



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**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 PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**MEJIA PARDO HELEN YOSHINA  
ORCID: 0000-0002-9899-700X**

**ASESOR**

**CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS  
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**LIMA – PERÚ**

**2021**

**TITULO DE LA TESIS.**

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.

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Mejía Pardo Helen Yoshina

ORCID: 0000-0002-9899-700X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Lima, Perú

### **ASESOR**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Lima, Perú

### **JURADO**

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

**JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

---

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

Presidente

---

Salinas Gamboa, José German

Miembro

---

Mino Asencio, María Isabel

Miembro

---

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la valentía y sabiduría para poder lograr mi objetivo propuesto por lo que estoy muy agradecida con él.

A mis hermanos porque gracias a su apoyo pude lograr este paso muy importante en mi vida, agradecida con la persona maravillosa que Diosito puso en mí camino.

Agradecer al docente y asesor de la especialidad, y a nuestro asesor de tesis, por seguir a pesar de las dificultades y sobre todo por su paciencia con mi persona.

A la Prestigiosa Universidad ULADECH, la mejor universidad de Huánuco, la cual abre ampara a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo instruyéndonos como personas de bien.

## DEDICATORIA

Dedico en primer lugar a Dios porque sin

Él no podría cumplir mis metas propuestas.

A mí amada Madre: PARDO SIFUENTES,

Nora Esperanza, quien ha luchado mucho

por darme mis estudios y ha generado su

entera confianza en mí educándome siempre

por el lado correcto, quien es mi motivo y mi

soporte para lograr esta meta.

A mis hermanos Yina Villanueva Pardo, Anais Mejía Pardo,

Jeans Sánchez Pardo, por apoyarme a lograr mi sueño,

Familia que siempre me ha apoyado en todo momento y mis

Amigas por darme siempre ánimos para lograrlo.

## RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de Establecer de qué manera el empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021. El tipo de investigación que se desarrolló es cuantitativo a nivel descriptivo, al cual se le aplicó un diseño descriptivo – correlacional, la población objeto de estudio, está conformado por 32 empleados que laboran en la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C, se utilizó la muestra poblacional, por tanto la muestra también es de 32 empleados que laboran en la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Para recolectar los datos de nuestra investigación, se aplicó un cuestionario de 12 preguntas, la cuales abordan el análisis de 06 dimensiones que son: Delegación, comunicación, formación, estabilidad laboral, desarrollo profesional y retribución. A través del programa de IBM SPSS, se procesaron los datos recogidos y se elaboraron las tablas, cuadros y figuras de los resultados.

Como conclusión general, podemos decir que se comprobó que el empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C., esto se corroboró a través de medios estadísticos como la aplicación del estadístico Chi – cuadrado de Pearson.

Palabras claves: Adquisición, crédito, docentes, financiamiento, magisterio.

## **ABSTRACT**

This research was carried out with the objective of establishing how empowerment influences the satisfaction of the company's internal client: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Rupa Rupa District - Leoncio Prado - Huánuco, 2021. The type of research that was developed is quantitative at a descriptive level, to which a descriptive-correlational design was applied, the population under study is made up of 32 employees who work in the company Grupo Alaska Tingo María SAC, the population sample was used, therefore the sample is also of 32 employees who work in the company Grupo Alaska Tingo María SAC To collect the data of our research, a questionnaire of 12 questions was applied, which address the analysis of 06 dimensions that are: Delegation, communication, training, job stability, professional development and remuneration. Through the IBM SPSS program, the collected data were processed and the tables, tables and figures of the results were prepared.

As a general conclusion, we can say that it was found that empowerment positively influences the satisfaction of the company's internal client: Grupo Alaska Tingo María SAC, this was corroborated through statistical means such as the application of the Pearson Chi-square statistic.

**Keywords:** Acquisition, credit, teachers, financing, teaching.

## CONTENIDO

<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	ii
<b>EQUIPO DE TRABAJO</b>	iii
<b>HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR</b>	iv
<b>HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA</b>	v
<b>RESUMEN Y ABSTRACT</b>	vii
<b>CONTENIDO</b>	ix
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS</b>	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	10
<b>III. HIPÓTESIS</b>	45
<b>IV. METODOLOGÍA</b>	46
4.1 Diseño de la investigación	46
4.2 Población y muestra	48
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores	49
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
4.5 Plan de análisis	50
4.6 Matriz de consistencia	52
4.7 Principios éticos	54
<b>V. RESULTADOS</b>	56
5.1 Resultados	56
5.2 Análisis de resultados	79
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	94

<b>ASPECTOS COMPLEMENTARIOS</b>	96
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	97
<b>ANEXOS</b>	101
Anexo N° 01: Cuestionario	102
Anexo N° 02: Análisis de fiabilidad del instrumento	105
Anexo N° 03: Matriz de consistencia	107
Anexo N° 04: Consentimiento informado	109

## INDICE DE TABLAS

Tabla N°01	Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias	56
Tabla N°02	Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo	58
Tabla N°03	Mis jefes confían en mis decisiones	60
Tabla N°04	Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores	62
Tabla N°05	Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo	64
Tabla N°06	La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad	66
Tabla N°07	La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías	68
Tabla N°08	Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	70
Tabla N°09	La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	72
Tabla N°10	La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	74
Tabla N°11	Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	76
Tabla N°12	Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	78

## INDICE DE FIGURAS

Figura N°01	Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias	56
Figura N°02	Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo	58
Figura N°03	Mis jefes confían en mis decisiones	60
Figura N°04	Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores	62
Figura N°05	Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo	64
Figura N°06	La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad	66
Figura N°07	La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías	68
Figura N°08	Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	70
Figura N°09	La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	72
Figura N°10	La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	74
Figura N°11	Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	76
Figura N°12	Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	78

## INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01	Colaboradores de la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C. al 28/02/2021	48
Cuadro N° 02	Prueba de hipótesis general	80
Cuadro N° 03	Prueba de hipótesis específica N° 01: Relación: delegación - Satisfacción del cliente interno	81
Cuadro N° 04	Prueba de hipótesis N° 02: Relación: comunicación - Satisfacción del cliente interno	84
Cuadro N° 05	Prueba de hipótesis específica N° 03: Relación: Formación - Satisfacción del cliente interno	86

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enmarca dentro del proceso de dirección que corresponde a la tercera etapa del proceso administrativo cuyo título es: 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. La empresa que se eligió para el desarrollo de la presente investigación, es una empresa que se dedica a la elaboración de agua de mesa y bebidas gasificadas, cuyas operaciones empezaron en el año 2014, esta empresa se encuentra ubicada en PJ. Contamana lote. 8-d frente a IE Jesús Sabiduría Castillo Grande en el departamento de Huánuco, provincia de Leoncio Prado, distrito de Rupa Rupa.

El interrogante de investigación planteada para dilucidar nuestro problema de investigación es la siguiente: ¿De qué manera el Empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021? En la presente interrogante de investigación, podemos observar dos variables el Empowerment (variable independiente) y la satisfacción del cliente interno (variable dependiente), es decir vamos a investigar como la variable independiente afecta a la variable dependiente; dicho de otra manera pretendemos establecer como la técnica del Empowerment afecta la satisfacción del cliente interno, en esta caso la satisfacción de los colaboradores de la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C.

En primer lugar cuando nos referimos al Empowerment o empoderamiento en español, nos referimos a una herramienta de gestión utilizada por las áreas de recursos humanos de muchas empresas para lograr mejores resultados, que consiste

básicamente en delegar o transmitir autonomía, responsabilidad y poder a los trabajadores de una empresa para que puedan resolver problemas y tomar decisiones sin que sea necesario contar con la aprobación de los superiores. De esta manera, los empleados sienten que son dueños de su propio trabajo.

El objetivo principal del empoderamiento empresarial es distribuir los niveles correctos de poder y responsabilidad en toda la organización, a fin de mejorar el papel de los miembros dentro de la comunidad. De esta manera, también aumentará la dedicación y el esfuerzo de los trabajadores, además de aprovechar al máximo sus habilidades y conocimientos. En este sentido, la marca del empleador funciona, lo que implica que sus trabajadores son los mejores prescriptores de su marca.

Los beneficios de aplicar esta herramienta de dirección en las organizaciones son:

- Los trabajadores tienen mayor autoridad para realizar sus tareas, más responsabilidad para realizar tareas y mayor autoridad para resolver contratiempos.
- En lugar de dedicarse exclusivamente a dirigir, los superiores o gerentes permiten a los empleados poner en práctica sus métodos, motivarlos, reconocer los éxitos y recompensar los resultados.
- El uso del empoderamiento significa que se pierde menos tiempo en consultar y obtener la aprobación de los responsables.
- Se otorga más poder y responsabilidad a los trabajadores, quienes se sentirán más valorados y útiles. Esto dará como resultado una mayor autoestima en el trabajo y un compromiso con la empresa.

- Mayor productividad, una mejora en la calidad total, mayor competitividad, mejores resultados y más satisfacción del cliente.
- Se corrige una centralización excesiva de los poderes de la organización.
- Contribuye a promover el trabajo grupal y la toma de decisiones inmediata ante los cambios en el entorno de la empresa.

En segundo lugar tenemos la satisfacción del cliente interno o la satisfacción de nuestros colaboradores. Las buenas empresas saben que para tener empleados más productivos es necesario mantenerlos satisfechos con el trato que reciben. Además, un empleado feliz y un cliente feliz pueden proporcionar una opinión o experiencia positiva sobre la empresa. Sin embargo, a pesar de las ventajas que tiene para las empresas incentivar y motivar al cliente interno, las empresas suelen concentrar la mayor parte de sus esfuerzos en lograr la satisfacción del cliente externo cuando en realidad ambas son necesarias.

En estos días, las empresas que se proponen construir relaciones rentables con los clientes de manera creativa están en aumento. Se están descubriendo cada vez más herramientas que facilitan la comunicación con ellos. Por lo tanto, saber cómo informarles sobre lo que hace la empresa, cuál es la propuesta de valor o por qué su producto o servicio es diferente de los demás, esto es esencial en este momento.

Pero así como es importante educar al cliente sobre las razones por las que somos una mejor opción que la competencia, también es importante preocuparse por las personas que colaboran internamente día a día para que estas relaciones rentables se construyan y así garantizar que puede ser efectivamente dado altos niveles de

satisfacción que a su vez resultan en la satisfacción de quienes compran los productos o servicios que vendemos.

Kotler y Armstrong dijeron: El marketing satisface las necesidades del cliente. Pero hay dos tipos de clientes: clientes externos (consumidores del bien) y clientes internos (colaboradores para crear o entregar el bien). Ambos son extremadamente importantes y depende el uno del otro.

Dado que cada persona que trabaja dentro de la empresa es un cliente que debemos mantener satisfechos, debemos esforzarnos y encontrar ideas que lo animen a seguir apoyándonos con su trabajo. Pero también es importante que te sientas valorado. Después de todo, son ellos quienes también pueden diferenciarnos de la competencia. Es simple, una empresa está formada por sus empleados y el trato que brindan a los clientes marca la diferencia. Cuanto más apoyados y amados se sientan, más comprometidos se sentirán a mantener y atraer clientes para la empresa. Lo mismo sucede en la vida diaria, cuanto más amados y útiles nos sentimos en un lugar, queremos seguir siendo parte de él y también buscaremos hacerlo más agradable. Cada detalle para ellos cuenta, incluso el gesto más pequeño, como recibir un comentario positivo sobre su trabajo, una carta por su buen desempeño, escuchar una sugerencia, invitarlos a tomar un café y muchas otras cosas pueden hacerlos sentir especiales.

Para el planteamiento adecuado de la problemática tratada, se decidió elaborar las siguientes interrogantes de investigación:

- **Problema general.**

**PG:** ¿De qué manera el empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?

- **Problemas específicos.**

**PE1:** ¿Cómo la delegación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?

**PE2:** ¿De qué modo la comunicación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?

**PE3:** ¿Qué tanto la formación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?

Con la finalidad de responder a las siguientes interrogantes de investigación, se planteó seguir los siguientes objetivos:

- **Objetivo general.**

**OG:** Establecer de qué manera el empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

- **Objetivos específicos.**

**OE1:** Determinar como la delegación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

**OE2:** Conocer de qué modo la comunicación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

**OE3:** Establecer que tanto la formación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

Las razones que justifican el presente proyecto de investigación son las siguientes:

- **En el Aspecto Práctico:**

Nos permitió conocer de manera precisa cuales son los niveles de satisfacción reales de los clientes internos de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. con respecto a la aplicación de los métodos que utiliza el Empowerment en dicha organización, esta información va a ser de mucha ayuda para conocer si se está aplicando correctamente esta herramienta, ya que cuando se logra colaboradores satisfechos, también se logra clientes satisfechos y esto repercute de manera positiva en los resultados de la organización o empresa.

- **En el Aspecto Económico:**

Cuando una empresa u organización logra mantener a sus colaboradores satisfechos con su trabajo, logra también un efecto directo en la satisfacción de los clientes externos, “un empleado satisfecho genera clientes satisfechos”; de esta manera los clientes satisfechos repiten la experiencia de compra, por lo tanto esta satisfacción repercute directamente en las utilidades de la organización.

- **En el Aspecto Social:**

La presente investigación se justificó ya que va a identificar los aspectos más relevantes a cerca de la satisfacción del cliente interno y esta identificación va a servir de base para futuros estudios e investigaciones ayudando a desarrollar nuevos y más amplios conocimientos para nuestra sociedad.

En la cuanto a la metodología aplicada a la presente investigación, ésta tiene las siguientes características:

- La presente investigación es de tipo cuantitativa, ya que tiene como objetivo contrastar teorías ya existentes con la hipótesis que estamos planteando. El nivel de investigación utilizado fue el no experimental, ya que investigación no pretendió variar intencionalmente las variables de estudio. En cuanto a al diseño, se utilizó un diseño No experimental – Correlacional.
- La técnica utilizada, con la que se recolecto los datos que posteriormente fueron procesados fue la técnica de la Encuesta utilizando le cuestionario de encuesta, y

se hizo uso del programa estadístico IBM SPSS 25, el cual no ayudó a procesar y elaborar nuestro cuadros y gráficos estadísticos.

Los resultados mayoritarios con respecto a la dimensión delegación: el 56.3% están totalmente de acuerdo con la afirmación de que tienen autonomía para realizar sus tareas diarias, el 50% está de acuerdo con las responsabilidades que tienen en su puesto de trabajo, y el 56.3% está de acuerdo con la afirmación de que sus jefes confían en sus decisiones. Con respecto a la dimensión comunicación: el 68.8% de encuestados, están totalmente de acuerdo que existe una buena comunicación con jefes y superiores, y el 87.5% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo que existe una buena comunicación con sus compañeros de trabajo. Con respecto a la dimensión formación: el 43.8% de encuestados manifestaron estar de acuerdo con la afirmación de que la empresa les capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad, y el 62.5% de encuestados manifestaron estar de acuerdo con la afirmación de que la empresa les capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías. Con respecto a la dimensión estabilidad laboral: 50.0% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo que se sienten satisfechos con los plazos de renovación de sus contratos. Con respecto a la dimensión desarrollo profesional: 62.5% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con la afirmación de que la empresa les permite rotar en distintos puestos del mismo nivel, y el 43.8% de encuestados manifestaron estar de acuerdo con la afirmación de que la empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos). Con respecto a la dimensión: retribución: 43.8% de encuestados manifestaron una respuesta neutral a la afirmación sobre si su remuneración está acorde al trabajo que

realizo, y 40.6% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que se sienten satisfechos con los beneficios sociales que me brinda la empresa.

En conclusión, podemos decir que se probó la hipótesis de que: El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021, esto se comprobó estadísticamente a través estadístico Chi – cuadrado de Pearson.

## II REVISIÓN DE LA LITERATURA.

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Antecedentes a nivel internacional.

**2.1.1.1** Taco (2016). En su investigación titulada: *“La satisfacción laboral y su influencia en el empoderamiento del personal en la Coordinación General Administrativa Financiera de la Vicepresidencia de la República del Ecuador”*. Plantea como objetivo general: Determinar cuál es nivel satisfacción y su relación con el empoderamiento en el personal de la Coordinación General Administrativa Financiera en la Vicepresidencia de la República del Ecuador. Como objetivos específicos plantea: 1. Identificar el grado Satisfacción laboral de en los empleados de la Coordinación Administrativa financiare de la Vicepresidencia. 2. Conocer el nivel de empoderamiento organizacional que existe en la Coordinación Administrativa Financiera de la Vicepresidencia. 3. Analizar la relación entre la satisfacción laboral y el empoderamiento. Con respecto a la metodología, es una investigación correlacional no experimental, que se basa en los métodos deductivo, estadístico, correlacional, se aplicó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 19 preguntas, obteniéndose las siguientes **conclusiones:** 1. Se comprueba la hipótesis sobre la satisfacción laboral influye en el empoderamiento del personal en la Coordinación General Administrativa Financiera de la Vicepresidencia de la República del Ecuador. 2. Al analizar los resultados sobre la satisfacción laboral se logró medir el grado de

satisfacción laboral del personal en la cual el mayor porcentaje de empleados se sienten satisfechos. 3. El área con menos niveles de satisfacción se presentaron en el indicador de formación y esto se debe a una falta de planificación en cuanto a su impacto en el personal lo que causa una insatisfacción creciente. 4. El área con más nivel de satisfacción se presentó en el indicador de percepción general de la institución lo que nos demuestra que los empleados perciben de manera positiva la forma como la institución funciona según sus expectativas, convicciones y motivaciones. 5. Se analizó los resultados arrojados por el cuestionario de empoderamiento y pudimos conocer el nivel de empoderamiento del personal el cual el mayor porcentaje de personas creen que su empoderamiento está en nivel suficiente. 6. El área con menos índices de empoderamiento se encuentra en el indicador de recursos aunque el nivel se encuentre entre suficiente y bastante existe una creciente inconformidad por el personal en cuanto a este indicador lo que nos indica que en la institución se está presentando alguna dificultad en cuanto a la distribución de recursos para la realización de las actividades de los empleados. 7. El área con mayor índice de empoderamiento se encuentra en el indicador de apoyo según los resultados obtenidos del cuestionario, esto quiere decir que el personal está recibiendo una retroalimentación y orientación de parte de sus compañeros y superiores. 8. En la Coordinación General Administrativa Financiera de la Vicepresidencia de la republica donde se realizó la

investigación demuestra buenos índices de satisfacción y empoderamiento lo que me permite decir que se realiza una correcta gestión de los recursos lo que se ve reflejado en los resultados de la investigación.

**2.1.1.2** Cajamarca (2016). En su investigación titulada: “*EL EMPODERAMIENTO Y LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS MIEMBROS DEL SINDICATO DE MECÁNICOS DEL CANTÓN SALCEDO*”. Plantea como objetivo general: Investigar de qué manera el empoderamiento influye en la productividad laboral de los miembros del Sindicato de Mecánicos del Cantón Salcedo – Cotopaxi. Como objetivos específicos plantea: 1. Analizar el tipo de Empoderamiento que existe en los miembros del Sindicato de Mecánicos del Cantón Salcedo. 2. Determinar los niveles de Productividad Laboral dentro del área de trabajo de cada agremiado en la institución. 3. Estructurar un documento científico que integre el estudio científico del Empoderamiento y la Productividad Laboral en los miembros del Sindicato de Mecánicos del Cantón Salcedo. Con respecto a la metodología es un investigación de tipo exploratoria, descriptiva y correlacional, en la cual se empleó la técnica de la encuesta con la aplicación de un cuestionario de 12 preguntas, obteniéndose las siguientes **conclusiones**: A. En la presente investigación de campo realizada con los miembros del Sindicato de Mecánicos del cantón Salcedo, se pudo determinar que el empoderamiento que manejan sus agremiados es tipo estructural,

por lo tanto; no se sienten líderes con autonomía dentro de las funciones que realizan, debido a que no se sienten incluidos en la organización o el nivel de empoderamiento existente es muy bajo dentro de la institución, lo que repercute en el funcionamiento de la misma como fuente de trabajo artesanal. B. Los miembros del Sindicato de Mecánicos poseen un nivel de productividad bajo, debido a que no existen programas de motivación que impulsen la autonomía del trabajador, por lo tanto el colaborador no se siente comprometido con la función que realiza teniendo un rendimiento deficiente en el cargo que ocupa en la institución. C. Se concluye que es necesario estructurar un documento científico que contenga los principales hallazgos del presente estudio investigativo, para que de esta forma el gremio artesanal tome las decisiones necesarias para optimizar el empoderamiento en la institución, evitando así, un déficit de productividad laboral.

**2.1.1.3.**López (2015). En su investigación titulada: *EMPODERAMIENTO Y SATISFACCIÓN LABORAL*. Plantea como objetivo general: Establecer la influencia del empoderamiento en la satisfacción laboral de los colaboradores del área administrativa de la municipalidad de Río Bravo Suchitepéquez. Como objetivos específicos plantea: 1. Registrar los elementos que generan el empoderamiento en los colaboradores del área administrativa de la municipalidad de Río Bravo Suchitepéquez. 2. Identificar los elementos que generan la satisfacción laboral en los colaboradores

del área administrativa de la municipalidad de Río Bravo Suchitepéquez. 3. Confirmar la existencia del empoderamiento en los colaboradores del área administrativa de la municipalidad de Río Bravo Suchitepéquez. 4. Verificar si existe satisfacción laboral en los colaboradores del área administrativa de la municipalidad de Río Bravo Suchitepéquez. Con respecto a la metodología, es una investigación con diseño descriptivo, se aplicó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario conformado por 25 preguntas, y se llegó a las siguientes **conclusiones:** 1) Con base en las consecuencias de esta exploración, fue concebible descubrir que el fortalecimiento impacta el cumplimiento de la actividad de los representantes del distrito de Río Bravo Suchitepéquez, ya que tienen el autogobierno fundamental en su actividad, esto hace que se sientan todos cuanto más se les permite hacer sus empresas como mejor les parezca, lo que crea un sentimiento de prosperidad hacia su trabajo y esto se logra mediante la realización del trabajo. 2. Entre los componentes alistados que producen fortalecimiento en los asociados del distrito, se puede hacer referencia al acompañamiento; independencia, certeza, interés, dinámica y el sentimiento de tener el control del puesto. 3. Se resolvieron los componentes que producen el cumplimiento del trabajo, estos son; oportunidad, deber, obligación y fuerzas motivadoras. Estos elementos impactan inequívocamente a los compañeros de equipo de la región y crean el sentimiento de realización hacia el trabajo. 4. La gran mayoría de los

compañeros de la región tienen la oportunidad de asentarse en elecciones y autogobierno en su puesto de trabajo, para lo cual se afirma la presencia del fortalecimiento; además, los colegas son completamente conscientes de sus capacidades de trabajo y continuamente se interesan por las opciones de su región de trabajo.

5. Se constató que si hay cumplimiento laboral en los compañeros del distrito, que tienen el sentimiento de prosperidad, van a su trabajo con energía y desarrollan los emprendimientos como se esperaba. 6. El fortalecimiento produce en los representantes del distrito de Río Bravo Suchitepéquez energía por su trabajo, sentimientos positivos, interés y una prueba distintiva absoluta con la organización. 7. La motivación detrás de por qué la falta de presencia es baja dentro de la región se basa en que los trabajadores se sienten afortunados y enfocados en su negocio, por lo que también realizan su trabajo de la manera más ideal sin aceptar la supervisión constante de sus jefes.

## **2.1.2. Antecedentes a nivel nacional:**

**2.1.2.1** Meza (2018). En la investigación titulada: *“EMPOWERMENT Y SU INCIDENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA ANA DE TUSI, PASCO – 2017”*. Plantea como objetivo general: Relacionar el empowerment y su incidencia en la administración de los recursos humanos en la municipalidad distrital de Santa Ana de Tusi, Pasco 2017. Como objetivos específicos plantea: 1. Determinar

el nivel de Poder que se le asigna al personal de la Municipalidad Distrital de Santa Ana de Tusi. 2. Determinar el nivel de Delegación del personal administrativo de la Municipalidad Distrital de Yanacancha. 3. Determinar el nivel de compromiso y responsabilidad en el logro de la misión del personal de la Municipalidad Distrital de Santa Ana de Tusi. En cuanto a la metodología es una investigación de tipo descriptivo básico, a nivel explicativo – descriptivo, en la que se utilizó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 20 preguntas, llegando a las siguientes **conclusiones:** 1. El resultado nos muestra un grado normal de confianza entre los especialistas en gestión y los supervisores rápidos en el distrito local de Santa Ana de Tusi. Destaca por el hecho de que hay duda de prácticamente el 50% de los encuestados, por lo que es significativo e importante abordar esta falta en la mejora de la confianza entre los trabajadores y supervisores rápidos de la región de Santa Ana de Tusi. 2. El resultado muestra un grado ordinario de responsabilidad del deber de los especialistas gerenciales para servir con mayor probabilidad a los clientes en la región del área de Santa Ana de Tusi. Destaca por el hecho de que hay un grado de deber de algo más de la mitad de los encuestados, por lo que es importante abordar esta insuficiencia para mejorar la naturaleza de la administración a los clientes. 3. Los resultados nos muestran un bajo grado de inspiración de los grupos de trabajo en la región de Santa Ana de Tusi. De esta forma, es importante mejorar la inspiración y la

auto-inspiración en los grupos de trabajo, todos juntos para que estos grupos cumplan bien con su responsabilidad en el distrito local de Santa Ana de Tusi. 4. Los resultados nos muestran que hay un bajo grado de liderazgo convincente de los jefes de región, al decidirse por opciones para el arreglo de los problemas institucionales en la región de Santa Ana de Tusi; Por lo tanto, es importante mejorar el grado de liderazgo viable de los jefes de región en dinámica para la disposición de los desafíos institucionales en el distrito local de Santa Ana de Tusi. 5. De todo lo que se terminó, llegamos a constatar que “Existe un bajo grado de aprovechamiento del fortalecimiento en el mejoramiento de la administración de la capacidad humana de la fuerza laboral reguladora en el Municipio Distrital de Santa Ana de Tusi”.

**2.1.2.2.** Quispe (2018). En su investigación titulada: *Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación Amazonas, 2018.* Plantea como objetivo general: Determinar la diferencia de los niveles de Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. Como objetivos específicos plantea: Determinar la diferencia del *significado* del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. 1. Determinar las diferencias de las *competencias*

del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. 2. Determinar la diferencia de la *autodeterminación* del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. 3. Determinar la diferencia del *impacto* del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. 4. Determinar la diferencia del nivel de *seguridad* del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. En cuanto a la metodología es una investigación hipotético deductivo de tipo descriptivo, a la cual se aplicó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 20 preguntas, llegándose a las siguientes **conclusiones**: Primero: No hay distinción en los grados de empoderamiento de los trabajadores recordados por el D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. Segundo: Existe un contraste fáctico ( $p = 0.008 < 0.05$ ) en la medida 'significante' del Empoderamiento de los trabajadores recordado por el D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2017, siendo más destacable en la fuerza laboral designada. Tercero: No hay distinción en las 'habilidades' de medición del

Empoderamiento de los trabajadores recordado por el D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. Cuarto: Destaca la distinción ( $p = 0.040 < 0.05$ ) en la medición de 'autoconfianza' del Empoderamiento de los trabajadores recordado por el D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018, siendo más destacable en el personal seleccionado. Quinto: No hay distinciones en la medición del dominio del Empoderamiento de los trabajadores recordado por el D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. 6º: No existen distinciones en la medida de seguridad del Empoderamiento de los trabajadores recordado por el D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018.

**2.1.2.3.**Zumaeta (2017). En su investigación titulada: *DIAGNÓSTICO DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DE LÁCTEOS EVALUANDO LA CALIDAD DE SERVICIO*. Plante como objetivo general: Determinar si existe relación significativa entre la calidad de servicio que el área de Materiales brinda y la satisfacción de los clientes internos de la empresa de lácteos empleando la metodología Servqual. Como objetivos específicos plantea: 1) Determinar si existe relación significativa entre la fiabilidad y la satisfacción de los clientes internos de la empresa de lácteos con la calidad de servicio que el área de Materiales les brinda. 2) Determinar si existe relación

significativa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes internos de la empresa de lácteos con la calidad de servicio que el área de Materiales les brinda. 3) Determinar si existe relación significativa entre la seguridad y la satisfacción de los clientes internos de la empresa de lácteos con la calidad de servicio que el área de Materiales les brinda. 4) Determinar si existe relación significativa entre la empatía y la satisfacción de los clientes internos de la empresa de lácteos con la calidad de servicio que el área de Materiales les brinda. En cuanto a la metodología es una investigación de enfoque cuantitativo, descriptiva, bivariado o correlacional y de paradigma positivista, se empleó la técnica de la encuesta a través de dos cuestionario de 18 y 12 preguntas respectivamente, llegándose a las siguientes **conclusiones**: a) Utilizando el sistema Servqual, nos permitió hacer una conclusión de cómo nos ven nuestros clientes interiores y cómo se identifica su cumplimiento con la asistencia de calidad que brindamos, a pesar de que este instrumento alude a 5 medidas para decidir el naturaleza de la administración, por ejemplo, un aparato estadístico se puede ajustar a la verdad de la organización donde se necesita aplicar, considerablemente más para que Servqual tenga una amplia gama, es decir, se aplique a una amplia gama de organizaciones o administraciones que están dado. Además, cabe destacar que desde el inicio este sistema se centra en el cliente exterior y por las razones de la propuesta se aplicó a los clientes interiores que son una pieza de la

cadena de creación en una organización lechera. Cerrando este primer pensamiento, este dispositivo encaja en cualquier realidad, simplemente necesitas depender de proyectos factuales con el objetivo de que nos brinden una gran ayuda a la hora de organizar visiones generales. b) enseguida planteamos la especulación: "La naturaleza de la administración que da la zona de Materiales se identifica fundamentalmente con el cumplimiento de los clientes internos de la organización lechera", lo cual posterior a la disección de los resultados y con la asistencia de la programación SPSS , se reconoce como legítimo, es decir, se corresponden los factores, la Calidad de Servicio con la Satisfacción de los Clientes Internos, el examen resulta más por dentro y por fuera cuando se termina por territorio explícitamente, que es el lugar del hoyo Aparece 5: Diferencias entre los supuestos del cliente sobre la naturaleza de la administración y los discernimientos que tiene de la administración, es a partir de aquí donde los temas que en un principio retratamos aparecen en el tema del caso de fiscalización, no se caracterizan como resultados afortunados o desafortunados, ya que los grandes están fortalecidos para proceder con nuestra naturaleza de administración y los horribles serán sugeridos ted o opciones propuestas para que luego puedan ser eda incrementar la lealtad del consumidor hacia el interior. c) A lo largo del examen, con la investigación de las consecuencias de las mediciones de la Calidad del Servicio, se llega a que para una organización ensambladora, los

factores primarios que producirían una alta Satisfacción del Cliente Interno son Capacidad Respuesta y Seguridad, es decir, rapidez es un punto clave para la administración, ya que cuando se realiza una actividad o una administración, existe una oportunidad ideal para realizar distintas capacidades que se suman a los objetivos como territorio, un número significativo de ocasiones como acabamos de referirnos. , el evaluador de Calidad Material necesita separar entre lo urgente y lo significativo, ya que necesita dar necesidades, no está ligado a hacer las capacidades de forma apresurada, ya que se pueden adquirir errores, se trata de hacerlo lo más rápido posible de manera eficaz para alcanzar el objetivo utilizando una cantidad mínima de activos, ya que ocasiona los gastos de cualquier organización; Pasando al siguiente elemento de seguridad, es básico contar con un personal preparado para todas las capacidades que puedan satisfacer, es decir, la información producida a través de la preparación o por la propia experiencia del experto enmarca una base sólida para ofrecer ayuda y administración a los regiones que son parte de nuestros clientes internos, la preparación es un proceso de aprendizaje que lleva algún tiempo, pero los resultados son agradables. A raíz de describir lo anterior, consideramos estas medidas como nuestros Cuellos de botella. d) Para diferentes componentes de la Calidad del Servicio, por ejemplo, la confiabilidad y la compasión, no crearon problemas, es decir, al desglosar los resultados verificamos que para una organización

ensambladora no son básicos, ya que la confianza depende del deber que Cada región tiene, es decir, en su conjunto apostamos por un objetivo similar y la administración personalizada que podemos dar o el método de tratamiento que tienen los revisores de calidad se ha descrito consistentemente como una consideración formal, alegre, enseñada que habla a la cualidades que la organización lechera avanza en la cultura autorizada. e) La filosofía Servqual te hace una determinación donde encuentra las medidas con la puntuación más mínima, es decir, por las motivaciones detrás de nuestro examen, lo llamamos Cuellos de botella, a pesar de que existen innumerables propuestas que pueden ser recomendadas o planteadas (se plasmarán en propuestas), no podemos escapar de los principios que el marco construido por la administración de la calidad dirige, es decir, cada organización enorme tiene técnicas y metodología forzada por su zona de administración, no puede ser causada en transformarlos ya que influiría en todo el marco, cómo funcionan las normas y permiten el correcto avance de los elementos de las distintas zonas, es difícil ajustarlos, de todas formas el marco de administración de calidad reconoce recomendaciones o propuestas que se pueden incluir recientemente evaluadas y aprobado por el Cuartel General del Área, se llega a un acuerdo entre los dos jugadores, la zona de mención y la zona de administración, este procedimiento toma bastante tiempo, ya que produce una tonelada Las estrategias, además las administraciones o Sede no son realmente adaptables al

cambio ya que el marco lleva bastante tiempo funcionando y se obtienen excelentes resultados, mientras se controlan todos los procedimientos, la organización lechera estar destinados al éxito, haciendo De esta investigación de los resultados, hemos entendido que como región de Calidad de Materiales somos aceptables pero podemos ser mejores. Hemos brindado significado a nuestros clientes internos que son parte de nuestra cadena de creación, son cruciales en las capacidades que desempeñan, no se pueden dejar de lado, si tu trámite es feliz con la administración y el apoyo que das, el target será alcanzar, producir un producto de calidad digna para nuestros clientes y competir con las enormes organizaciones lecheras nacionales y universales. f) Las medidas que generaron problemas de decepción fueron clasificadas como Cuello de botella, como ya lo describimos, nos presentamos como un procedimiento, Calidad de Servicio son los métodos por los cuales adquirimos la Satisfacción del Cliente Interno, lo que haría nuestro último ítem y procedimientos. los elementos de la calidad del servicio: capacidad de respuesta, confiabilidad, seguridad y empatía.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1. Base teórica N° 01: Empowerment.**

#### **2.2.1.1 Definición:**

Empowerment significa crear un ambiente en el cual los empleados de todos los niveles sientan que tienen una influencia

real sobre los estándares de calidad, servicio y eficiencia del negocio dentro de sus áreas de responsabilidad. Así, tanto los empleados y administrativos como los equipos de trabajo obtienen poder real en sus ámbitos, lo que conlleva atener la responsabilidad de los mismos. Para estos autores poder es igual a responsabilidad (Koontz , Weihrich. 1998).

El concepto más amplio de empoderamiento consiste en el acto de otorgar, entregar, dar o delegar poder, mando y autoridad a los subordinados y darles o conferirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo. Empoderar a alguien significa que se le debe dar autoridad para tomar decisiones y actuar, sin tener que buscar aprobación cada vez, y agrega que esto significa dejar que las personas usen su propia inteligencia, experiencia, intuición y creatividad, para ayudar a que la organización mejore y tenga éxito. También significa mantener informadas a las personas e involucrarlas en las operaciones de la organización, así como escucharlas y aprovechar sus ideas.

En esta misma línea, Terry Wilson en su Manual de Empoderamiento, Cómo sacar lo mejor de tus empleados, afirma que el empoderamiento consiste en potenciar la motivación y los resultados de todos los empleados de una empresa a través de la delegación y transmisión de poder.

Es imperativo ver entonces cómo los atributos de los servicios son variables vitales en el desarrollo y comprensión de la calidad

del servicio como una construcción que marca las reglas para ver cómo la publicidad de los servicios se convierte en un dispositivo clave para calibrar el servicio universitario. .

En el momento en que hablamos de calidad en el servicio no estamos aludiendo al objeto innato del trato, que como seguramente comprenderá puede formar parte de un artículo o un servicio (puedo comprar un vehículo o sacar protección), estamos aludiendo a todo el conjunto de ventajas que acompañan a la oferta de ese vehículo o esa protección, que en la forma en que se crean, se suman a la construcción de una distinción con las ventajas que ofrecen las distintas asociaciones u organizaciones.

Un vendedor puede venderme un vehículo o una protección esencialmente pasándome un inventario, mientras que otro lo hace al estar interesado en mis inclinaciones, ayudándome a encontrar lo que mejor se adapta a mis necesidades. Estas ventajas son lo que llamamos el servicio de trato que asegura cualidades particulares dependiendo de si se trata de un artículo, por ejemplo, un vehículo, o un servicio, por ejemplo, contratar protección.

#### **2.2.1.2. Características del Empowerment:**

Las principales características que desarrollan las organizaciones que aplican el empoderamiento en la dirección son:

- El puesto le pertenece a cada persona.

- La persona tiene la responsabilidad, no el jefe o el supervisor, u otro departamento.
- Los puestos generan valor, debido a la persona que está en ellos.
- La gente sabe dónde está parada en cada momento.
- La gente tiene el poder sobre la forma en que se hacen las cosas.
- El puesto es parte de lo que la persona es.
- La persona tiene el control sobre su trabajo.

Con respecto a los efectos positivos que el Empowerment genera en los colaboradores, podemos mencionar:

- Su trabajo es significativo
- Ellos pueden desarrollar una diversidad de asignaciones.
- Su rendimiento se puede medir.
- Su trabajo es desafiante y no pesado.
- Tiene la autoridad para actuar en nombre de la empresa.
- Participación en la toma de decisiones.
- Escuchas lo que dice.
- Saben cómo participar en equipo.
- Sus contribuciones son reconocidas.
- Desarrollan sus conocimientos y habilidades.

- Tienen un apoyo real.

### **2.2.1.3. Dimensiones del Empowerment.**

Cuando hablamos del Empowerment o empoderamiento, se nos hace necesario referirnos a los componentes esenciales que este debe desarrollar para lograr un empoderamiento real, las cuales son:

#### **1) Delegación**

Delegar permisos para aprovechar todo el potencial que tienen los trabajadores para servir al grupo, esto infiere compartir compromisos, obligación y autoridad, considerando que delegar no significa irse, sino completar un trabajo organizado y conjunto.

El empoderamiento se basa en la delegación de responsabilidad por parte de los altos cargos en sus trabajadores. Sin embargo, hay varios puntos importantes que abordar. En esta técnica motivacional, basada en el reconocimiento a través de la asignación, el jefe siempre debe recordar que él sigue siendo el jefe, ¿por qué enfatizamos esto? Porque es importante no olvidar que la responsabilidad sigue siendo suya. Usted delega la tarea, no la responsabilidad.

La delegación de trabajo también implica confianza. Porque cuando se delega no se indica cómo se debe hacer el trabajo porque si lo hiciera no sería más que una orden o instrucción. Por supuesto, no dar instrucciones no significa que

no deba controlar el desempeño de la tarea y los resultados que se obtendrán.

Por lo tanto podemos decir también que la delegación es una técnica motivacional porque es un reconocimiento de los trabajadores que valoran sus habilidades a través de la expansión de habilidades. Al respecto, debemos tener cuidado, antes de confiar una tarea debemos tener en cuenta que nuestro colaborador no está sobrecargado de trabajo. Si el trabajador tiene un exceso de trabajo lejos de sentirse reconocido y ver que confía en su forma de realizar las tareas, lo que sentirá será una carga o un castigo.

## **2) Comunicación**

Este es un segmento básico, ya que la comunicación debe fluir y ser abierta a todos los niveles, ahora se habla de comunicación interna así como de avances de datos y comunicación, ya que la utilización de las TIC fomenta en gran medida la participación, ya que permite la utilización de instrumentos para utilizar verificación de procesos, reuniones virtuales y archivos con elaboración agregada, para dar algunos ejemplos.

La comunicación en las empresas es uno de los puntos más importantes y críticos, ya que el desarrollo de todas las actividades y proyectos depende de ello. Si esto no es efectivo y no tiene los métodos correctos y eficientes, existe el riesgo de

llegar a puntos críticos como: malentendidos, notificación inadecuada de prioridades, órdenes confusas o aplicación de criterios personales mal interpretados, todo esto genera un clima organizacional tenso e improductivo. Uno de los principales obstáculos es no reconocer que existen barreras. Lo que va de la mano con la falta de conciencia sobre la complejidad de la comunicación interpersonal y organizacional.

La gente comúnmente cree que la comunicación es tan fácil y natural como hablar y escuchar, cuando la comunicación es realmente compleja y difícil de manejar de manera eficiente.

Dentro de las empresas debe haber un tipo de comunicación lateral-diagonal, donde se forman equipos interfuncionales para resolver problemas, que incluyen personal de diferentes departamentos, se ha convertido en un enfoque cada vez más necesario para abordar los problemas que cruzan las líneas organizativas. Para que la comunicación sea efectiva y asertiva dentro y fuera de la empresa, debe quedar claro que debe ser empático, paciente y tener las habilidades necesarias para saber cómo manejar las situaciones que surgen.

### **3) Formación.**

Aquí encontramos que para potenciar y permitir la autonomía personal, las personas necesitan capacitación en habilidades específicas, por lo que la herramienta de liderazgo

que facilita dicha capacitación es el entrenamiento, ya que permitirá al trabajador asumir nuevas responsabilidades.

La capacitación en empresas también implica una mejora en los resultados, tanto de las personas en la nómina como de los gerentes, que pueden participar.

Algunas técnicas de formación que utilizan las organizaciones son:

- **Capacitaciones dentro de la empresa:** Aquí encontramos dos métodos.
  - Por un lado, enseñar las plantillas en su misma posición. Nos referimos a aquellas personas que se acaban de unir o están a punto de unirse. Comprobarán cómo están progresando, logrando así los objetivos que enumeramos anteriormente.
  - Por otro lado, está el acceso a otras áreas y sepa cómo funciona en tareas que no sean las suyas. Además, los gerentes organizan discusiones colectivas para promover la cooperación y el trabajo en equipo. Todo esto conduce a un aumento de la productividad, uno de los objetivos principales de los puestos de responsabilidad.
- **Capacitación fuera de la empresa:** Estas enseñanzas generalmente se llevan a cabo a través de Internet o en centros de capacitación específicos, como escuelas de

negocios o unidades de emprendimiento. Los métodos más utilizados en este caso son los siguientes:

- Ponencias
- Talleres
- Cursos
- Visitas, etc.

Debemos definir también lo que son las habilidades duras y blandas las cuales son importantes desarrollar en las organizaciones:

- **Las habilidades blandas:** son una serie de habilidades personales que tienen como eje las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo y el trabajo en equipo. Son una sinergia de habilidades sociales, de habilidades de comunicación, de ser, de interacción con otros, entre otros. Se dan cuenta de la capacidad de interactuar con otras personas con éxito y mantener relaciones de alto nivel.
- **Las habilidades duras:** son las habilidades técnicas requeridas o adquiridas para realizar ciertas tareas o funciones y que se logran y desarrollan a través del entrenamiento, la capacitación, el entrenamiento y, a veces, en el mismo ejercicio de funciones y que obviamente son necesarias.

Actualmente, en el lugar de trabajo se considera mucho que un empleado tenga habilidades blandas y, de hecho, estos atributos son muy demandados por los empleadores. Las habilidades blandas permiten que una persona se destaque de la otra, especialmente cuando se desarrollan buenos modales, optimismo, sentido común, humor, empatía y la capacidad de colaborar y negociar.

## **2.2.2. Base teórica N° 02: Satisfacción del cliente interno**

### **2.2.2.1. Concepto**

El cliente interno es el elemento dentro de una empresa que toma el resultado o producto de un proceso como un recurso para llevar a cabo su propio proceso. Posteriormente, entregará su resultado a otro trabajador de la compañía para continuar el proceso hasta que esté terminado y puesto a la venta, y sea adquirido por el cliente externo. Por lo tanto, cada trabajador es un cliente y un proveedor dentro de la empresa.

Las empresas de hoy se mueven en un contexto muy cambiante y complejo, y necesita un enorme esfuerzo para adaptarse rápida y eficientemente a la nueva situación. Para esto, es esencial que puedan aprovechar el potencial de sus recursos humanos, especialmente de aquellos calificados como estratégicos, es necesario retener y motivar a este personal en la empresa. La retención de recursos humano intenta evitar la

aparición de costos de rotación para la empresa sin olvidar que cierto conocimiento de los individuos son de naturaleza idiosincrásica y, por lo tanto, difíciles de reemplazar.

Pero retener individuos con capacidades valiosas para el negocio no es suficiente si el negocio no puede inducirlos a aplicar este conocimiento en sus tareas diarias a favor de objetivos de negocios.

El objetivo a alcanzar a través de la retención y motivación de los recursos humanos es lograr la satisfacción de sus expectativas, es decir, de sus respectivas funciones. En principio, como ya hemos señalado, parece que las técnicas tradicionales de la motivación ya no es adecuada para lograr este fin, siendo cada vez más necesario usar nuevos instrumentos de incentivo para involucrar a los empleados.

La gerencia debe actuar como un vendedor capaz de ofrecer a este colaborador un producto lo suficientemente atractivo como para motivarle a integrarse en los intereses de la organización, es decir, proporcionarle un paquete de condiciones profesionales y laborales que lo satisfagan.

En este sentido se puede decir que el producto ofrecido al empleado debe concebirse como algo más amplio que un simple trabajo o salario, ya que debe cumplir los posibles deseos de realización personal del individuo en la empresa.

Ahora, podemos diferenciar tres tipos de clientes internos:

- Ejecutivos: Tienen una relación más cercana con clientes externos. Dicen cuál es el producto o servicio a ofrecer y a qué mercado está dirigido.
- Comercial. Tienen una relación directa con diferentes grupos de trabajadores, lo que les hace tener una visión clara de la calidad.
- Operacional. Se encargan de la elaboración de los productos.

El cliente interno debe tener información para comprender el trabajo que debe realizar desde su punto de vista, del de la empresa y del cliente. Además, el cliente interno debe ver la capacitación como una oportunidad personal y también de la empresa, ya que se supone que es algo positivo para él.

El cliente interno debe proporcionar información importante derivada de sus tratos con el cliente externo y los productos, a fin de mejorar su trabajo. Además, debe tener una visión global de la empresa para saber cómo funcionan todas las áreas.

La empresa debe instalar medidas para gestionar conflictos entre departamentos y evitar daños a su imagen corporativa. También promoviendo la importancia del cliente interno y premiando su esfuerzo y no solo con lo financiero, debe buscar su felicidad. No debe olvidarse de motivarlos y hacerlos sentir orgullosos de su producto que les permitirá establecer una conexión emocional con clientes externos.

### **2.2.2.2. Dimensiones de la satisfacción del cliente interno:**

Los elementos de la satisfacción del cliente interno están conformados por:

#### **1) Estabilidad laboral.**

Dada la situación actual en el mercado laboral, muchos empleados no están lo suficientemente involucrados en la empresa, debido a la inseguridad de estar vinculado contractualmente con ella por un período limitado de tiempo. Como lo señalaron (Vázquez, 1997). Es importante la permanencia en el empleo de quienes han tenido un rendimiento acorde con las expectativas generadas, sin necesidad de estar de forma, casi constante, con la preocupación de la renovación o no de sus contratos laborales. Entonces la estabilidad en el empleo, hoy, puede ser un elemento más de motivación para él. Por esta razón, (Pfeffer, 1998). Señala que hay una creciente evidencia de esa permanencia en el puesto ofrece importantes beneficios comerciales, tanto en un mejor servicio al cliente en cuanto a productividad . En este sentido, (Parsons 1986) señala que la estabilidad laboral se compra directamente de la empresa como parte del paquete de compensación para empleados.

Por otra parte, la prolongada calidad perpetua de un representante en la asociación permite evaluar su conducta en períodos pasados y verificar si realmente está obteniendo los resultados normales: crear un clima de confianza hacia el

trabajador y una mentalidad de inquebrantabilidad hacia el trabajador organización. El cumplimiento común fomentará la renegociación y la coherencia de los lazos jurídicamente vinculantes de carácter laboral.

Posteriormente, la solidez en las conexiones autorizadas favorece la producción de vínculos peculiares entre la organización y el representante, lo que mejora la agilización de su límite experto e individual, así como favorece la realización de sus deseos en la organización.

## **2) Desarrollo profesional**

En términos generales, la promoción de los empleados en la empresa cumple dos funciones esenciales:

- “Ayudar a asignar al personal en los puestos donde puedan contribuir a la mejora de los resultados y al éxito de la empresa”.
- “Incentivar y recompensar al individuo que obtiene un rendimiento superior a otros” (Milgrom y Roberts, 1993, p.427).

Las organizaciones actuales, cuando han demostrado RR.HH., deben tener la opción de ofrecerles deseos de desempeño competente. La ausencia de puertas abiertas especiales puede ser un propósito convincente detrás del individuo para elegir irse o permanecer en la organización. De esta forma, como llaman la atención “Las organizaciones deben

organizar con cautela cómo se producirá el avance de las aptitudes de sus representantes, de esta manera los trabajadores pueden interesarse en organizar sus profesiones y comprender qué habilidades deben crear y cómo se identificarán con su remuneración” (Brown y Reich 1997, p.142). Por lo tanto, el avance se convierte en un aparato vital para impulsar a los trabajadores a lograr su calidad perpetua en la organización. “Esto legitima la forma en que algunas organizaciones dedican tiempo y esfuerzo a planificar suficientemente las vocaciones expertas de los trabajadores más vitales” (Milgrom y Roberts, 1993, p. 501).

Sin perjuicio de lo anterior, no se puede pasar por alto que el avance competente beneficia al representante, en: mejor compensación, mayor nivel de experto y reconocimiento, notoriedad y con la posibilidad de realizar nuevos encargos y aceptar nuevas obligaciones. Cada uno de estos componentes fortalece el poder de impulso que, sin nadie más, la mejora competente a partir de ahora.

### **3) Retribución**

Entre los diversos aspectos que se negociarán al definir un contrato laboral, cabe destacar la remuneración. Esto, entendido, puede considerarse una herramienta poderosa para motivar a los gerentes a cumplir con sus obligaciones contractuales. “La retribución debe considerarse no sólo como la

contrapartida al trabajo realizado sino como una inversión en un asalariado del que la empresa espera una contrapartida efectiva, cada día más concreta” (Conilh de Beyssac, 1997, p 205).

En esta línea, el instrumento antes mencionado no debe basarse únicamente en el pago de una suma elevada, a pesar de que no hay duda de que esta realidad puede verse como un aparato significativo tanto para atraer administradores como para retener a los más importantes. de la organización. Sin embargo, además, es importante presentar algún segmento de factores en el paquete de compensación, es decir, que dependa de los resultados que el trabajador obtenga con su presentación. En consecuencia, a medida que se construye esta entrega imprevista, más notable es el apoyo del compañero de equipo en la empresa, ya que su propia riqueza depende de lo que adquiere para las personas que los reclutaron.

Asimismo, la utilización de este tipo de cuotas de factor es un margen de maniobra adicional para la organización, ya que es un método para difundir el peligro entre la organización y el trabajador, en este sentido, la vulnerabilidad que engloba al negocio influye en los dos actores. Un enfoque para que los representantes reconozcan los peligros.

La técnica de pago imprevisto puede basarse en diferentes medidas de pago, por ejemplo, efectivo versus especie, individual versus recolección, corto versus largo plazo.

En concreto, el asociado contará con un factor de compensación mayoritariamente conspirado, en efectivo y en especie, de forma temporal y con impulsos singulares desde un punto de vista, sin perjuicio de un apartado fijo, componente del tiempo que ha sido accesible a la organización, es visita descubre variable cuotas, en general según los resultados anuales en las ofertas, a través de comisiones individuales, o por otro lado, estas cuotas fiscales se pueden mejorar con compromisos en especie, a través del vehículo de la organización, casas o algo así.

A pesar de lo anterior, el plan de una estrategia de compensación inesperada debe complementarse con marcos de evaluación de ejecución satisfactorios. Sea como fuere, la compensación basada en la ejecución requiere cierta proporción de ejecución.

Esta retribución debe ser variable y fiscal. Definir mutuamente los objetivos que deben cumplirse en un período de tiempo determinado es una prueba tanto para el supervisor como para su grupo, ya que reconocen lo que se espera de ellos y cuánto mejorarán sus riquezas en caso de que descubran cómo lograr los objetivos.

### **2.3. Marco conceptual.**

#### **a) Empowerment.**

El empoderamiento es una expresión que proviene del idioma inglés. Se refiere a una estrategia de gestión empresarial, que consiste en empoderar a los trabajadores para que ejerzan una mayor autonomía y poder en la toma de decisiones, con el fin de optimizar el desempeño de la empresa (Significados.com, 2015).

#### **b) Satisfacción.**

La palabra satisfacción designa lo hecho de manera terminada, cumpliendo las expectativas, órdenes o deseos, de tal manera que habiendo hecho lo suficiente, se siente la gratificación o placer de llegar a un buen resultado, que no necesita un mayor aporte. La satisfacción es un estado mental de disfrute al sentir que no se necesita nada para lograr la plenitud, ya sea física o mental (Significados.com, 2015).

#### **c) Cliente interno**

Nos referimos a cliente interno cuando hablamos de nuestro equipo es decir de nuestros empleados, nuestros colaboradores y proveedores. Hablamos de todos aquellos que intervienen e influyen en cómo se desarrolla nuestro producto o servicio y cómo llega al cliente (Definicionabc.com, 2010).

#### **d) Delegación**

La delegación es la acción y efecto de delegar es decir otorgar a una persona o grupo las facultades y poderes necesarios para representar a otra

persona u otros. El que representa a otro se conoce como delegado. También puede referirse a una transferencia de tareas, funciones, atribuciones y autoridad, que se produce entre una persona que ocupa un puesto superior, otro jerárquico inferior para operar en un campo limitado y cercano, generalmente con un objetivo específico (Definicionabc.com, 2010).

**e) Comunicación**

La comunicación es el proceso de transmisión e intercambio de mensajes entre un remitente y un receptor. Comunicación deriva del latín comunicato que significa compartir, participar en algo o poner en común. A través del proceso de comunicación, los seres humanos comparten información entre sí, haciendo del acto de comunicar una actividad esencial para la vida en sociedad (Significados.com, 2015).

**f) Formación**

La formación es el proceso y el efecto de la formación o la formación. Esta palabra proviene del latín formatio. Esta palabra se aplica en diferentes áreas: en un contexto militar, una formación es una reunión ordenada de una tropa, buques de guerra o aviones. Suele identificarse con una fila o una línea ordenada (Definicionabc.com, 2010).

**g) Estabilidad laboral**

La estabilidad laboral es el derecho del trabajador a mantener su puesto de trabajo mientras no incurra en ninguna de las causales de despido que establece la ley; y es obligación del empleador mantener al

trabajador en el trabajo mientras no incurra en ninguno de estos motivos de despido (Definicionabc.com, 2010).

**h) Desarrollo profesional**

El desarrollo profesional se refiere precisamente al ámbito laboral, cuando una persona siente que ha entrado en una fase de crecimiento en su trabajo, se siente satisfecha de haber cumplido objetivos importantes y tiene perspectivas de cambio (Significados.com, 2015).

**i) Retribución**

Una recompensa es la acción por la que se paga un producto o servicio. Esta acción se da normalmente en relación con la actividad económica, en concreto con el salario de un trabajador, que es equivalente a su remuneración (Significados.com, 2015).

**j) Empoderar**

El empoderamiento se conoce como el proceso por el cual un individuo, comunidad o grupo social es dotado de un conjunto de herramientas para aumentar su fuerza, mejorar sus capacidades y aumentar su potencial, todo con el objetivo de que pueda mejorar su situación social, política, económica, psicológica o espiritual (Significados.com, 2015).

**k) Delegar**

La acción de delegar consiste en darle a otra persona cierta responsabilidad. Esto implica que hay dos sujetos que intervienen en dicha acción: un delegado que actúa como representante de alguien y la persona que decide ceder su obligación o responsabilidad, es decir, quien delega (Significados.com, 2015).

## 1) **Confianza**

La confianza puede referirse a varias cosas: la confianza en nosotros mismos, la esperanza de que algo se desarrolle de acuerdo con nuestras expectativas o la familiaridad que tenemos al tratar con alguien. Como tal, es un sustantivo derivado del verbo confiar (Definicionabc.com, 2010).

### III HIPÓTESIS

#### 3.1 Hipótesis general:

**HI:** El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### 3.2 Hipótesis específicas:

**HE<sub>1</sub>:** La delegación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

**HE<sub>2</sub>:** La comunicación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

**HE<sub>3</sub>:** La formación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

## IV METODOLOGÍA

### 4.1 Diseño de la investigación

#### 4.1.1. Tipo de investigación

La investigación que se ha desarrollado, se enmarca dentro de la investigación cuantitativa.

*“Las investigaciones cuantitativas usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase y parte de una idea, que va acotándose y, una delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.”. (Hernández, Fernández y Baptista. 2010)*

Por lo tanto nuestra investigación tiene como objetivo contrastar teorías ya existentes con la hipótesis que estamos planteando, para lo cual necesitamos determinar en primer lugar una muestra que es representativa de la población objeto de estudio.

#### 4.1.2. Nivel de investigación

Para conseguir los objetivos de nuestra investigación, se ha recurrido a la investigación descriptiva, que según los expertos es:

*“Los estudios descriptivos consisten fundamentalmente en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia temporal espacial determinada. Son las investigaciones que tratan de recoger información sobre el estado actual del fenómeno” (Sánchez Carlessi H y Reyes Meza C. 1996).*

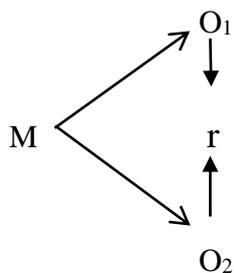
Por tanto, la presente investigación no pretendió variar intencionalmente las variables de estudio. Lo que se pretende en la investigación es observar el fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo.

#### **4.1.3. Diseño de investigación.**

En la presente investigación se aplicó un diseño de Investigación descriptiva - correlacional, ya que se ha realizado sin manipular deliberadamente las variables.

#### **Esquema:**

Se esquematiza de la siguiente manera:



**Dónde:**

**M** = Muestra

**O<sub>1</sub>** = Observación de la V1 (Gestión de calidad)

**O<sub>2</sub>** = Observación de la V2 (Satisfacción del cliente)

**R** = Correlación entre dichas variables.

## 4.2 Población y muestra:

### 4.2.1 Población.

La población de nuestra investigación está conformada por todos los colaboradores de la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C.

**Cuadro N° 01**

<b>Colaboradores de la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C. al 28/02/2021</b>	
<b>Áreas</b>	<b>Numero de colaboradores</b>
• Directivos	02
• Producción	08
• Comercialización	22
Total	32

Fuente: Planilla de la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C.  
Elaboración: Propia.

Es así que nuestra población está conformada por 32 personas que laboran en la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C.

### 4.2.2 Muestra:

Debido al número reducido de la población, se tomó como muestra a todos los elementos que representan la población que es de 32 personas, y hacer uso del muestreo probabilístico.

“Decimos que un muestreo es probabilístico cuando puede calcularse con anticipación cuál es la probabilidad de poder obtener cada una de las muestras que sean posibles a partir de una población o universo” (Sánchez Carlessi H y Reyes Meza C. 1996).

#### 4.3 Definición y Operacionalización de las variables e indicadores.

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Empowerment</b> (Variable independiente)	Es el acto de otorgar, entregar, dar o delegar poder, mando y autoridad a los subordinados y darles o conferirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo. Empoderar a alguien significa que se le debe dar autoridad para tomar decisiones y actuar, sin tener que buscar aprobación. (Koontz, Weihrich. 1998).	• Delegación	- Tareas - Responsabilidad - Autoridad
		• Comunicación	- Comunicación interna vertical - Comunicación interna horizontal
		• Formación	- Habilidades duras - Habilidades blandas
<b>Satisfacción del Cliente Interno</b> (variable dependiente)	La satisfacción del cliente interno consiste en medir qué tan feliz está su personal dentro del equipo de trabajo. En particular, se analizan las percepciones e impresiones del servicio interno, como la comunicación, la productividad y la capacidad de respuesta, la remuneración, la línea de desarrollo, etc.	• Estabilidad laboral	- Permanencia
		• Desarrollo profesional	- Promoción horizontal - Promoción vertical
		• Retribución	- Retribución salarial - Retribución extra - salarial

#### 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

#### **4.4.1 Técnica:**

La técnica que se empleó para el desarrollo del presente proyecto de investigación es la encuesta:

*“Método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (Buendía, 1998, p.120).*

La encuesta se aplicó a nuestra muestra con la finalidad de recolectar datos primarios.

#### **4.4.2 Instrumento:**

El instrumento que se empleó fue la encuesta, a través de los cuestionarios de encuesta que están compuestos de una serie de preguntas cuyo fin es el de recabar datos que luego serán procesados para conseguir información relevante que cumplan con los objetivos planteados por la presente investigación

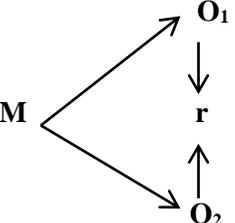
#### **4.5 Plan de análisis.**

Para realizar el procesamiento y análisis de los datos recogidos a través de la encuesta, se utilizó el programa estadístico SPSS , y la presentación de resultados se plasmaron en forma de cuadros y gráficos estadísticos.

#### 4.6 Matriz de consistencia

### Título: 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.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>GENERAL:</b> ¿De qué manera el empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>GENERAL:</b> Establecer de qué manera el empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>GENERAL:</b> El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>Empowerment</b> (Variable independiente)	• Delegación	• Tareas • Responsabilidad • Autoridad
				• Comunicación	• Comunicación interna vertical • Comunicación interna horizontal
				• Formación	• Habilidades duras • Habilidades blandas
<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>PE1:</b> ¿Cómo la delegación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>OE1:</b> Determinar como la delegación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>HE1:</b> La delegación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>Satisfacción del Cliente Interno</b> (variable dependiente)	• Estabilidad laboral	• Permanencia
<b>PE2:</b> ¿De qué modo la comunicación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>OE2:</b> Conocer de qué modo la comunicación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>HE2:</b> La comunicación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.		• Desarrollo profesional	• Promoción horizontal • Promoción vertical
<b>PE3:</b> ¿Qué tanto la formación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>OE3:</b> Establecer que tanto la formación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>HE3:</b> La formación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.		• Retribución	• Retribución salarial • Retribución extra - salarial

TIPO /NIVEL DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO/MÉTODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<b>Tipo de investigación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantitativa</li> </ul>	<b>Población:</b> La población del presente trabajo de investigación es de 32 personas, que laboran en la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C.	<b>Diseño:</b> En la presente investigación se va a aplicar un diseño Descriptivo - correlacional	<b>Técnica:</b> Encuesta
<b>Nivel de investigación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descriptivo</li> </ul>	<b>Muestra:</b> La muestra del presente proyecto de investigación es 32 personas que laboran en la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C.	<b>Método.</b> 	<b>Instrumento:</b> Cuestionario de encuesta

## 4.7 Principios Éticos.

### 4.7.1 PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA

- **Protección a las personas.-** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

- **Beneficencia y no maleficencia.-** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Justicia.-** El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que

participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

- **Integridad científica.-** La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.
- **Consentimiento informado y expreso.-** En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados:

Tabla N° 01

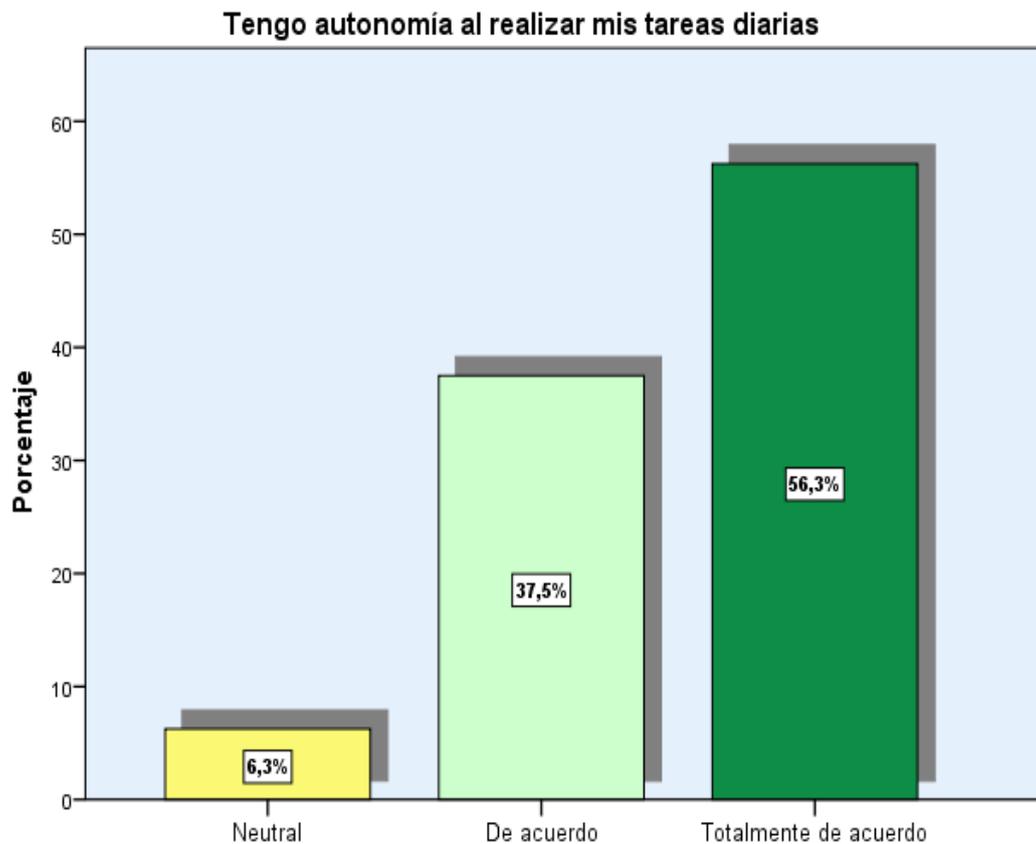
#### Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	2	6,3	6,3	6,3
De acuerdo	12	37,5	37,5	43,8
Totalmente de acuerdo	18	56,3	56,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Figura N° 01



Fuente: Tabla N° 01

Elaboración: Propia

### **Interpretación:**

A la afirmación: **Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias**. El 6.3% han tenido una respuestas neutral, el 37.5% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 56.3% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 56.3% están totalmente de acuerdo con la afirmación de que tienen autonomía para realizar sus tareas diarias.

Tabla N° 02

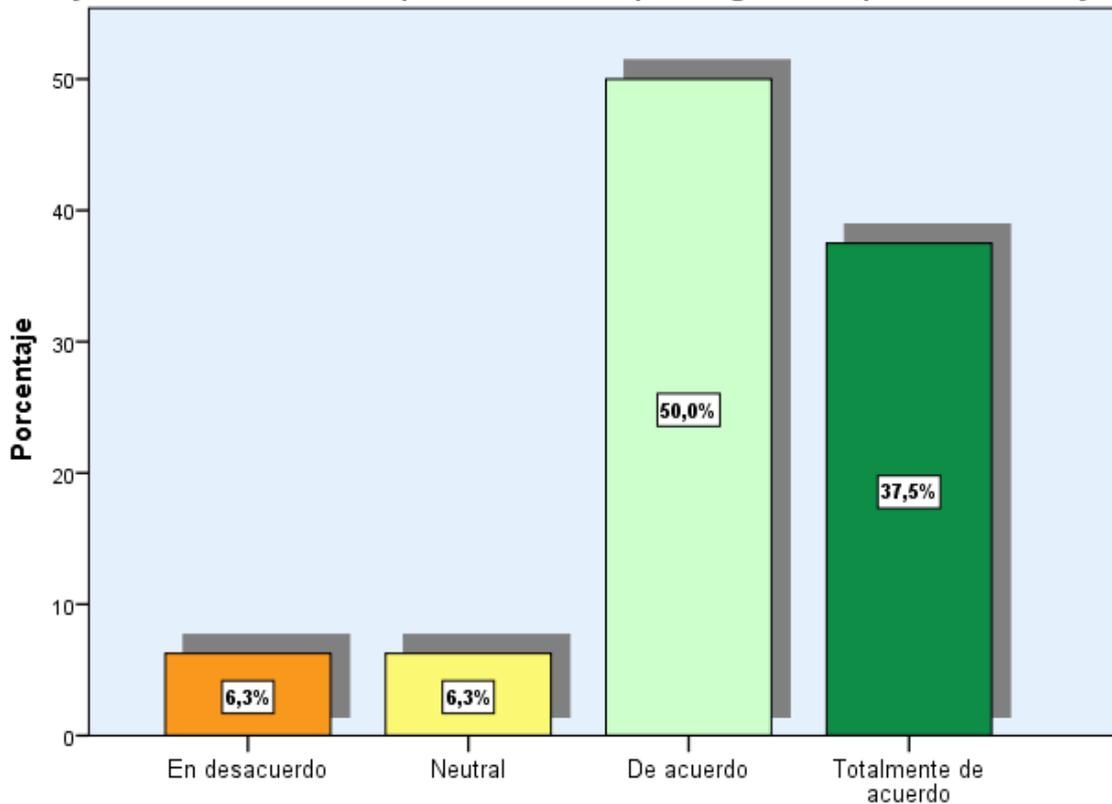
Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
Neutral	2	6,3	6,3	12,5
De acuerdo	16	50,0	50,0	62,5
Totalmente de acuerdo	12	37,5	37,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

Figura N° 02

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



Fuente: Tabla N° 02  
Elaboración: Propia

### **Interpretación:**

A la afirmación: **Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo.** El 6.3% respondió estar en desacuerdo, el 6.3% han tenido una respuesta neutral, el 50.0% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 37.5% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 50% está de acuerdo con las responsabilidades que tienen en su puesto de trabajo.

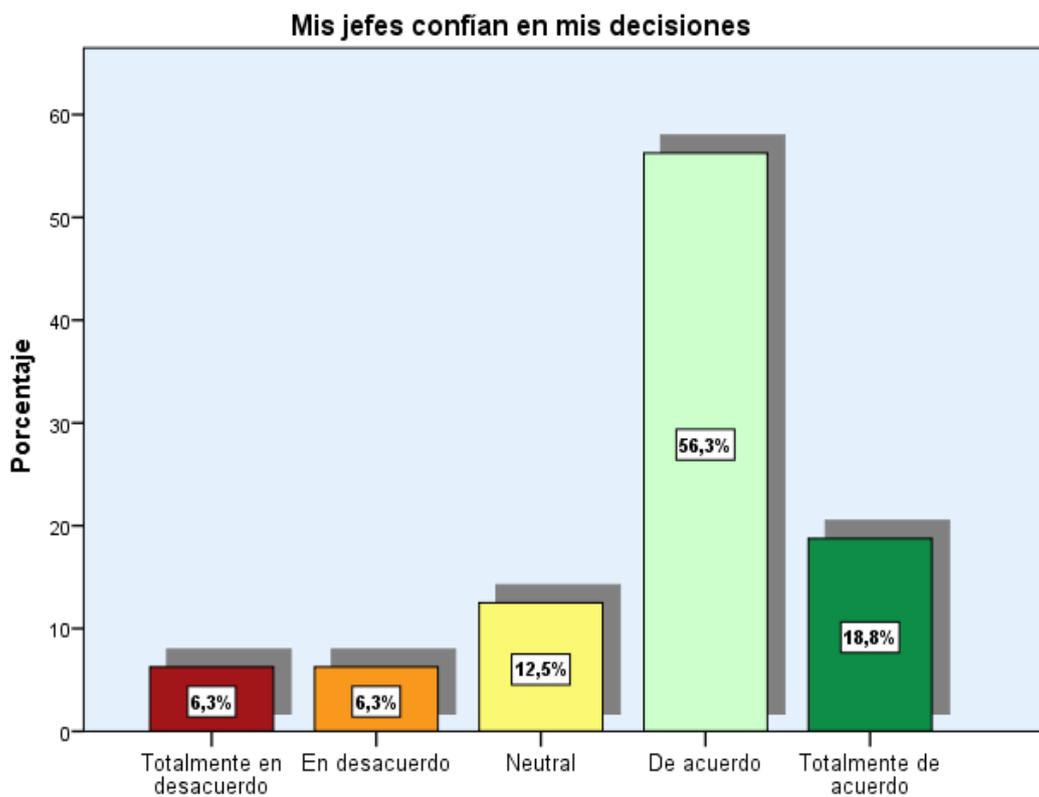
**Tabla N° 03**

**Mis jefes confían en mis decisiones**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
En desacuerdo	2	6,3	6,3	12,5
Neutral	4	12,5	12,5	25,0
De acuerdo	18	56,3	56,3	81,3
Totalmente de acuerdo	6	18,8	18,8	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 03**



Fuente: Tabla N° 03  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **Mis jefes confían en mis decisiones.** El 6.3% respondió estar totalmente en desacuerdo con esta afirmación, el 6.3% respondió estar en desacuerdo con esta afirmación, el 12.5% han tenido una respuesta neutral, el 56.3% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 18.8% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 56.3% está de acuerdo con la afirmación de que sus jefes confían en sus desiciones.

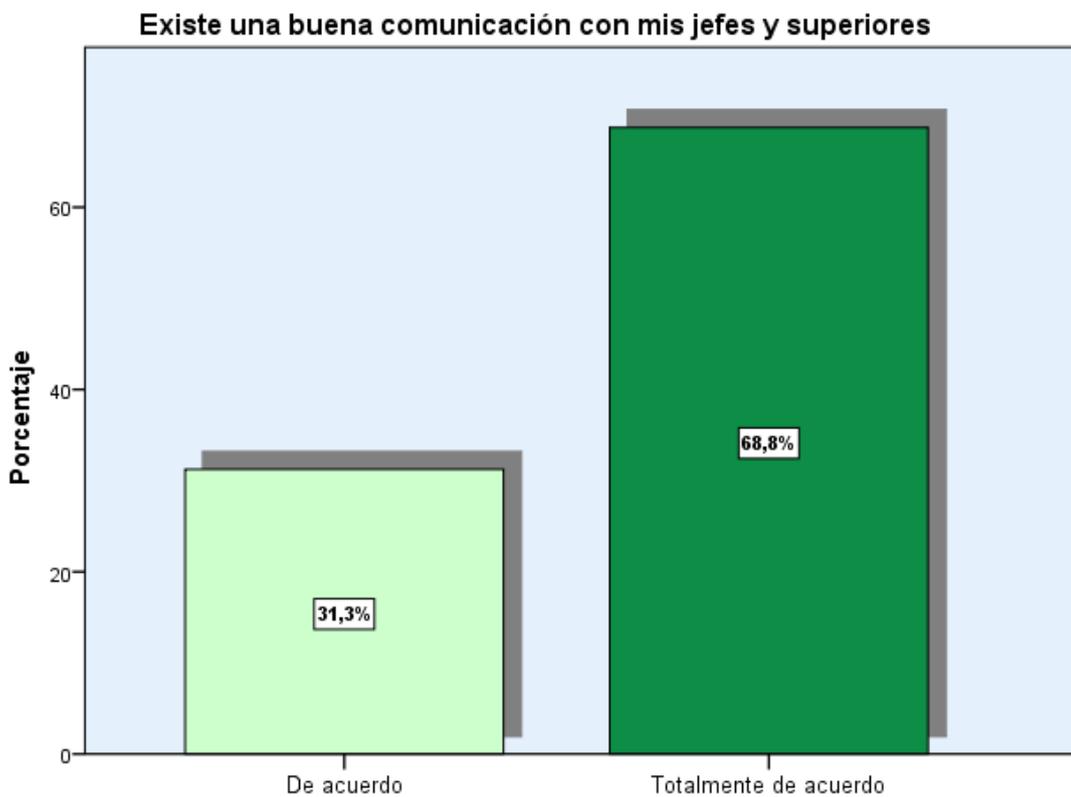
**Tabla N° 04**

**Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	10	31,3	31,3	31,3
Totalmente de acuerdo	22	68,8	68,8	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 04**



Fuente: Tabla N° 04  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores**. El 31.3% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 68.8% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 68.8% de encuestados, están totalmente de acuerdo que existe una buena comunicación con jefes y superiores

**Tabla N° 05**

**Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	4	12,5	12,5	12,5
Totalmente de acuerdo	28	87,5	87,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 05**



Fuente: Tabla N° 05  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo**. El 12.5% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 87.5% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 87.5% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo que existe una buena comunicación con sus compañeros de trabajo.

**Tabla N° 06**

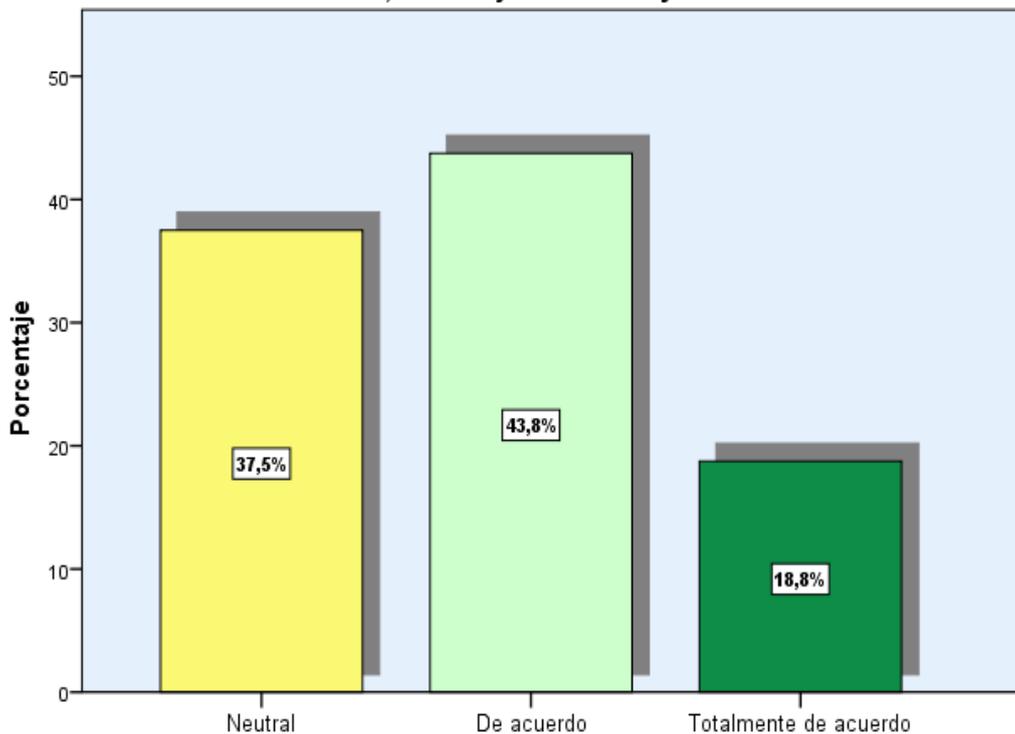
**La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	12	37,5	37,5	37,5
De acuerdo	14	43,8	43,8	81,3
Totalmente de acuerdo	6	18,8	18,8	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 06**

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



Fuente: Tabla N° 06  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad.** El 37.5% han tenido una respuesta neutral, el 43.8% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 18.8% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 43.8% de encuestados manifestaron estar de acuerdo con la afirmación de que la empresa les capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad

**Tabla N° 07**

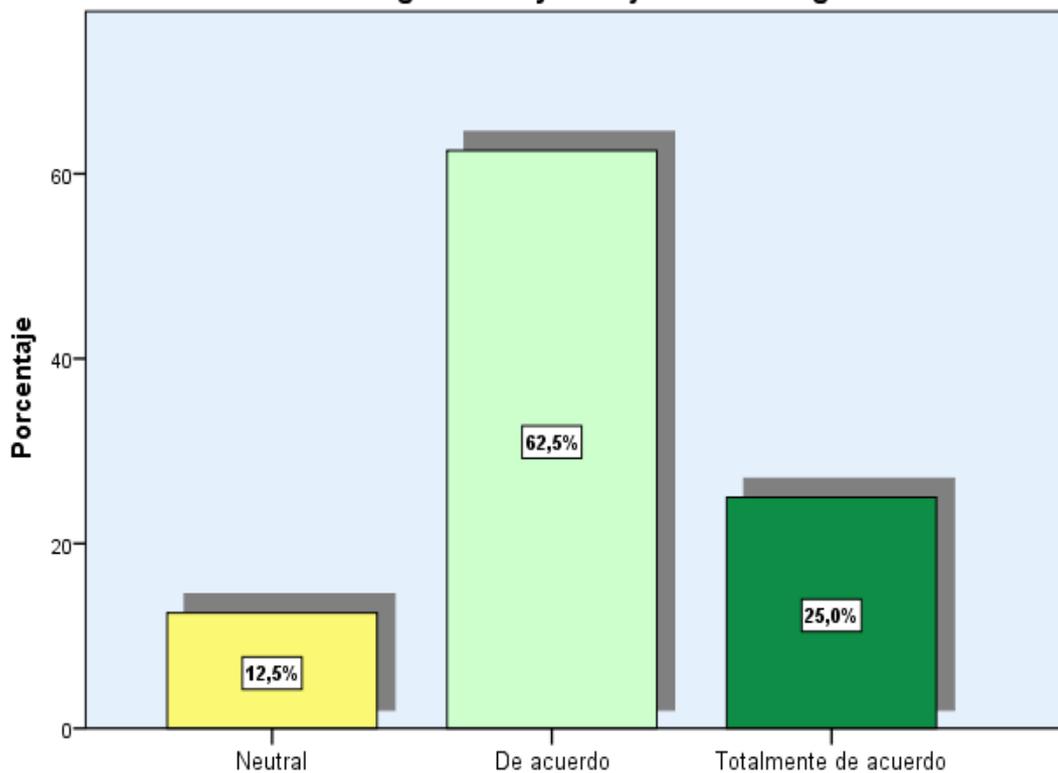
**La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas,  
Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	4	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	20	62,5	62,5	75,0
Totalmente de acuerdo	8	25,0	25,0	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 07**

**La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas,  
Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías**



Fuente: Tabla N° 07  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías.** El 12.5% han tenido una respuesta neutral, el 62.5% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 25.0% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 62.5% de encuestados manifestaron estar de acuerdo con la afirmación de que la empresa les capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías

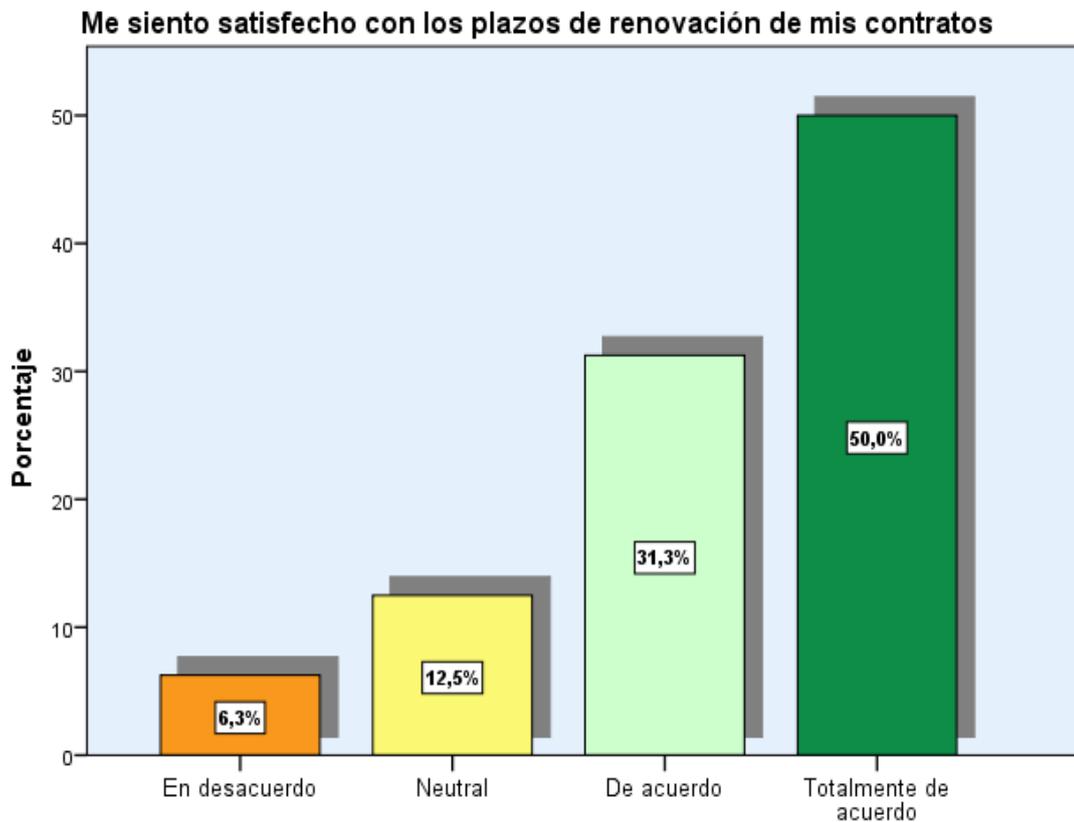
Tabla N° 08

Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
Neutral	4	12,5	12,5	18,8
De acuerdo	10	31,3	31,3	50,0
Totalmente de acuerdo	16	50,0	50,0	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

Figura N° 08



Fuente: Tabla N° 08  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos**. El 6.3% respondió estar en desacuerdo con esta afirmación, el 12.5% han tenido una respuesta neutral, el 31.3% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 50.0% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 50.0% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo que se sienten satisfechos con los plazos de renovación de sus contratos.

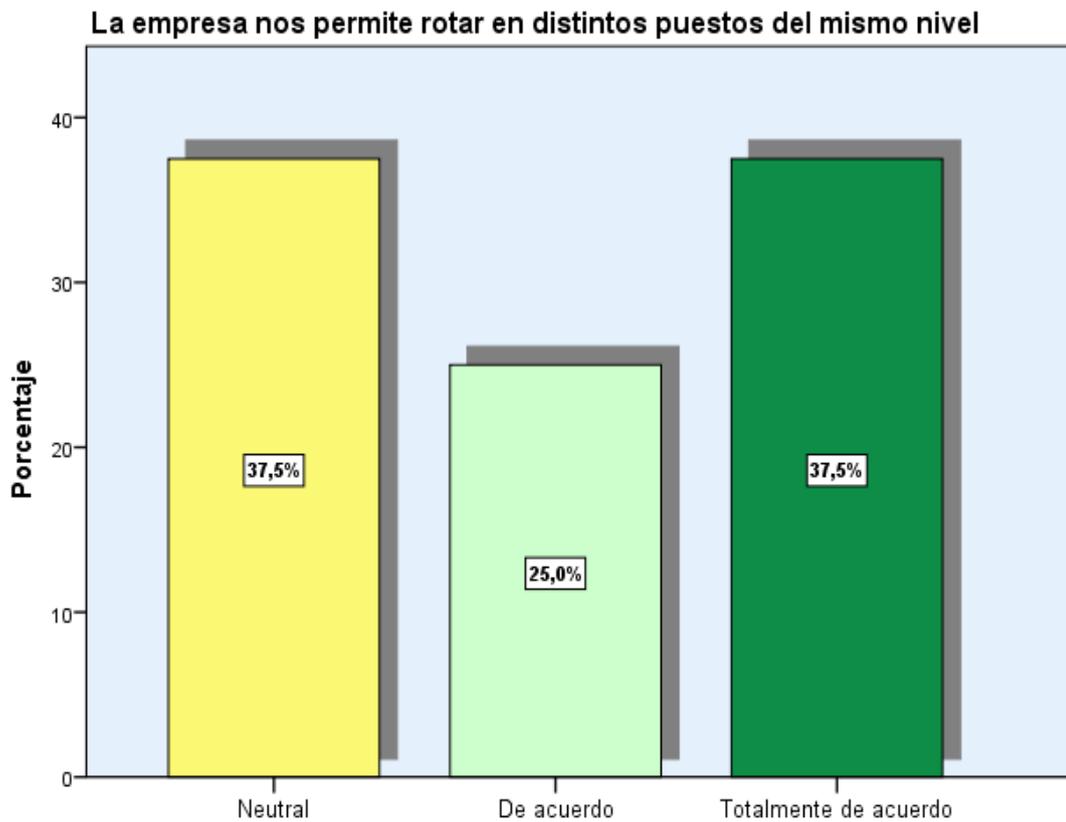
**Tabla N° 09**

**La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Neutral	12	37,5	37,5	37,5
De acuerdo	8	25,0	25,0	62,5
Totalmente de acuerdo	12	37,5	37,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 09**



Fuente: Tabla N° 09  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel.** El 37.5% han tenido una respuesta neutral, el 25.0% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 37.5% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 62.5% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con la afirmación de que la empresa les permite rotar en distintos puestos del mismo nivel.

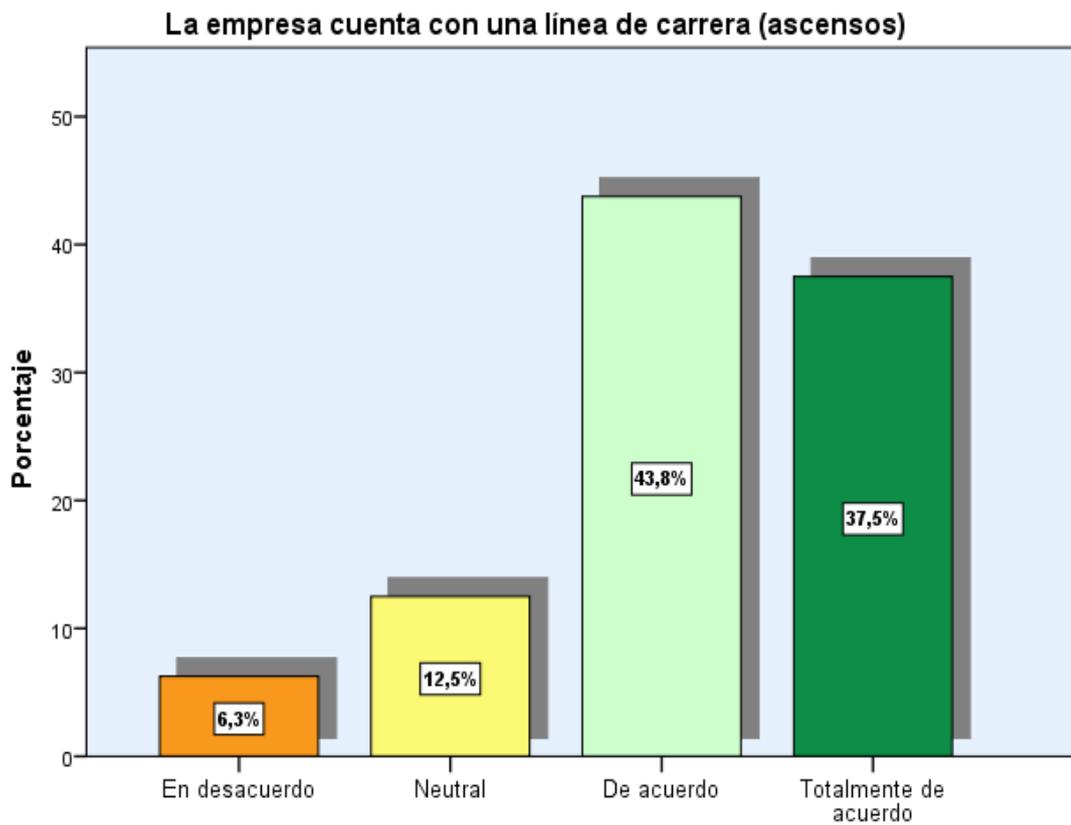
**Tabla N° 10**

**La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
Neutral	4	12,5	12,5	18,8
De acuerdo	14	43,8	43,8	62,5
Totalmente de acuerdo	12	37,5	37,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 10**



Fuente: Tabla N° 10  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos).**

El 6.3% respondió estar en desacuerdo con esta afirmación, el 12.5% han tenido una respuesta neutral, el 43.8% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 37.5% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 43.8% de encuestados manifestaron estar de acuerdo con la afirmación de que la empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos).

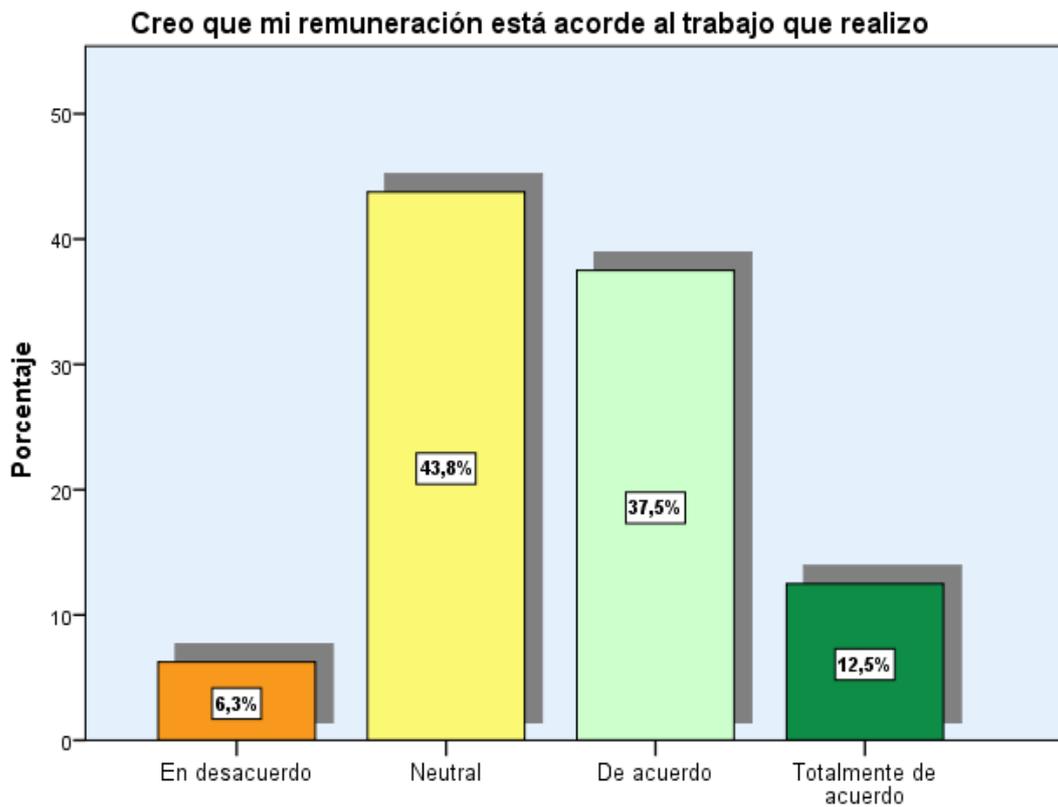
**Tabla N° 11**

**Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	6,3	6,3	6,3
Neutral	14	43,8	43,8	50,0
De acuerdo	12	37,5	37,5	87,5
Totalmente de acuerdo	4	12,5	12,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 11**



Fuente: Tabla N° 11  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

A la afirmación: **Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo**. El 6.3% respondió estar en desacuerdo con esta afirmación, el 43.8% han tenido una respuesta neutral, el 37.5% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 12.5% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 43.8% de encuestados manifestaron una respuesta neutral a la afirmación sobre si su remuneración está acorde al trabajo que realizo.

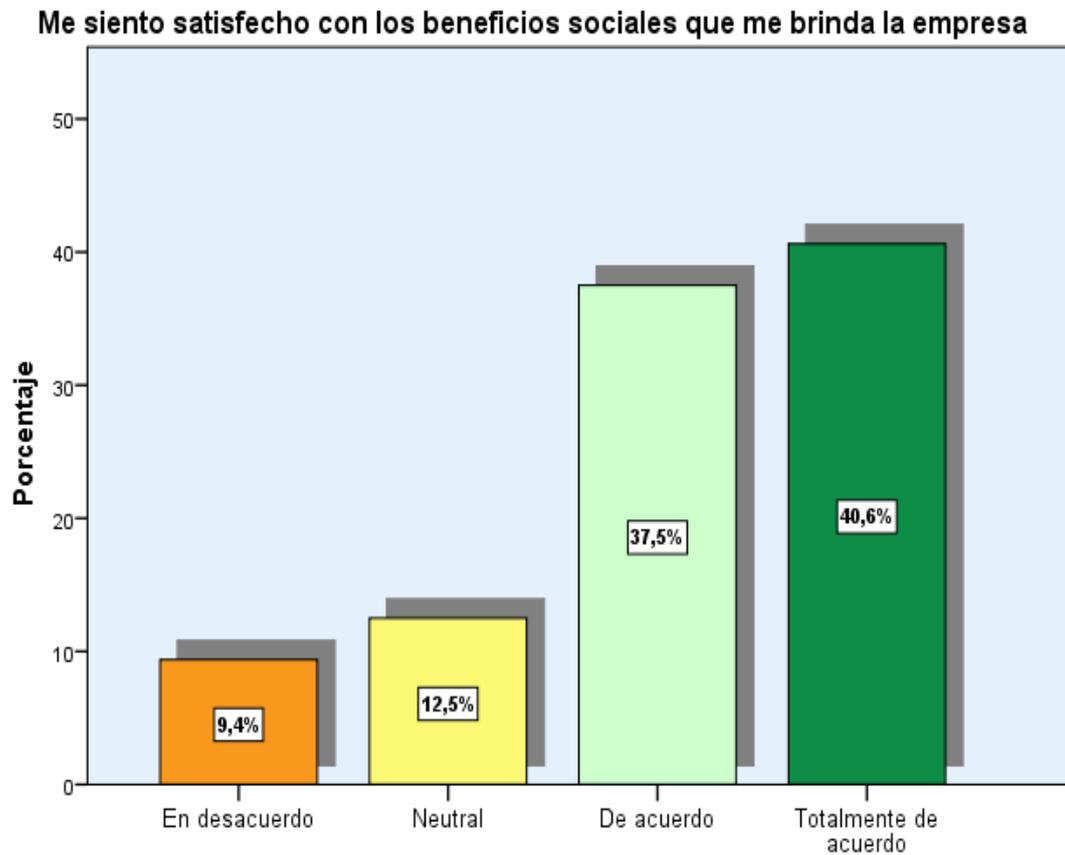
**Tabla N° 12**

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

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	3	9,4	9,4	9,4
Neutral	4	12,5	12,5	21,9
De acuerdo	12	37,5	37,5	59,4
Totalmente de acuerdo	13	40,6	40,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

**Figura N° 12**



Fuente: Tabla N° 12  
Elaboración: Propia

### **Interpretación:**

A la afirmación: **Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa.** El 9.4% respondió estar en desacuerdo con esta afirmación, el 12.5% han tenido una respuesta neutral, el 37.5% respondió estar de acuerdo con esta afirmación y el 40.6% respondió estar totalmente de acuerdo con esta afirmación.

Por lo tanto podemos decir que la mayoría, 40.6% de encuestados manifestaron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que se sienten satisfechos con los beneficios sociales que me brinda la empresa

## **5.2 Análisis de resultados.**

### **5.2.1 Prueba de Hipótesis:**

#### **5.2.1.1 Hipótesis general**

El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **Ho = Hipótesis Nula**

El empowerment no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

## HG= Hipótesis Alternativa

El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

### Cuadro N° 02

#### Prueba de hipótesis general

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	56,889 <sup>a</sup>	6	,000
Razón de verosimilitud	45,335	6	,000
Asociación lineal por lineal	25,436	1	,000
N de casos válidos	32		

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Propia

#### Interpretación

En la presente tabla estadística, podemos observar que el estadístico asociado a Chi Cuadrado es de 0.000, es decir un valor que es menor a 0.050, por tanto se niega la hipótesis nula que afirma que: El empowerment no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021. Y se afirma que: El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska

Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

### 5.2.1.2 Hipótesis Específica N°01

La delegación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **H<sub>0</sub> = Hipótesis Nula:**

La delegación no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **H<sub>1</sub> = Hipótesis Alterna**

La delegación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

### Cuadro N° 03

#### **Prueba de hipótesis específica N° 01: Relación: delegación - Satisfacción del cliente interno**

<b>Preguntas</b>	<b>Sig. asintótica (bilateral)</b>
Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias * Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	0,000

Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias * La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	0,000
Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias * La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	0,000
Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias * Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	0,000
Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias * Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	0,000
Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo * Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	0,000
Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo * La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	0,000
Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo * La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	0,000
Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo * Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	0,000
Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo * Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	0,000
Mis jefes confían en mis decisiones * Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	0,000
Mis jefes confían en mis decisiones * La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	0,001
Mis jefes confían en mis decisiones * La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	0,000
Mis jefes confían en mis decisiones * Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	0,000
Mis jefes confían en mis decisiones * Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	0,000

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

### **Interpretación.**

En la presente tabla, podemos observar que el estadístico asociado al Chi Cuadrado de la dimensión Delegación, relacionado con la satisfacción

del cliente interno, todos nos dieron un valor que es menor a 0.05, por tanto se niega la hipótesis nula que afirma que: La delegación no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

Y se afirma que: La delegación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

### **5.2.1.3 Hipótesis Específica N°02**

La comunicación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **H<sub>0</sub> = Hipótesis Nula:**

La comunicación no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **H<sub>2</sub> = Hipótesis Alterna**

La comunicación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

### Cuadro N° 04

#### Prueba de hipótesis N° 02: Relación: comunicación - Satisfacción del cliente interno

Preguntas	Sig. asintótica (bilateral)
Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores * Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	0,000
Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores * La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	0,000
Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores * La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	0,000
Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores * Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	0,001
Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores * Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	0,000
Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo * Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	0,000
Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo * La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	0,022
Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo * La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	0,000
Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo * Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	0,001
Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo * Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	0,000

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

#### **Interpretación.**

En la presente tabla, podemos observar que el estadístico asociado al Chi Cuadrado de la dimensión Comunicación, relacionado con la satisfacción del cliente interno, todos nos dieron un valor que es menor a 0.050, por tanto se niega la hipótesis nula que afirma que: La comunicación no influye de

manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

Y se afirma que: La comunicación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **5.2.1.4 Hipótesis Específica N°03**

La formación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **H<sub>0</sub> = Hipótesis Nula:**

La formación no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **H<sub>3</sub> = Hipótesis Alterna**

La formación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

**Cuadro N° 05**

**Prueba de hipótesis específica N° 03: Relación: Formación - Satisfacción del cliente interno**

<b>Preguntas</b>	<b>Sig. asintótica (bilateral)</b>
La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad * Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	0,001
La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad * La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad * La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad * Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad * Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías * Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías * La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías * La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías * Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	0,000
La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías * Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	0,000

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

### **Interpretación.**

En la presente tabla, podemos observar que el estadístico asociado al Chi Cuadrado de la dimensión Formación, relacionado con la satisfacción del cliente interno, todos nos dieron un valor que es menor a 0.050, por tanto se niega la hipótesis nula que afirma que: La formación no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

Y se afirma que: La formación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.

#### **5.2.2. Discusión de resultados:**

a) En la investigación titulada: “EMPODERAMIENTO Y SATISFACCIÓN LABORAL” realizada en la Universidad Rafael Landívar - Guatemala, por Leslie Yessenia López de León, en el año 2015, para optar el Título de Licenciada en Psicología Industrial/Organizacional; en el cual llegó a la siguiente conclusión:

Con base a los resultados de la presente investigación se pudo determinar que el empoderamiento influye en la satisfacción laboral de los colaboradores de la municipalidad de Río Bravo Suchitepéquez, ya que ellos poseen la autonomía necesaria en su puesto de trabajo, esto hace que se sientan con mayor libertad para realizar sus tareas como

mejor les parezca, lo que genera un sentimiento de bienestar hacia su trabajo y esto únicamente lo produce la satisfacción laboral.

Entre los elementos registrados que generan el empoderamiento en los colaboradores de la municipalidad se pueden mencionar los siguientes; autonomía, confianza, participación, toma de decisiones y el sentimiento de ser poseedor del puesto.

Se determinaron los elementos que producen la satisfacción laboral, estos son; la libertad, el compromiso, la responsabilidad y los incentivos. Estos factores influyen fuertemente en los colaboradores de la municipalidad y generan el sentimiento de satisfacción hacia el trabajo.

Los resultados de la investigación, coinciden mucho con el presente antecedente de estudio, ya que en ambos casos se demuestra que los elementos del Empowerment (Delegación, comunicación y formación) tienen un efecto directo y positivo sobre la satisfacción del cliente interno.

- b)** En la Investigación titulada: “EL EMPODERAMIENTO Y LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS MIEMBROS DEL SINDICATO DE MECÁNICOS DEL CANTÓN SALCEDO” realizada en la Universidad Técnica de Ambato- Ecuador, por José Eduardo Cajamarca Ajila en el año 2016, para optar la licenciatura en Psicología Industrial; en la que llego a la siguiente conclusión:

En la presente investigación de campo realizada con los miembros del Sindicato de Mecánicos del cantón Salcedo, se pudo determinar que el empoderamiento que manejan sus agremiados es tipo estructural, por

lo tanto; no se sienten líderes con autonomía dentro de las funciones que realizan, debido a que no se sienten incluidos en la organización o el nivel de empoderamiento existente es muy bajo dentro de la institución, lo que repercute en el funcionamiento de la misma como fuente de trabajo artesanal.

Los miembros del Sindicato de Mecánicos poseen un nivel de productividad bajo, debido a que no existen programas de motivación que impulsen la autonomía del trabajador, por lo tanto el colaborador no se siente comprometido con la función que realiza teniendo un rendimiento deficiente en el cargo que ocupa en la institución.

Se concluye que es necesario estructurar un documento científico que contenga los principales hallazgos del presente estudio investigativo, para que de esta forma el gremio artesanal tome las decisiones necesarias para optimizar el empoderamiento en la institución, evitando así, un déficit de productividad laboral.

Nuestra investigación no coincide con los resultados del presente antecedente, esto debido a la manera con es que se aplica el empoderamiento, para una empresa que tiene colaboradores a su cargo es más factible aplicarlo y monitorearlo y no lo es tanto en el caso de un gremio de asociados.

- c) En la Investigación titulada: “La satisfacción laboral y su influencia en el empoderamiento del personal en la Coordinación General Administrativa Financiera de la Vicepresidencia de la República del Ecuador” realizada en la Universidad Central del Ecuador- Ecuador, por Orlando Xavier

Taco Quishpe en el año 2016, para optar la licenciatura en Psicología Industrial; en la que llego a la siguiente conclusión:

Se comprueba la hipótesis sobre la satisfacción laboral influye en el empoderamiento del personal en la Coordinación General Administrativa Financiera de la Vicepresidencia de la República del Ecuador. Al analizar los resultados sobre la satisfacción laboral se logró medir el grado de satisfacción laboral del personal en la cual el mayor porcentaje de empleados se sienten satisfechos. El área con menos niveles de satisfacción se presentaron en el indicador de formación y esto se debe a una falta de planificación en cuanto a su impacto en el personal lo que causa una insatisfacción creciente. El área con más nivel de satisfacción se presentó en el indicador de percepción general de la institución lo que nos demuestra que los empleados perciben de manera positiva la forma como la institución funciona según sus expectativas, convicciones y motivaciones.

La presente investigación, también logró corroborar la satisfacción de sus colaboradores, pero en este caso la satisfacción nace de haber aplicado técnicas de empoderamiento sobre estos.

- d)** En la investigación titulada: “DIAGNÓSTICO DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES INTERNOS DE UNA EMPRESA DE LÁCTEOS EVALUANDO LA CALIDAD DE SERVICIO” realizada en la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima – Perú, por Paolo Alfonso Zumaeta Vega en el año 2017, para optar el Título Profesional de

Ingeniero Agroindustrial y Agronegocios; en la que llego a la siguiente conclusión:

En un principio, nos planteamos la hipótesis: “La calidad de servicio que el área de Materiales brinda está relacionada significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la empresa de lácteos”, la cual luego del análisis de los resultados y con la ayuda del software SPSS, se acepta como válida, es decir las variables se correlacionan, la Calidad de Servicio con la Satisfacción de los Clientes Internos, el análisis se hace más profundo cuando se hace por área específicamente, es allí donde aparece el vacío. Diferencias entre las expectativas del cliente sobre la calidad del servicio y las percepciones que tienen del servicio, es a partir de este punto donde aparecen los problemas que describimos inicialmente en la problemática del caso de la investigación, no se definen como bueno ni como malo los resultados, ya que los buenos se refuerzan para continuar con nuestra calidad de servicio y los malos se recomendarán o sugerirán alternativas para que en un futuro se pueda aumentar la satisfacción del cliente interno.

Si bien es cierto nuestra investigación no trata acerca de cómo afecta la satisfacción del cliente interno en la calidad de servicio, pero esta es una relación directa, ya que al tener empleados satisfechos, estos por inercia, generan buenos servicios y de esta manera satisfacción del cliente externo.

- e) En la investigación titulada: “Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 -

Dirección Regional de Educación Amazonas, 2018” realizada en la Universidad César Vallejo, Amazonas – Perú, por Angela Quispe Medina en el año 2018, para optar el Grado Académico de Maestra en Gestión Pública; en la que llegó a la siguiente conclusión:

No existe diferencia de los niveles de Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. Existe diferencia estadística ( $p=0,008<0,05$ ) de la dimensión ‘significado’ del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2017, siendo mayor en el personal nombrado. No existe diferencia de la dimensión ‘competencias’ del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. Existe diferencia significativa ( $p=0,040<0,05$ ) de la dimensión ‘autodeterminación’ del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018, siendo mayor en el personal nombrado. No existe diferencias de la dimensión ‘impacto’ del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018. No existe diferencias de la dimensión de ‘seguridad’ del Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes

laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación de Amazonas, 2018.

Debido a que nuestra investigación no es del tipo comparativo, es decir que no tenemos un grupo de control, no podemos discutir lo que afirma la presente referencia, lo que si podemos afirmar es que el empowerment influye de manera positiva en la satisfacción de nuestros clientes internos.

- f) En la investigación titulada: “EMPOWERMENT Y SU INCIDENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SANTA ANA DE TUSI, PASCO – 2017” realizada en la Universidad Daniel Alcides Carrión, Pasco – Perú, por Eloísa Alicia Meza Janampa en el año 2018, para optar el Título Profesional de: Licenciado en Administración; en la que llegó a la siguiente conclusión:

De todo lo concluido llegamos a determinar que Existe un bajo nivel de aplicación del empowerment en la mejora de la gestión del talento humano del personal administrativo en la Municipalidad Distrital de Santa Ana de Tusi

Los resultados de nuestra investigación demuestran la efectividad con la que se aplica el empoderamiento a los empleados en la empresa Grupo Alaska Tingo María S.A.C.

## VI CONCLUSIONES

1. De manera general, podemos afirmar que se ha logrado corroborar la hipótesis general planteada a inicio de esta investigación es decir se comprobó que: El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021. Esta afirmación no solo se basa en la prueba de hipótesis, sino en los resultados y la cifras que podemos observar en los cuadros y gráficos N° 1,2,3,4,5,6 y 7 que demuestran la efectiva aplicación del empowerment y en los cuadros y gráficos N° 8,9,10,11 y 12 , donde se demuestra la satisfacción de los clientes internos de esta empresa.
2. Se concluye que la delegación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno, esto se corrobora a través de la prueba de Chi – cuadrado de Pearson cuyos valores son menores al valor crítico 0.05, es decir que la delegación de tareas, responsabilidades y autoridad influyen de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C.
3. Se concluye que la comunicación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno, esto se corrobora a través de la prueba de Chi – cuadrado de Pearson cuyos valores son menores al valor crítico 0.05, es decir que la adecuada comunicación tanto vertical como horizontal, influyen de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C.

4. Se concluye que los esfuerzos en cuanto a formación influyen de manera positiva en la satisfacción del cliente interno, esto se corrobora a través de la prueba de Chi – cuadrado de Pearson cuyos valores son menores al valor crítico 0.05, es decir que un adecuado plan de formación para el desarrollo de habilidades duras y habilidades blandas, influyen de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C.

## ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### **Recomendaciones:**

1. Desarrollar un clima o ambiente laboral que resulte satisfactorio y relevante, que refleje valores, para desarrollar conocimientos y habilidades, que puedan generar en nuestros colaboradores un sentimiento competitivo y ganas de asumir cada vez mayores responsabilidades.
2. Crear equipos de trabajo auto gestionados donde lo que más importa sean cada uno de los integrantes y las decisiones que tomen en grupo de forma unánime.
3. Implementar medios tecnológicos de la información con correos corporativos, intranet y grupos de trabajo en redes sociales para lograr una comunicación continua y despliegue de información entre jefes y empleados.
4. Elaborar un plan anual de capacitaciones para la formación técnica y humana de todos nuestros colaboradores, así como técnicas de dirección y supervisión para los puestos de dirección.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Brown, C., Michael R. (1997). *Work and pay: in the United States and Japan*. New York, USA: Oxford University Press.

Cajamarca, J. (2016). *El empoderamiento y la productividad laboral de los miembros del sindicato de mecánicos del Cantón Salcedo* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Comunicación. (2015). En *Significados.com*. Recuperado de <https://www.significados.com/Comunicación>.

Confianza. (2010). En *Definicionabc.com*. Recuperado de <https://www.Definicionabc.com/Confianza>.

Cliente interno. (2010). En *Definicionabc.com*. Recuperado de <https://www.Definicionabc.com/Cliente interno>.

Desarrollo profesional. (2015). En *Significados.com*. Recuperado de <https://www.significados.com/Desarrollo profesional>.

Delegar. (2015). En *Significados.com*. Recuperado de <https://www.significados.com/Delegar>.

Empowerment. (2015). En *Significados.com*. Recuperado de <https://www.significados.com/Empowerment>.

Empoderar. (2015). En *Significados.com*. Recuperado de <https://www.significados.com/Empoderar>.

Estabilidad laboral. (2010). En Definicionabc.com. Recuperado de <https://www.Definicionabc.com> / Estabilidad laboral.

Formación. (2010). En Definicionabc.com. Recuperado de <https://www.Definicionabc.com> / Formación.

Fisher, L., Navarro, V. (Ed.). (1994). *Introducción a la investigación de mercado*. Mexico D.F. México: McGraw-Hill Interamericana (Kotler, 1997)

Koontz H., Weihrich H.(1998). *Administración: Una perspectiva Global*. México: Mc Graw Hill.

Kotler, P. y Armstrong, G. (Ed.). (2003). *Fundamentos de Marketing*. México D.F., México: PEARSON.

Kotler, P. (Ed.). (1997). *El Marketing según Kotler: Como crear, Ganar y Dominar los Mercados*. Barcelona, España: Paidós Iberica S.A.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2015). *Marketing de servicios: personal, tecnología y servicios*. (7ma ed.) México: Pearson Educación de México S.A.

López, L. (2015). *Empoderamiento y satisfacción laboral* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Milgrom, P., Roberts, J. (1993). *Economía, organización y gestión de la empresa*. Barcelona, España: Ariel.

Meza, E. (2018). *Empowerment y su incidencia en la Administración de Recursos Humanos en la Municipalidad Distrital de Santa Ana de Tusi, Pasco – 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Perú

Parsons, T. (1986). *"Igualdad y desigualdad en la sociedad moderna, o una revisión de la estratificación social"*. México, Mexico D.F.: Ediciones Universidad Autónoma

Pfeffer, J. (1998): *La Ecuación Humana. La Dirección de Recursos Humanos clave para la excelencia empresarial*. México D.F., México: Eds. Gestión 2000, AEDIPE.

Quispe, A. (2018). *Empowerment de los trabajadores comprendidos en los regímenes laborales D.L. 276 y CAS D.L. 1057 - Dirección Regional de Educación Amazonas, 2018*. (Tesis de maestría). Universidad César vallejo, Perú.

Retribución. (2015). En [Significados.com](https://www.significados.com/). Recuperado de <https://www.significados.com/> Retribución.

Vásquez, J. (1997): *"El marketing interno como herramienta estratégica de gestión en la empresa del futuro"*, XI Congreso Nacional y VII Congreso Hispano Francés de AEDEM, pp. 157-164. Lleida 17 al 20 de junio.

Salazar, J. (2013). *Relación entre la cultura y la satisfacción laboral del personal administrativo del hospital Roosevelt de Guatemala*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Satisfacción. (2015). En [Significados.com](https://www.significados.com/). Recuperado de <https://www.significados.com/> Satisfacción.

Taco, O. (2016). *La satisfacción laboral y su influencia en el empoderamiento del personal en la Coordinación General Administrativa Financiera de la*

*Vicepresidencia de la República del Ecuador* (tesis de pregrado). Universidad Central del Ecuador, Ecuador.

Zumaeta, P. (2017). *Diagnóstico de Satisfacción de los clientes internos de una Empresa de lácteos evaluando la Calidad de Servicio* (tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú

# ANEXO



## Anexo 1: Cuestionario

Agradeciendo de antemano su valiosa participación en esta investigación, que tiene por objetivo conocer la relación entre el empoderamiento con la satisfacción de los clientes internos o empleados de su organización. Aclarándole que sus respuestas son anónimas, para tal efecto sírvase responder a las siguientes afirmaciones, marcando con una X , la respuesta que considera se asemejen más a su opinión. Gracias por su colaboración.

1. Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
2. Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
3. Mis jefes confían en mis decisiones
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
4. Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo

5. Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
6. La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
7. La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de tecnologías e informática
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
8. Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
9. La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Neutral
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo

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

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

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

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

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

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

## Anexo 2

### Análisis de fiabilidad del instrumento

#### Alfa de Cronbach

##### Estadísticas de elemento

Afirmaciones	Media	Desviación estándar	N
1) Tengo autonomía al realizar mis tareas diarias	4,50	,622	32
2) Estoy satisfecho con las responsabilidades que tengo en mi puesto de trabajo	4,19	,821	32
3) Mis jefes confían en mis decisiones	3,75	1,047	32
4) Existe una buena comunicación con mis jefes y superiores	4,69	,471	32
5) Existe una buena comunicación con mis compañeros de trabajo	4,88	,336	32
6) La empresa nos capacita en temas relacionados con el liderazgo, la comunicación, el manejo del estrés y la felicidad	3,81	,738	32
7) La empresa nos capacita en temas relacionados con: Técnicas de ventas, Técnicas de negociación y manejo de Tecnologías	4,13	,609	32
8) Me siento satisfecho con los plazos de renovación de mis contratos	4,25	,916	32
9) La empresa nos permite rotar en distintos puestos del mismo nivel	4,00	,880	32
10) La empresa cuenta con una línea de carrera (ascensos)	4,13	,871	32
11) Creo que mi remuneración está acorde al trabajo que realizo	3,56	,801	32
12) Me siento satisfecho con los beneficios sociales que me brinda la empresa	4,09	,963	32

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,972	,977	12

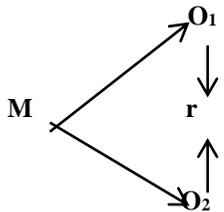
#### Interpretación:

El siguiente análisis de fiabilidad estadística a través del El alfa de Cronbach nos da un resultado de 0,972 la cual es mayor al 0.80 (mínimo aceptable), por lo tanto pasa la prueba de confiabilidad y puede ser aplicado el cuestionario de encuesta.

### ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título: 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.**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>GENERAL:</b> ¿De qué manera el empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>GENERAL:</b> Establecer de qué manera el empowerment influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>GENERAL:</b> El empowerment influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>Empowerment</b> (Variable independiente)	• Delegación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tareas</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Autoridad</li> </ul>
				• Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación interna vertical</li> <li>• Comunicación interna horizontal</li> </ul>
				• Formación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades duras</li> <li>• Habilidades blandas</li> </ul>
<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>PE<sub>1</sub>:</b> ¿Cómo la delegación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>OE<sub>1</sub>:</b> Determinar como la delegación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>ESPECÍFICOS:</b> <b>HE<sub>1</sub>:</b> La delegación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.			
<b>PE<sub>2</sub>:</b> ¿De qué modo la comunicación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>OE<sub>2</sub>:</b> Conocer de qué modo la comunicación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>HE<sub>2</sub>:</b> La comunicación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>Satisfacción del Cliente Interno</b> (variable dependiente)	• Estabilidad laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permanencia</li> </ul>
				• Desarrollo profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción horizontal</li> <li>• Promoción vertical</li> </ul>
				• Retribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retribución salarial</li> <li>• Retribución extra - salarial</li> </ul>
<b>PE<sub>3</sub>:</b> ¿Qué tanto la formación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021?	<b>OE<sub>3</sub>:</b> Establecer que tanto la formación influye en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.	<b>HE<sub>3</sub>:</b> La formación influye de manera positiva en la satisfacción del cliente interno de la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C. Distrito de Rupa Rupa – Leoncio Prado – Huánuco, 2021.			

TIPO /NIVEL DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO/MÉTODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<b>Tipo de investigación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuantitativa</li> </ul>	<b>Población:</b> La población del presente trabajo de investigación es de 32 personas, que laboran en la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C.	<b>Diseño:</b> En la presente investigación se va a aplicar un diseño descriptivo- correlacional	<b>Técnica:</b> Encuesta
<b>Nivel de investigación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descriptiva</li> </ul>	<b>Muestra:</b> La muestra del presente proyecto de investigación es 32 personas que laboran en la empresa: Grupo Alaska Tingo María S.A.C.	<b>Método.</b>  <p>El diagrama muestra una muestra 'M' a la izquierda. Dos flechas divergen desde 'M': una hacia arriba y a la derecha hacia 'O1', y otra hacia abajo y a la derecha hacia 'O2'. Entre 'O1' y 'O2' hay una línea vertical con una flecha hacia abajo desde 'O1' y una flecha hacia arriba desde 'O2', con la letra 'r' en el centro, representando la correlación entre las dos observaciones.</p>	<b>Instrumento:</b> Cuestionario de encuesta

## **ANEXO 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**Huánuco, 10 de Marzo 2021**

**CARTA N°001-2021-HYMP**

**Señor: Edgard Pelaez del Aguila**

**Representante de la empresa Grupo Alaska Tingo Maria S.A.C.**

### **Presente**

**Asunto: Permiso para aplicación de encuestas**

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole mi cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que mi persona, estudiante de la Carrera Profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Sede Huánuco , me encuentro realizando una investigación de grado , con la finalidad de optar el Título profesional de Licenciado en Administración. La investigación que mi persona está realizando lleva por título:

**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.**

Los resultados de la investigación realizada serán un aporte a su gestión y también serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios.

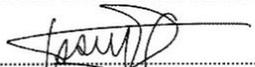
Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas.

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de su organización y de la sociedad en general, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



GRUPO ALASKA S.A.C

  
GERENTE GENERAL  
*Edgard pelaez del Aguila*

---

Helen Yoshina Mejía Pardo