aprendizaje, responsabilidad y cambios mentales del empowerment, pero se encuentran insatisfechos en cuanto a sus condiciones laborales y remuneraciones.

Saavedra (2020) en su investigación titulada: Herramientas de la administración moderna: Empowerment y Coaching frente a la satisfacción del cliente interno, la cual tiene como objetivo determinar la relación que existe entre las herramientas de la administración moderna y la satisfacción del cliente interno, a través de una investigación aplicada, No experimental, cuantitativa. El instrumento aplicado es un cuestionario estructurado en escala tipo Likert, aplicado a 50 trabajadores de la empresa. Los resultados determinaron que existe una relación entre las variables, es decir, las herramientas de la administración moderna brindan la ayuda necesaria para controlar los niveles de satisfacción del personal.

Y a un nivel local, se encuentra Alarcón y Huamán (2019) con su investigación titulada: El marketing interno y compromiso organizacional, a través de una investigación cuantitativa; transaccional- descriptivo correlacional, aplicado a una muestra de 28 colaboradores, del cual los resultados muestran la existencia de una relación moderada de $Rho = 0,469426$, que evidencian las estrategias de marketing interno aplicadas, y su incidencia en los niveles de compromiso de los trabajadores.

Fernández (2021) con su investigación titulada: El empowerment para mejorar la productividad, realizada con el propósito de proponer estrategias de empowerment para mejorar la productividad en la empresa, a través de una metodología descriptivo correlacional, que evidencia una mejora en la productividad, nivel de compromiso, y motivación después de haber implementado la estrategia de empowerment basado en un programa de capacitación en procesos de comunicación entre gerentes y responsables de la gestión del talento humano.

Portilla (2017) con su investigación titulada: Empoderamiento de los empleados y su rol moderador sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, con el objetivo de evaluar si existe un rol moderador potenciador del empoderamiento de los empleados sobre la calidad de servicio ofrecido por la empresa y la satisfacción de los clientes, a través de

una investigación descriptiva, que tiene como muestra 34 colaboradores. Los resultados permiten concluir que el empoderamiento juega un rol moderador potenciador entre la variable calidad de servicio y satisfacción del cliente.

El marco teórico de la investigación se sustenta en varios autores, Lloyd (1996) define el empowerment, como la autoridad que se le otorga a los trabajadores de tomar decisiones y actuar, sin tener que buscar la aprobación de un superior, así mismo significa dejar que la gente use su propia inteligencia, experiencia, intuición y creatividad, para ayudar a que la organización mejore y tenga éxito. Para Wilson (1997) implica un cambio en la forma de conducir y delegar la responsabilidad de los empleados, lo que conduce a los empleados a tener un campo más libre al momento de tomar decisiones. Por último, para Chiavenato (2009) es un enfoque que busca la autonomía, a través de una visión organizacional que sea inspiradora, y transmitida a los colaboradores.

En la teoría del empowerment existen varios modelos, en 1977 se introduce el primer modelo de empowerment propuesto por Julian Rappaport desde la perspectiva de su doble orientación: El empowerment como teoría (empowerment as a theory) y el empowerment como orientación de valores (empowerment as a value orientation) como fenómeno de conducta comunitaria, este modelo pretende mejorar la calidad de vida y bienestar de los recursos humanos, para que adquieran el control y dominio de su entorno laboral y personal (Buelga, 2007). Para Koontz y Weihrich la teoría del empowerment es una forma de liderar bajo la teoría estructuralista, como oposición a la teoría tradicional desde una posición más amplia y comprensiva en las organizaciones, bajo la filosofía de administrar en integrar los recursos de la organización, tales como, capital, maquinaria, producción, ventas, marketing. Así mismo empoderar al recurso humano, delegando obligaciones y deberes, haciéndoles sentir que son dueños de su propio trabajo (Solano, 2016).

De estas teorías se desprende las siguientes dimensiones: (1) Delegación, la delegación es parte del empoderamiento, consiste en pasar las responsabilidades de los altos mandos a los colaboradores, de este concepto se desprende los siguientes indicadores: Tareas y responsabilidades, parte de la delegación como concepto del empowerment hace referencia a la tarea más no a la responsabilidad, es decir, el jefe sigue siendo el jefe. La autoridad como indicador de la delegación, hace referencia a un concepto confianza, cuando se delega no hace falta que exista una orden o intrusión; (2) Comunicación, la comunicación debe ser directa y fluida en todos los niveles, de lo contrario puede crear puntos críticos dentro de la empresa, este concepto es medido bajo la comunicación vertical y horizontal, es decir una comunicación lateral diagonal, para tener una comunicación efectiva dentro de la empresa es primero y como tercera dimensión se encuentra la (3) formación, en este punto se busca potenciar, las habilidades duras y blandas de los colaboradores, para que se encuentren preparados para asumir nuevas responsabilidades y roles laborales (Mejía, 2022).

La satisfacción del cliente interno se conceptualiza bajo los siguientes autores, Beckwith (1998) define el marketing interno como herramienta de gestión para que las empresas logren sus objetivos a través de un nuevo mercado (el cliente interno), a su vez Grande (2000) lo define como el conjunto de estrategias para emplear y conservar dentro de la empresa a los mejores empleados. Asimismo, para Armstrong & Kotler (2003) es una forma de capacitar y motivar a los empleados, para cuiden de sus clientes externos.

Dentro de la teoría de la satisfacción del cliente interno, para Zegarra (2017) citado por Watson (2013), la satisfacción del cliente se desarrolla bajo tres modelos: expectativas, necesidades y motivación. El modelo propone la di confirmación de expectativas, que implica que los usuarios incluyan experiencias como punto de comparación en la satisfacción, de este modo se evaluara su rendimiento en el servicio brindado, es decir la necesidad de sobresalir, los obligara a superar sus estándares, como la necesidad de alcanzar

un nivel alto en los retos, en otras palabras una competencia en el ambiente laboral donde se exigirá tareas muchos más grandes y con nuevas responsabilidades, exigiéndose cada vez más, convirtiéndose en una necesidad intrínseca propia de cada ser humano (Zegarra, 2017).

De estas teorías se desprende las siguientes dimensiones: (1) Estabilidad laboral, la se construye directamente en las empresas, como parte de la compensación de los trabajadores, como indicadores se encuentran la permanencia y la motivación. La estabilidad en un empleo es un elemento de motivación que se ve reflejado en su productividad; como segunda dimensión se encuentra el (2) Desarrollo profesional, que es el avance de las actitudes y habilidades, que elevan el nivel de experiencia, reconocimiento y compensación, con la posibilidad de ocupar nuevos cargos. Dos de sus indicadores son Promoción horizontal y Promoción vertical, como parte de la empresas, su deber es velar por el crecimiento de sus colaboradores, asignar al personal en nuevos puestos donde contribuyan a la empresa, asimismo incentivar a mejorar su rendimiento, por último se encuentra la tercera dimensión: (3) Retribución, el cual consiste en negociar una buena remuneración, para elevar la motivación en el trabajo, una vez cubierta la necesidad de dinero se encuentra la Retribución extra – salarial como segundo indicador, que hace referencia a los beneficios sociales que le ofrece la empresa (Mejía, 2022).

Ante tal realidad el estudio pretende resolver el siguiente problema de investigación: ¿Qué relación existe entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022? A su vez busca dar solución a los siguientes problemas específicos: (1) ¿Qué relación existe entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022?, (2) ¿Qué relación existe entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022?, (3) ¿Qué relación existe entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de

Chiclayo, 2022?, cuyo propósito es dar solución a través de la investigación de fuentes primarias y secundarias, que sustenten las teorías y antecedentes descritos con el objetivo general de determinar qué relación existe entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

Así mismo dar solución a los siguientes objetivos específicos: (1) determinar la relación que existe entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022, (2) determinar la relación que existe entre comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022, (3) determinar la relación que existe entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

Objetivos que son corroborados por medio de la hipótesis general planteada: Existe una relación positiva entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022. Al igual que cuenta con tres hipótesis específicas planteadas: (1) existe una relación positiva entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022, (2) existe una relación positiva entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022, (3) existe una relación positiva entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

Estudio que se justifica de forma práctica, teórica y metodológica, dado que el propósito de la investigación es contribuir con la búsqueda de información científica e investigación empírica sobre el tema tratado, a su vez busca mejorar el desarrollo e implementación del concepto empowerment para la satisfacción del cliente interno dentro de las empresas y su relación con esta, así mismo el estudio hace uso de técnicas de investigación y construcción de instrumentos replicables para futuras investigaciones.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El tipo de investigación bajo el cual se rige la presente investigación es aplicada, dado que busca incrementar los conocimientos científicos, en la relación a las dos variables tratadas, a través de la búsqueda y construcción del marco teórico, que rige y direcciona la pregunta de investigación de la presente tesis (Cabanillas, 2019) . Asimismo, es de diseño No experimental, transversal – descriptivo correlacional, este tipo de investigación pretende hallar el grado de relación que existe entre las variables, las cuales no serán manipuladas, ni observadas en un laboratorio, por el contrario, se observarán en su estado natural en único momento. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

La población objetivo está compuesta por los colaboradores del gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo. La muestra se determinó a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia, en este caso se trata de una población pequeña, a la cual se tiene acceso en su totalidad, por ende, no es necesario, determinarla a través de un estadístico (Otzen & Manterola, 2017). Determinando como muestra del estudio a los 20 colaboradores del gimnasio, bajo los siguientes criterios de inclusión: se tomó en cuenta todos los trabajadores de las distintas áreas, que se encuentran bajo contrato; 2 colaboradores en Caunter, 2 asesores comerciales, 4 instructores de planta, 1 personal de mantenimiento, 2 personal de mantenimiento (eléctricos), 5 instructores de baile, 1 instructor de Cycling ,1 de funcional, y 1 administrador. Así mismo se tomó en cuenta los criterios de exclusión tales como: practicantes, trabajadores de otras sedes y trabajadores con licencia de vacaciones como unidad de análisis se tiene a cada uno de los colaboradores del gimnasio World Light.

Entre las técnicas de recolección de datos de determino para el estudio la técnica de la encuesta, y como herramienta un cuestionario estructurado, el cual es una adaptación del estudio realizado por Mejía (2022) en su trabajo de investigación, el cual está basado en las tres dimensiones del Empowerment: (1) Comunicación, (2) Delegación y (3) Formación y

tres dimensiones de la variable satisfacción del cliente interno: (1) Estabilidad Laboral, (2) Desarrollo profesional y (3) Retribución, el cual consta de 36 ítems, bajo una escala de Likert, la cual va del 5 al 1; donde (1) es totalmente en desacuerdo y (5) es totalmente de acuerdo. El instrumento esta validado bajo juicio de expertos, por 3 conocedores en el tema, quienes validaron el instrumento con una valoración igual a 94%, 98% y 100%, respectivamente, dando como apto y aplicable el instrumento (Anexo 4).

Para la recolección de los datos se recurrió a la herramienta de Google drive, para la creación del cuestionario en Google Forms, a partir del cual se generó el link que será remitido a los colaboradores del gimnasio, para cual se solicitó ayuda del encargado de la sede para que se realice correctamente el llenado de los cuestionarios (Anexo 5). Para el análisis de los datos se trabajó con una hoja de cálculo del Excel, para la creación de una base de datos la cual fue ingresada al programa estadístico SPSS, del cual se generó los datos descriptivos y de correlación. En este punto se realizó la prueba de normalidad, para una muestra menor a 50 individuos, la prueba de Shapiro-Wilk la cual evidencia resultados igual a 0.137 y 0.288, siendo el nivel de significancia mayor a 0,05 que determinan que la distribución de los datos es normal, por ende, el estadístico de correlación para medir el grado de relación que hay entre las variables, es el coeficiente de correlación de Pearson, cuyos valores determinaran el grado de relación que existe (Anexo 6). Asimismo, se realizó el test de chi-cuadrado para la validación de la hipótesis de la investigación.

Por último, se encuentran los aspectos éticos que rigen la presente investigación, los cuales se encuentran bajos los lineamientos del código de ética del investigador científico UPN, donde se trabajó y solicito los debidos permisos a la empresa, en este caso al gerente de la gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, así mismo se respetó el derecho de confidencialidad de los datos presentados por la empresa y la información brindada por su colaboradores como objeto de estudio (Velarde, 2016).

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 1.

Género de los colaboradores del gimnasio World Light

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	7	35%	35	35%
	Masculino	13	65%	65	100%
	Total	20	100%	100	

Fuente: Elaboración propia, programa SPPS

De un total de 20 colaboradores del gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, que fueron encuestados el 65% (13) son de género masculino y 35% (7) son femeninas.

Tabla 2.

Edad de los colaboradores del gimnasio World Light

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 25 años	5	25%	25	25%
	26 - 30 años	9	45%	45	70%
	31 - 35 años	5	25%	25	95%
	41 - 45 años	1	5%	5	100%
	Total	20	100%	100	

Fuente: Elaboración propia, programa SPPS

De un total de 20 colaboradores encuestados el 45% (9) tienen entre 26 y 30 años, seguido por un 25% (5) que tienen entre 18 y 25 años, al igual que otro 25% (5) entre 31 y 35 años y solo un 1%, tiene entre 41 a 45 años.

Tabla 3.

Área de trabajo de los colaboradores del gimnasio World Light

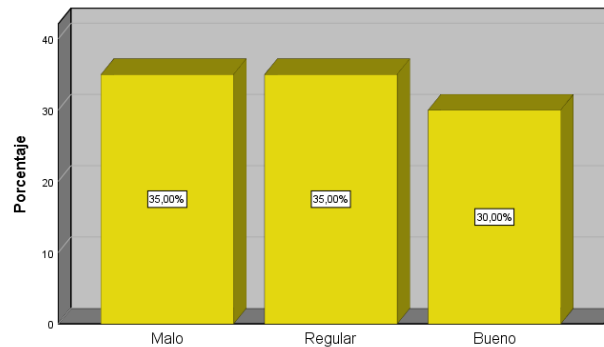
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Administración	1	5%	5	5%	
Asesor Comercial	2	10%	10	15%	
Caunter	2	10%	10	25%	
Instructor de baile	5	25%	25	50%	
Instructor de Cícling	1	5%	5	55%	
Instructor de clases grupales	1	5%	5	60%	
Instructor de sala	4	20%	20	80%	
Instructor Funcional	1	5%	5	85%	
Limpieza y mantenimiento	1	5%	5	90%	
P. Mantenimiento Eléctrico	2	10%	10	100%	
Total	20	100%	100		

Fuente: Elaboración propia, programa SPPS

De un total de 20 colaboradores encuestados el 25% (5) son instructores de baile, 20% (4) instructores de sala, 10% (2) entre asesores comerciales, caunter, personal de mantenimiento eléctrico y un 5% (1) entre otras áreas.

Figura 1.

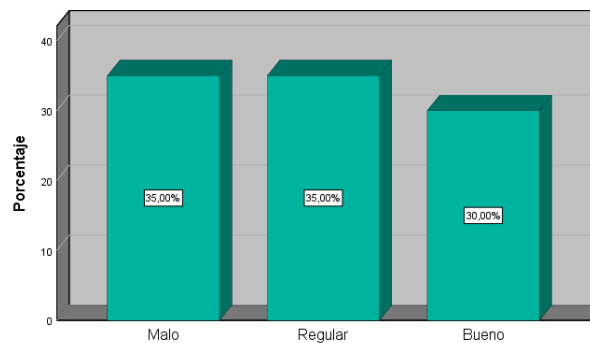
Descripción de la Variable Empowerment



De 20 colaboradores encuestados el 35% respondió que la situación actual del empowerment dentro de la empresa es regular, y otro 35% respondió que es malo, por último, un 30% opina que es bueno.

Figura 2.

Descripción de la Variable Satisfacción del Cliente Interno



De 20 encuestados el 35% respondió que la situación actual de la satisfacción del cliente interno dentro de la empresa es regular, y otro 35% respondió que es malo, por último, un 30% opina que es bueno.

Análisis correlacional

Tabla 4.

Prueba de Normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
Empowerment	0.927	20	0.137
Satisfacción del cliente interno	0.944	20	0.288

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS

A través de la prueba de Shapiro-Wilk, los datos evidencian un nivel de significancia mayor a 0,05, que determina que la distribución de los datos es normal, por ende, la prueba a utilizar para determinar las correlaciones es el coeficiente de Correlación de Pearson.

Contrastación de hipótesis general

H_0 : No existe una relación positiva entre el Empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

H_{01} : Existe una relación positiva entre el Empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022

Tabla 5.

Validación de hipótesis general

Prueba de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	181,667 ^a	168	0.000
Razón de verosimilitud	82.739	168	1.000
Asociación lineal por lineal	7.682	1	0.006
N de casos válidos	20		

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Tabla 6.

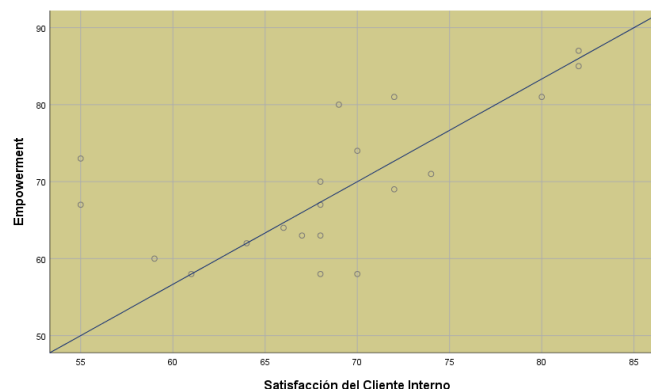
Correlación entre las variables: Empowerment y Satisfacción del cliente interno

Correlaciones			
Empowerment/Satisfacción del cliente interno	Correlación de Pearson	1	,636**
	Sig. (bilateral)		0.003
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Figura 3.

Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables



A través de la Prueba de chi - cuadrado (Tabla 5), se evidencia significancia igual a **0.000**, la cual es menor a 0.05 por ende se **rechaza la hipótesis nula**, y se afirma que existe una relación positiva entre el Empowerment y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a **0,636** que afirma la existencia de una relación positiva media entre las dos variables: Empowerment y satisfacción del cliente interno.

Contrastación de hipótesis específica 1

H_0 : No existe una relación positiva entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

H_{01} : Existe una relación positiva entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

Tabla 7.

Validación de hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	112,083 ^a	120	0.684
Razón de verosimilitud	67.830	120	1.000
Asociación lineal por lineal	2.997	1	0.083

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Tabla 8.

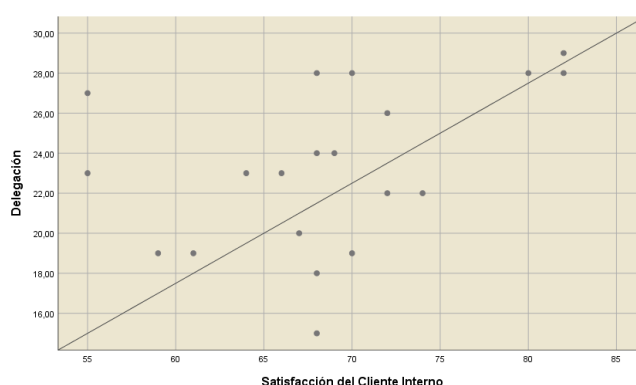
Correlación del coeficiente de Pearson

Correlaciones			
Delegación/Satisfacción del cliente interno	Correlación de Pearson	1	0.397
	Sig. (bilateral)		0.083
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Figura 4.

Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables



A través de la Prueba de chi - cuadrado (Tabla 7), se evidencia significancia igual a **0.0684**, la cual es mayor a 0.05 por ende se **acepta la hipótesis nula**, que afirma que no existe una relación positiva entre la delegación y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a **0,397** que afirma la existencia de una relación débil entre la delegación y la satisfacción del cliente interno.

Contrastación de hipótesis específica 2

H_0 : No existe una relación positiva entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

H_{01} : Existe una relación positiva entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

Tabla 9.

Validación de hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	98,750 ^a	96	0.003
Razón de verosimilitud	63.331	96	0.996
Asociación lineal por lineal	6.671	1	0.010
N de casos válidos	20		

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Tabla 10.

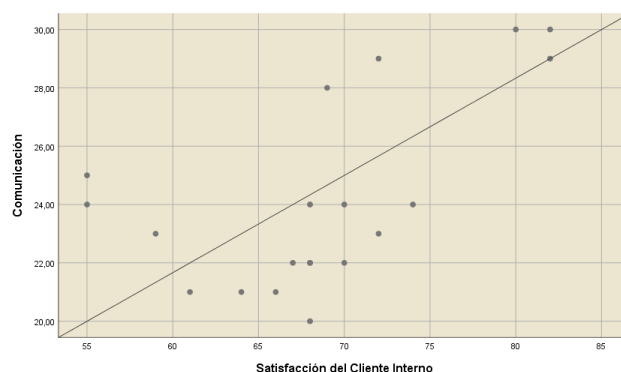
Correlación del coeficiente de Pearson

Correlaciones			
Comunicación/Satisfacción del cliente interno	Correlación de Pearson	1	,593**
	Sig. (bilateral)		0.006
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Figura 5.

Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables



A través de la Prueba de chi - cuadrado (Tabla 9), se evidencia significancia igual a **0.0**, la cual es menor a 0.05 por ende se **rechaza la hipótesis nula**, y se afirma que existe una relación positiva entre la delegación y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a **0,593** que afirma la existencia de una relación positiva media entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno.

Contrastación de hipótesis específica 3

H_0 : No existe una relación positiva entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

H_{01} : Existe una relación positiva entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022.

Tabla 11.

Validación de hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	132,083 ^a	120	0.000
Razón de verosimilitud	73.375	120	1.000
Asociación lineal por lineal	8.261	1	0.004
N de casos válidos	20		

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Tabla 12.

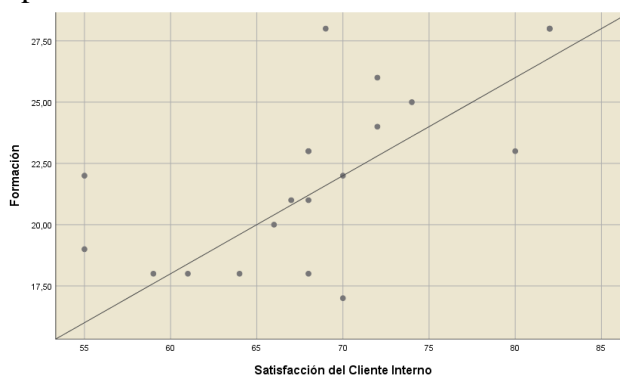
Correlación del coeficiente de Pearson

Correlaciones			
Formación/Satisfacción del cliente interno	Correlación de Pearson	1	,659**
	Sig. (bilateral)		0.002
	N	20	20

Fuente: Elaboración propia, programa SPSS.

Figura 6.

Diagrama de dispersión de la Correlación de las variables



A través de la Prueba de chi - cuadrado (Tabla 11), se evidencia significancia igual a **0.000**, la cual es menor a 0.05 por ende se **rechaza la hipótesis nula**, y se afirma que existe una relación positiva entre la formación y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a **0,659** que afirma la existencia de una relación positiva media entre la formación y la satisfacción del cliente interno.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este capítulo busca contrastar los resultados durante la investigación dentro del gimnasio World light, con el objetivo de determinar qué relación existe entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno, en base a las teorías y antecedentes descritos en el cuerpo teórico de la investigación. Cabe resaltar algunas limitantes encontradas durante el desarrollo de la investigación, una de ellas fue la aplicación del instrumento, dado la poca disponibilidad de los trabajadores por responder el cuestionario, lo cual retraso el tiempo propuesto para llevar a cabo la recolección de los datos, así mismo la disponibilidad de los estudios previos para la comparación de los resultados.

En la apertura de la discusión los resultados obtenidos del cruce de información entre las variables, evidencian que existe una relación positiva entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno, resultado que concuerdan con los datos hallados en las investigaciones realizadas por Calix et al. (2016), Solano (2016), Ríos et al. (2019) quienes afirman la importancia y la relación que tienen estos dos conceptos, el empowerment busca empoderar al colaborador a través de un modelo de gestión que permite incrementar el compromiso del recurso humano, en la optimización de sus tareas y productividad, apelando al estímulo de liderazgo, incrementando su satisfacción y motivación en su entorno laboral. Morales et al (2020), Salvador (2020), Torres (2020) concuerdan que es el principal recurso que tienen la empresa para lograr un crecimiento sostenible, por lo que buscan consentir y motivar a sus empleados como parte de su retención de capital humano (Amezcueta et al., 2019).

Es así como queda totalmente demostrada la relación que existe entre el conjunto de datos por cada variable con un coeficiente de Pearson igual a 0,636. Al realizar el desarrollo de la investigación el 35% de los colaboradores respondió que la situación actual del empowerment dentro de la empresa es regular, y otro 35% respondió que es malo, por último,

un 30% opina que es bueno. Así mismo el 35% respondió que la situación actual de la satisfacción del cliente interno dentro de la empresa es regular, y otro 35% respondió que es malo, por último, un 30% opina que es bueno, en la teoría del empowerment (empowerment as a theory) como orientación de valores, pretende mejorar la calidad de vida y bienestar de los recursos humanos, para que adquieran el control y dominio de su entorno laboral, por ende se busca su satisfacción personal (Buelga, 2007).

Así mismo Torres (2020) en investigación titulada: Relación entre el empowerment y el desempeño laboral en la municipalidad provincial de Cajamarca, afirma que existe una relación positiva directa entre las variables, con un coeficiente de Pearson igual a 0.620, es decir a mayor empoderamiento de los colaboradores, mayor es el grado de satisfacción, siendo esta una herramienta vital para mejorar el desempeño laboral dentro de la organización. Para Hoyos (2019) en su investigación titulada: El empowerment y su relación con la motivación laboral en la municipalidad provincial de Chota, demuestra que existe una relación entre las variables, con un coeficiente de Pearson igual a 0.875. Sin embargo, el 67% de los encuestados indican estar satisfechos en cuanto a aprendizaje, responsabilidad y cambios mentales del empowerment, pero se encuentran insatisfechos en cuanto a sus condiciones laborales y remuneraciones.

Parte de los resultados muestran la relación de las dimensiones del concepto empowerment (delegación, comunicación y formación) frente a la satisfacción del cliente interno, a partir de los hallazgos encontrados se afirma que existe una relación débil entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022. A través de un coeficiente de Pearson igual 0.397, resultados que concuerdan con Orgambidez et al. (2017) quien afirma que no definir bien los roles de trabajo, sobrecarga el rol laboral del colaborador, cuyos indicadores que miden esta dimensión se encuentra las responsabilidades y la autoridad, sin embargo, esto difiere con

Solano (2016) quien enfatiza que la delegación de tareas es un factor de confianza que se le brinda a los colaboradores como parte de sus necesidades intrínsecas, a su vez Zegarra (2017) confirma que esto les hace sentir dueños de su trabajo, ya que el individuo no lo siente como orden, por el contrario es parte sus funciones.

Así mismo se evidencia que existe una relación positiva media entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno, con un coeficiente de Pearson igual a 0.593 resultados que evidencian que la comunicación dentro del empowerment inciden en la satisfacción de los colaboradores, por medio de un proceso abierto, fluido y horizontal de comunicación que les permite ser autónomos en sus labores, así mismo facilita el tráfico de la información (Morales, 2020). Según Mejía (2022) como parte de la teoría del Empowerment, se encuentra la dimensión comunicación esta debe ser directa y horizontal en todos los niveles, de lo contrario puede crear puntos críticos dentro de la empresa.

A su vez existe una relación positiva media entre la formación y la satisfacción del cliente interno, con un coeficiente de Pearson igual a 0.659. Resultados que concuerdan con Amezcua et al. (2019) y Salvador (2020) quienes afirman que a través del cumplimiento de las metas personales de los colaboradores, encuentra su valor, capacidad de desarrollar nuevas competencias y habilidades, con la finalidad de escalar en nuevos puestos laborales. Para Forero (2019) es costo-beneficio, dado que la satisfacción de sus colaboradores permitirá el cumplimiento de las metas propuestas por la empresa. Esta dimensión busca potenciar, las habilidades duras y blandas de los colaboradores, para que se encuentren preparados para asumir nuevas responsabilidades y roles laborales (Mejía, 2022).

En cuanto a las implicancias prácticas del estudio pretenden responder a la pregunta de investigación afirmando que existe una relación positiva entre las dos variables tratadas, así mismo es útil para la empresa del caso estudiado ya que servirá de base y apoyo para mejorar y fortalecer el tema de estudio. Como implicancia metodológica el estudio cuenta

con un instrumento cuantitativos validado por juicio de expertos, útiles y replicable para futuras investigaciones.

El estudio permite concluir que existe una relación positiva media entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a 0.636 que indica el modelo de gestión que maneja el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, en cuanto al concepto de empoderamiento del colaborador incide en el nivel de satisfacción que sus colaboradores, así mismo estos afirman que la situación actual del empowerment dentro de la empresa es buena.

A su vez se confirma que existe una relación débil entre la delegación y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a 0.397, siendo esta dimensión del concepto de empoderamiento a trabajar con mayor énfasis, dado que mala interpretación en los roles de trabajo, puede llegar a repercutir en una sobrecarga de trabajo o pérdida de la autoridad de los jefes dentro de la empresa.

A si mismo se afirma que existe una relación positiva media entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a 0.593, es decir, al tener un modelo organizacional horizontal, el tráfico de información se dará de forma más fluida y rápida, así mismo le brinda autonomía en la realización de sus tareas diarias al colaborador, elevando su nivel de satisfacción.

Por último, se afirma que existe una relación positiva media entre la formación y la satisfacción del cliente interno, por medio del coeficiente de Pearson igual a 0.659. Detrás de un colaborador que cumple con sus metas diarias en el trabajo, existe un colaborador satisfecho con el cumplimiento de sus expectativas personales, así mismo esto los motiva a buscar su desarrollo personal, habilidades blandas y duras como parte de su crecimiento.

REFERENCIAS

- Amezcu García, E., Pérez Ceballos, V., & Monserrath Quiroz de la Cruz, E. (2019). El empowerment como estrategia de crecimiento del talento humano. *Ciencia Administrativa*, (1), 33-37. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2019/10/05CA201901.pdf>
- Alarcon Mel, M., & Huaman Bances, G. (2019). El marketing interno y compromiso organizacional de los trabajadores de la empresa King Kong Lambayeque. [*Trabajo para optar título profesional*]. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12893/4337>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Marketing*. Mexico: McGraw-Hill, Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Beckwith, H. (1998). *Venda lo invisible: La mercadotecnia de los servicios intangibles*. México: PrenticeHall Hispanoamericana, S.A. .
- Buelga, S. (2007). El empowerment: la potenciación del bienestar desde la psicología comunitaria. *Psicología Social y Bienestar: Una aproximación multidisciplinar*, (1), 154-173. Obtenido de https://www.uv.es/~lisis/sofia/sofia_empower.pdf
- Cabanillas, R. (2019). *Investigación educativa: arquitectura del proyecto de investigación*. Martínez Compañón Editores S.R.L. Cajamarca.
- Calix, C., Martines, L., Vigier, H., & Nuñez, J. (2016). El Rol del Empowerment en el Éxito Empresarial. *Investigación administrativa*, 45(117). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782016000100002&lng=es&nrm=iso
- Chiavento, I. (2009). *Administración de recursos humanos*. México : McGraw Hill.

- Fernández Estela, I. (2021). El empowerment para mejorar la productividad en la empresa Transportes Angel Divino S.A.C Chiclayo 2018. [*Trabajo para optar título profesional*]. Universidad Señor de Sipán , Pimentel. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/8884>
- Forero Orjuela, M. (2019). Endomarketing: Una estrategia de impacto de las empresas hacia sus colaboradores. [*Trabajo para optar al título profesional*]. Universidad Militar Nueva Granada, Granada. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/31972>
- Gerencia Regional de Trabajo y Pormoción de Empleo [GRTPE]. (2014). *Diagnóstico Socio Económico Laboral de la Región Lambayeque: Análisis de la situación del mercado de trabajo y formativo*. Chiclayo. Obtenido de https://www2.trabajo.gob.pe/archivos/estadisticas/peel/osel/2016/lambayeque/diag/diag_N01_osel_Lambayeque.pdf
- Grande, A. (2000). *Marketing de servicios. Tercera edición*. Esie Editorial.
- Guzman Delfino, C., Pontes Macarulla, P., & Szufliita, M. (2015). Empowerment y satisfacción laboral. *ReiDoCrea*, (4), 66-73. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10481/36048>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hoyos coronel, A. (2019). El empowerment y su relación con la motivación laboral en la municipalidad provincial de chota en el año 2018. [*Trabajo de investigación para optar el título profesional*]. Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Obtenido de <http://190.116.36.86/bitstream/handle/20.500.14074/3052/%E2%80%9CELMPOWERMEN%20Y%20SU%20RELACI%C3%93N%20CON%20LA%20M>

TIVACI%C3%93N%20LABORAL%20EN%20LA%20MUNICIPALIDAD%20P
ROVINCIAL%20DE%20CHOTA%20E.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La república. (2016). *Empleo: Solo el 24% de los peruanos son felices en su trabajo.*

Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2020/01/25/empleo-solo-el-24-de-los-peruanos-son-felices-en-su-trabajo/>

Lloyd, B. (1996). *Desarrolle su pontencial al maximo Selfempowerment.* Grupo Editorial Iberoamerica.

López De León, L. (2015). Empoderamiento y Satisfacción laboral. [*Trabajo para optar título profesional*]. Universidad Rafael Landivar, Quetzaltenango. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2015/05/43/Lopez-Leslie.pdf>

Mejía Pardo, H. (2022). El empowerment y la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. distrito de Rupa Rupa - Leoncio Prado - Huánuco, 2021. [*Tesis de título profesional*]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huánuco. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25402>

Morales Hurtado, X. (14 de Enero de 2020). *Líder Empresarial.* Obtenido de <https://www.liderempresarial.com/como-empoderar-a-tu-equipo-la-formula-para-la-eficiencia-organizacional/>

Murcia. com. (28 de Agosto de 2022). *Las empresas se preparan para vuelta al "cole" innovando en salud empresarial.* Obtenido de <https://www.murcia.com/empresas/noticias/2022/08/28-ndp-las-empresas-se-preparan-para-vuelta-al-cole-innovando-en-salud-empresarial.asp>

Oblitas Castro , M. (2010). *Satisfacción laboral, el empowerment y la calidad del servicio en la municipalidad provincial de Arequipa - 2010.* Arequipa.

- Orgambídez Ramos, A., Moura, D., & De Almeida, H. (2017). Estrés de rol y empowerment psicológico como antecedentes de la satisfacción laboral. *Revista de Psicología*, 35 (1), 257-278. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3378/337849319010.pdf>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227 - 232. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>.
- Portilla Capuñay, L. (2017). Empoderamiento de los empleados y su rol moderador sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una Empresa de Servicios Logísticos 2015. *[Trabajo de Maestría]*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/1157>
- Ríos Manríquez, M., López Mateo, C., & Leocádio Silva, Á. (2019). El capital humano como factor clave en el desempeño empresarial: una visión desde el empowerment. *Revista de Gestao e Secretariado* (19), 69-98. doi:10.7769/gesec.v10i3.914
- Román Calderón, J., Krikorian, A., Ruiz, C., & Betancur Gaviria, A. (2016). Apoyo organizacional y empoderamiento como antecedentes de comportamientos. *Estudios Gerenciales*, 32 (139), 154-161. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21246274006>
- Saavedra Acosta, N. (2020). Herramientas de la administración moderna: Empowerment y Coaching frente a la satisfacción del cliente interno de la empresa Pardos Chicken S.A.C., distrito de San Borja- Lima, año 2019. *[Trabajo de investigación para optar título profesional]*. Universidad de San Martín de Porres, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/6613>
- Salvador Diez, J. (2020). Análisis del empowerment y sus consecuencias en la conducta de los empleados y la satisfacción con el puesto de trabajo. *[Trabajo de maestría]*.

Universidad de León, España. Obtenido de
<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/12505/Jorge%20Salvador%20Diez%20Economia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SAP Concur. (04 de Mayo de 2022). *Empowerment: la estrategia de gestión para alcanzar la autonomía laboral*. Obtenido de <https://www.concur.pe/news-center/empowerment-en-la-gestion>

Solano Tapia, A. (2016). *Teoría Estructuralista (1947)- teoría del Empowerment*. Lima.

Torres Cáceres, A. (2020). Relación entre el empowerment y el desempeño laboral en la Municipalidad Provincial de Cajamarca - 2019. [*Trabajo de investigación para optar título profesional*]. Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/24692>

Velarde, A. (2016). *Código de ética del investigador científico UPN*. Lima. Obtenido de <https://www.upn.edu.pe/sites/default/files/2020-06/codigo-etica-investigador-cientifico-upn.pdf>

Wilson, T. (1997). *Manual del empowerment: cómo conseguir lo mejor de sus colaboradores*. Barcelona : Gestión 2000.

Zegarra, V. (2017). Gestión logística y satisfacción del cliente interno en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - 2017. [*Trabajo de maestría*]. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzman y Valle, Lima. Obtenido de <https://1library.co/document/zp0v884q-gestion-logistica-satisfaccion-cliente-interno-ministerio-desarrollo-inclusion.html>

ANEXOS

ANEXO N° 1. Matriz de consistencia del empowerment y satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo - 2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
1. Problema General:	1. Objetivo General:	1. Hipótesis General:	Variable 1:	1. Tipo de Investigación:
¿Existe una relación entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022?	Determinar la relación que existe entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022	Existe una relación positiva entre el empowerment y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022	Empowerment	Investigación básica / enfoque cuantitativo
2. Problemas Específicos:	2. Objetivos Específicos:	2. Hipótesis Específicas:		2. Nivel de la Investigación:
¿Existe una relación entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022?	Determinar la relación que existe entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022	Existe una relación positiva entre la delegación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022		Descriptivo - Correlacional
				3. Diseño de la Investigación:
				No experimental
				4. Método de análisis de datos:
				Coefficiente de Pearson, Chi- cuadrado
			Variable 2:	5. Población:
¿Existe una relación entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022?	Determinar la relación que existe entre comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022	Existe una relación positiva entre la comunicación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022	Satisfacción del cliente interno	Colaboradores del gimnasio
				6. Muestra:
				20 colaboradores
				7. Unidad de Estudio:
				Cada uno de los colaboradores del gimnasio
			8. Técnica de Recolección:	
			Encuesta	
			9. Instrumento de Recolección:	
			Cuestionario	
¿Existe una relación entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022?	Determinar la relación que existe entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022	Existe una relación positiva entre la formación y la satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022		

ANEXO N° 2. Matriz de operacionalización de variables del empowerment y satisfacción del cliente interno en el gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo – 2022

Variable	Operacionalización	Dimensiones (Sub- variables)	Indicadores	Ítems	Nivel de medición
	Definición Conceptual				
Empowerment	Autoridad que se le otorga a los trabajadores de tomar decisiones y actuar, sin tener que buscar la aprobación de un superior, así mismo significa dejar que la gente use su propia inteligencia, experiencia, intuición y creatividad, para ayudar a que la organización mejore y tenga éxito (Lloyd, 1996).	Delegación	Tareas/responsabilidades	Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias	Escala de Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni acuerdo, Ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5)
				Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo.	
				Puedo ser creativo cuando me enfrento a problemas durante mi trabajo.	
			Autoridad	Mis jefes confían en mis decisiones	
				Tengo autoridad para corregir los problemas cuando ocurren en la empresa.	
				Tengo control sobre cómo hacer mi trabajo	
		Comunicación	Comunicación interna vertical	Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores.	
				Se me permite participar en las decisiones que se toman en mi área de trabajo	
				Se toman en cuenta las ideas que brindo a la empresa	
			Comunicación interna horizontal	Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo	
				Permito que algún compañero de trabajo realice alguna función de mi puesto	
				Brindo sugerencias para mejorar el clima laboral	
		Formación	Habilidades duras	La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad	
				Se fomenta la confianza, participación y cooperación entre el equipo de trabajo	
				Se me permite asesorar u orientar a algún compañero de trabajo	
Habilidades Blandas	Conozco a la perfección todas las funciones de mi puesto de trabajo.				
	La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de tecnologías e informática				
	La empresa realiza cursos para ampliar nuestros conocimientos				

Satisfacción del cliente interno	Conjunto de estrategias para emplear y conservar dentro de la empresa a los mejores empleados (Grande, 2000).	Estabilidad Laboral	Permanencia	Me encuentro satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos
				Me encuentro satisfecho con su horario laboral
				Estoy conforme con las condiciones físicas y ambientales de trabajo
			Motivación	Desarrollo mis actividades con entusiasmo e interés en el tiempo establecido
				Cumplo con todas las funciones de mi puesto de trabajo me siento satisfecho
				Al sentirme identificado con la empresa siento que realizo con entusiasmo mis funciones
		Desarrollo profesional	Promoción horizontal	La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel
				En el puesto de trabajo que desempeño aprovechan lo mejor de mis habilidades
				He tenido oportunidad de aprender y crecer durante el último año de trabajo
			Promoción vertical	La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)
				Las decisiones de ascenso de los empleados se manejan con justicia
				Considera que puede salir adelante en esta empresa
		Retribución	Retribución salarial	Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo
				Cuando realizo bien mi trabajo recibo algún incentivo monetario de parte de la empresa
				En este último año, he tenido un aumento en mi sueldo
Retribución extra – salarial	Se interesa mi supervisor o por mí como persona			
	He recibido reconocimientos y beneficios cuando realizo un buen trabajo			
	Me encuentro satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa			

ANEXO N° 3. Instrumento: Cuestionario aplicado a los colaboradores del gimnasio

World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022

Buenos Días/Tardes/ Noche: Estimado colaborador de la empresa World Light, se solicita su colaboración para completar el siguiente cuestionario, el cual no durara más de cinco minutos de su tiempo.

A continuación, usted encontrará los siguientes ítems el cual debe marca con una (x) una de las respuestas, recuerde que no hay respuestas malas ni buenas, todas son válidas.

INFORMACIÓN GENERAL DEL PERSONAL

A. GENERALIDADES:

SEXO: EDAD: ÁREA DE TRABAJO:

1. Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. Se me permite ser creativo cuando me enfrento a problemas durante mi trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. Mis jefes confían en mis decisiones

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. Tengo autoridad para corregir los problemas cuando ocurren en la empresa

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. Tengo control sobre cómo hacer mi trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. Se me permite participar en las decisiones que se toman en mi área de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. Se toman en cuenta las ideas que brindo a la empresa

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. Permito que algún compañero de trabajo realice alguna función de mi puesto

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. Brindo sugerencias para mejorar el clima laboral

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

14. Se fomenta la confianza, participación y cooperación entre el equipo de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

15. Se me permite asesorar u orientar a algún compañero de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

16. Conozco a la perfección todas las funciones de mi puesto de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

17. La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de tecnologías e informática

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

18. La empresa realiza cursos para ampliar nuestros conocimientos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

19. Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

20. Se siente satisfecho con su horario laboral

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

21. Estoy conforme con las condiciones físicas y ambientales de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

22. Desarrollo mis actividades con entusiasmo e interés en el tiempo establecido

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

23. Si cumpla con todas las funciones de mi puesto de trabajo me siento satisfecho

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

24. Al sentirme identificado con la empresa siento que realizo con entusiasmo mis funciones

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

25. La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

26. En el puesto de trabajo que desempeño aprovechan lo mejor de mis habilidades

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

27. He tenido oportunidad de aprender y crecer durante el último año de trabajo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

28. La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

29. Las decisiones de ascenso de los empleados se manejan con justicia

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

30. Considera que puede salir adelante en esta empresa

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

31. Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

32. Cuando realizo bien mi trabajo recibo algún incentivo monetario de parte de la empresa

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

33. En este último año, he tenido un aumento en mi sueldo

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

34. Se interesa mi supervisor o por mí como persona

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

35. He recibido reconocimientos y beneficios cuando realizo un buen trabajo


- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

36. Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo, Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Gracias por su colaboración

ANEXO N° 4. Validación bajo juicio de expertos, para las variables: Empowerment y satisfacción del cliente interno



FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

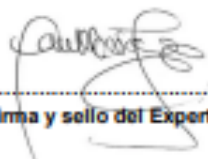
- 1.1. Experto: Mg. Paulo César Cáceres Iglesias
- 1.2. Especialidad: Administración y Marketing
- 1.3. Cargo actual: Docente Tiempo Parcial
- 1.4. Grado académico: Magister
- 1.5. Institución: UPN
- 1.6. Tipo de instrumento: Cuestionario
- 1.7. Lugar y fecha: Trujillo, 09 de Noviembre del 2022

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	X					
2	Formulado con lenguaje apropiado	X					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis	X					
5	Suficiencia para medir la variable	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	X					
8	Expresado en hechos perceptibles	X					
9	Tiene secuencia lógica	X					
10	Basado en aspectos teóricos	X					
	Total	50					

Coefficiente de valoración porcentual: $c = 100\%$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
Aplicable.



Firma y sello del Experto



FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: Mg. Ethel Reaño Ugaz
- 1.2. Especialidad: Recursos humanos
- 1.3. Cargo actual: Jefe de gestión humana
- 1.4. Grado académico: Magister
- 1.5. Institución: EAE Business School
- 1.1. Tipo de instrumento: Cuestionario
- 1.2. Lugar y fecha: Chiclayo, 16 de noviembre de 2022

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
2	Formulado con lenguaje apropiado	x					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	x					
4	Facilita la prueba de hipótesis		x				
5	Suficiencia para medir la variable	x					
6	Facilita la interpretación del instrumento	x					
7	Acorda al avance de la ciencia y tecnología	x					
8	Expresado en hechos perceptibles	x					
9	Tiene secuencia lógica		x				
10	Basado en aspectos teóricos	x					
	Total	98					

Coefficiente de valoración porcentual: c = 98

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....Se recomienda utilizar palabras que sean generales y no directas para la persona que interpreta el cuestionario.

.....

.....

.....

.....



ETHEL REAÑO UGAZ
 Líder de Experiencias al Colaborador
 Cuchiste - Chiclayo 2

Firma y sello del Experto



FICHA PARA VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto: María Elena Cárdenas León
- 1.2. Especialidad: Negocios y RR. HH
- 1.3. Cargo actual: Docente de Pregrado y Posgrado
- 1.4. Grado académico: Maestra en Ciencias Económicas
- 1.5. Institución: Universidad Nacional de Cajamarca
- 1.6. Tipo de instrumento: Cuestionario
- 1.7. Lugar y fecha: 06.12.2022

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x					
2	Formulado con lenguaje apropiado	x					
3	Adecuado para los sujetos en estudio	x					
4	Facilita la prueba de hipótesis	x					
5	Suficiencia para medir la variable		x				
6	Facilita la interpretación del instrumento		x				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	x					
8	Expresado en hechos perceptibles		x				
9	Tiene secuencia lógica	x					
10	Basado en aspectos teóricos	x					
	Total						

Coefficiente de valoración porcentual: c = 94%


III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....

.....

.....

.....



.....
Firma y sello del Experto

ANEXO N° 5. Link de encuesta en Google Forms

Cuestionario aplicado a los colaboradores del gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022

Buenos Días/Tardes/ Noche: Estimado colaborador de la empresa World Light, se solicita su colaboración para completar el siguiente cuestionario, el cual no durara más de cinco minutos de su tiempo.

A continuación, usted encontrará los siguientes ítems el cual debe marca con una de las respuestas, recuerde que no hay respuestas malas ni buenas, todas son válidas. ¡Gracias!

GENERALIDADES

Género *

- Masculino
- Femenino

Edad *

- 18 - 25 años
- 26 - 30 años
- 31 - 35 años
- 36 - 40 años
- 41 - 45 años
- 46 - 50 años
- 51 - 55 años
- 56 años a más

Área de trabajo *

1. Se me asigna alguna actividad laboral fuera de mis funciones *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo. *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. Se me permite ser creativo cuando me enfrento a problemas durante mi trabajo

Link:https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSedCVbG9RfznZifsol_ZOFI77bfR4ZSVT1beheP5EqiVU_Log/viewform

ANEXO N° 6. Prueba de Normalidad: Shapiro Wilk

H_0 = Si el nivel de significancia es mayor a 0.05, la distribución de los datos no es normal.

H_1 = Si el nivel de significancia es menor a 0.05, la distribución de los datos es normal.

Pruebas de normalidad			
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Empowerment	0.927	20	0.137
Satisfacción del cliente interno	0.944	20	0.288

ANEXO N° 7. Coeficiente de Correlación de Pearson

COEFICIENTE DE PEARSON	
VALOR DE PEARSON	INTERPRETACION DE LOS VALORES
-1	Correlación negativa perfecta (A mayor X, mayor Y o a menor X, menor Y, de manera proporcional).
-0.9	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.5	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.1	Correlación negativa muy débil.
0	No existe relación entre las variables
0.1	Correlación positiva muy débil.
0.25	Correlación positiva débil.
0.5	Correlación positiva media.
0.75	Correlación positiva considerable.
0.9	Correlación positiva muy fuerte.
1	Correlación perfecta (A mayor X, mayor Y o a menor X, menor Y, de manera proporcional).

Fuente: Metodología de la investigación, 2014

ANEXO N° 8. Evidencias

Cuestionario aplicado a los colaboradores del gimnasio World Light de la ciudad de Chiclayo, 2022 (Res...)

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Marca temporal	Género	Edad	Área de trabajo	¿Desde cuando labora e	1. Se me asigna alguna	2. Estoy satisfecho con l	3. Se me permite ser cre	4. Mis
2	12/12/2022 17:59:25	Masculino	18 - 25 años	Counter	Hace 3 meses	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalm
3	12/12/2022 18:04:43	Femenino	26 - 30 años	Asesora de Ventas	Hace 1 año	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acu
4	12/12/2022 18:21:01	Masculino	26 - 30 años	Instructor de clases grup	Hace 5 años o más	Totalmente en desacuer	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acu
5	12/12/2022 18:28:26	Masculino	26 - 30 años	Instructor de musculació	Hace 3 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acu
6	12/12/2022 18:33:45	Masculino	31 - 35 años	Instructor de sala	Hace 5 años o más	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalm
7	12/12/2022 18:40:32	Masculino	26 - 30 años	Musculacion	Hace 4 años	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo, ni en des	De acuerdo	De acu
8	12/12/2022 18:50:38	Masculino	26 - 30 años	Limpieza y mantenimiento	Menos de 3 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acu
9	12/12/2022 19:05:21	Masculino	41 - 45 años	Instructor de Ciclign	Hace 5 años o más	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acu
10	12/12/2022 19:12:43	Masculino	26 - 30 años	Instructor de baile	Hace 5 años o más	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalm
11	12/12/2022 19:59:14	Masculino	31 - 35 años	Instructor de baile.	Hace 5 años o más	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acu
12	4/1/2023 0:19:18	Femenino	18 - 25 años	Instructor de baile	Hace 2 años	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acu
13	4/1/2023 0:40:22	Masculino	18 - 25 años	Asesor Comercial	Hace 2 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acu
14	12/1/2023 12:21:45	Femenino	18 - 25 años	Counter	Hace 2 años	Ni de acuerdo, ni en des	De acuerdo	De acuerdo	De acu
15	12/1/2023 12:27:27	Masculino	26 - 30 años	ADMINISTRACION	Hace 5 años o más	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalm
16	12/1/2023 12:29:28	Masculino	26 - 30 años	Instructor de musculació	Hace 2 años	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En des
17	12/1/2023 12:44:04	Femenino	31 - 35 años	PERSONAL DE MANTE	Hace 3 años	Ni de acuerdo, ni en des	De acuerdo	De acuerdo	De acu
18	12/1/2023 12:52:14	Masculino	31 - 35 años	PERSONAL DE MANTE	Hace 4 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acu
19	12/1/2023 12:52:44	Femenino	26 - 30 años	Instructora de baile	Hace 6 meses	En desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en des	De acu
20	12/1/2023 13:00:13	Femenino	31 - 35 años	Instructora de baile	Hace 1 año	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acu

*Sin título2 [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

7: Área de trabajo	Instructor de sala	Visible: 40 de 40 variables							
Género	Edad	Área de trabajo	¿Desde cuando labora en la empresa	P1	P2	P3	P4	P5	
1	Masculino	18 - 25 años	Counter	Hace 3 meses	2	5	5	5	4
2	Femenino	26 - 30 años	Limpieza y mantenimiento	Hace 1 año	4	5	5	4	5
3	Masculino	26 - 30 años	Instructor de clases grupales	Hace 5 años o más	1	4	4	4	2
4	Masculino	26 - 30 años	Instructor Funcional	Hace 3 años	4	4	4	4	4
5	Masculino	31 - 35 años	Instructor de sala	Hace 5 años o más	4	5	5	5	4
6	Masculino	26 - 30 años	Instructor de sala	Hace 4 años	5	3	4	4	3
7	Masculino	26 - 30 años	Instructor de sala	Menos de 3 meses	5	5	5	4	5
8	Masculino	41 - 45 años	Instructor de Ciclign	Hace 5 años o más	2	4	4	4	4
9	Masculino	26 - 30 años	Instructor de baile	Hace 5 años o más	5	5	5	5	4
10	Masculino	31 - 35 años	Instructor de baile	Hace 5 años o más	4	4	4	4	4
11	Femenino	18 - 25 años	Instructor de baile	Hace 2 años	2	4	4	4	2
12	Masculino	18 - 25 años	Asesor Comercial	Hace 2 años	5	4	5	4	5
13	Femenino	18 - 25 años	Counter	Hace 2 años	3	4	4	4	2
14	Masculino	26 - 30 años	Administración	Hace 5 años o más	5	4	5	5	5
15	Masculino	26 - 30 años	Instructor de sala	Hace 2 años	4	2	2	2	3
16	Femenino	31 - 35 años	P. Mantenimiento Eléctrico	Hace 3 años	3	4	4	4	4
17	Masculino	31 - 35 años	P. Mantenimiento Eléctrico	Hace 4 años	4	4	4	4	3
18	Femenino	26 - 30 años	Instructor de baile	Hace 6 meses	2	4	3	4	2
19	Femenino	31 - 35 años	Instructor de baile	Hace 1 año	2	4	2	4	3
20	Femenino	18 - 25 años	Asesor Comercial	Hace 1 año	2	5	4	4	3
21									
22									

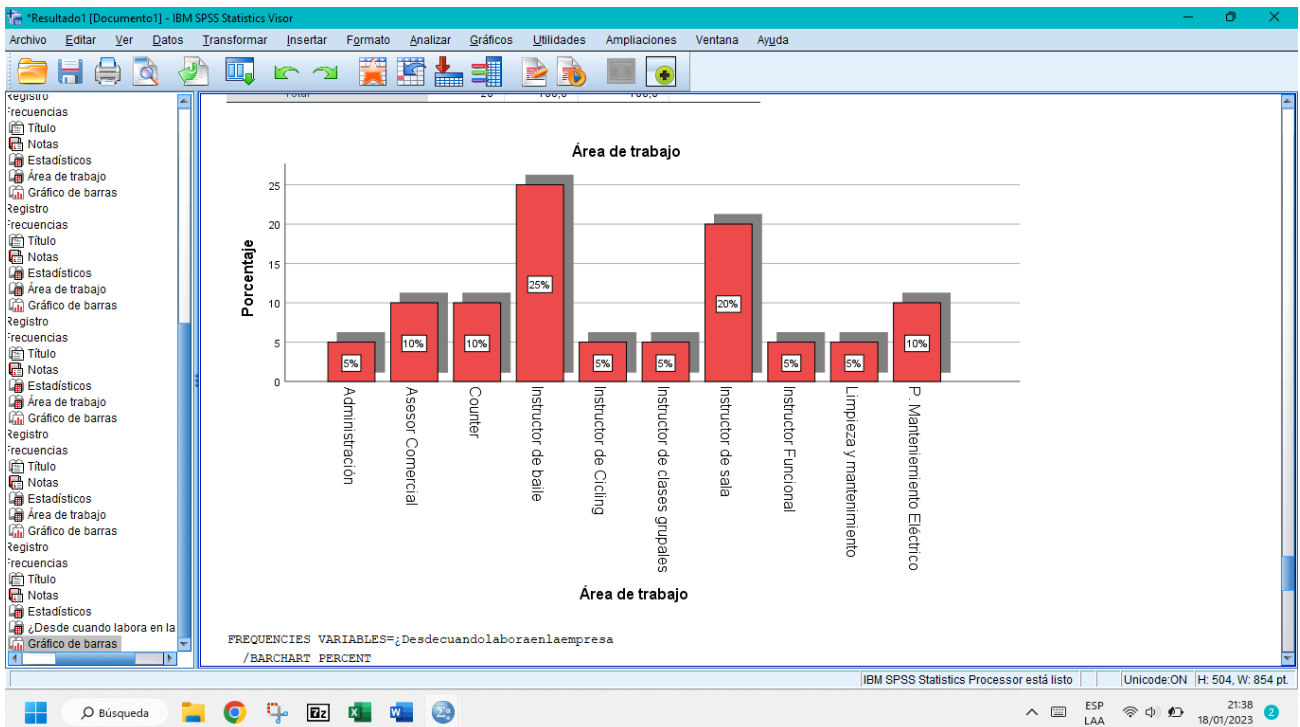
Sin titulo2 [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Género	Cadena	9	0		Ninguno	Ninguno	9	Izquierda	Nominal	Entrada
2	Edad	Cadena	13	0		Ninguno	Ninguno	13	Izquierda	Nominal	Entrada
3	Áreadetrabajo	Cadena	29	0	Área de trabajo	Ninguno	Ninguno	29	Izquierda	Nominal	Entrada
4	¿Desdecua...	Cadena	19	0	¿Desde cuando...	Ninguno	Ninguno	19	Izquierda	Nominal	Entrada
5	P1	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P2	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P3	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P4	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P5	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P6	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P7	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P8	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P9	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P10	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P11	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P12	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P13	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P14	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P15	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P16	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P17	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P18	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
23	P19	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P20	Númérico	1	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode:ON

Búsqueda | 18:20 19/01/2023



ANEXO N° 9. Carta de autorización

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA	 UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
---	--

Yo..... Henry Junior Cabrejos Farfán
 Identificado con DNI 48623084, en mi calidad de Administrador del área de Sede María Izaga de la empresa/institución Gimnasio World Light, con R.U.C N° 20602027083, ubicada en la ciudad de Chiclayo.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor Luis Armando Sánchez Del Castillo identificado con DNI N° 71921879, egresado de la (X) Carrera profesional Administración y Marketing para que utilice la siguiente información de la empresa:

- Información de datos generales.
- Permiso para encuestar a los colaboradores

con la finalidad de que pueda desarrollar su (X) Trabajo de Investigación, () Tesis o () Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de () Bachiller, () Maestro, () Doctor o (X) Título Profesional.

Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:

- Vigencia de Poder. (para el caso de empresas privadas).
- ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. (para el caso de empresas públicas)
- Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

(X) Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa;
 o () Mencionar el nombre de la empresa.



Firma y sello del Representante Legal o Representante del área

DNI: 48623084

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Firma del Egresado

DNI: 71921879

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05-04	NÚMERO VERSIÓN	07	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	21/09/2020				



Lambayeque Chiclayo 17 de agosto 20022

DECLARACIÓN JUGARA

Yo.....GALLARDO RUIZ FELIX MIGUEL..... identificado con D.N.I. N°.....45039804.....

Propietario y/o representante legal del establecimiento...GIMNASIO WORLD LIGHT E.I.R.L..... ubicado en la
..... Av. MARÍA IZAGA 083....

DECLARO BAJO JURAMENTO

Que mi establecimiento comercial participa en el proyecto de investigación para la elaboración de la Tesis con la finalidad de obtener el grado de título profesional del Sr. SÁNCHEZ DEL CASTILLO LUIS ARMANDO con DNI° 71921879. Actualmente Bachiller de la carrera de administración y marketing de la UPN – CAJAMARCA.

Realizo esta DECLARACIÓN amparado de la ley N°27444 y la Ley de simplificación administrativa.

Así mismo expresamente autorizo a Don/doña.....CABREJOS FARFAN HENRY JUNIOR. con DNI...48623084.

Para realizar en mi representación el trámite de información de la elaboración de Tesis, y para que así conste y surta efecto, firmamos el presente documento.



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Felix Miguel", is written over the World Light logo.

PROPIETARIO Y/O REPRESENTANTE
D.N.I: 45039804



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Henry Cabrejos Farfan", is written over the World Light logo.

Henry Cabrejos Farfan
ADMINISTRADOR SEDE MARIA IZAGA
RESPONSABLE DEL TRAMITE
D.N.I: 48623084