



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Networking y engagement de los colaboradores en Aventura Gym S.A.C.,  
San Martín de Porres 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Br. López Delgado Yuli Anali (ORCID: 0000-0002-8000-5834)

**ASESOR:**

Dr. Vásquez Espinoza Juan Manuel (ORCID: 0000-0002 -1678-1361)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LIMA – PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

Doy las gracias ante Dios por darme la vida cuidarme protegerme guiarme paso en todo momento de mi vida.

Así mismo agradecer infinitamente por el apoyo incondicional de mis padres, por el apoyo que me brindaron pese a la distancia y por hacerme sentir que siempre están conmigo.

A mis Hermanos Kevin y Yessica por apoyarme ayudarme económicamente y en especial al amor de mi vida Elver Ramírez Ayala por su apoyo para ser una mejor persona y mostrando responsabilidad.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a mis padres que sin ellos esto no hubiera sido posible a mis hermanos Kevin y Yessica y a Dios padre todo poderoso por darme la sabiduría para ser una profesional cada día.

Así mismo a mi asesor DR. Juan Manuel Vásquez Espinoza por su dedicación y entrega y por aclarar mis dudas para realizar la elaboración de presente investigación.

## **PÁGINA DEL JURADO**


## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo López Delgado Yuli Anali con DNI N. ° 71707952, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, facultad de ciencias empresariales escuela de administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 9 diciembre de 2019.



---

Yuli Anali López Delgado

# Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO</b>	<b>11</b>
2.1. Tipo y Diseño de investigación	11
2.2. Operacionalización de variables	12
2.3. Población, muestra y muestreo	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	16
2.5. Procedimientos	18
2.6. Método de análisis de datos	18
2.7. Aspectos éticos	18
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>19</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>26</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>31</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>32</b>
<b>VII. REFERENCIAS</b>	<b>33</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>38</b>

## RESUMEN

El objetivo de esta tesis ha sido determinar la relación entre el networking y engagement de los colaboradores de la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres. Para el desarrollo de la variable networking se ha utilizado la teoría del autor Ruiz (2017) La creación de nuevos contactos con el fin de gestionar una red que se puedan compartir distintas maneras de información, recursos y a través de ella nos permita obtener una data en la cual los beneficios se otorgaran de acuerdo a la perspectiva en razón idiomática teniendo en cuenta las actividades de principio a fin, como herramienta fundamental para la procreación de modo que facilitar hacer contactos y transmitir información importante de tal que los colaboradores a través del network de una interconexión más eficiente en beneficio de todos. Y para la variable engagement se ha trabajado con la teoría de los autores Araujo y Brunet (2012) Una empresa el expresarse bien de su organización genera una imagen positiva hacia ella por lo cual el compromiso de los colaboradores es una de las formas más esenciales que puede existir en el campo laboral como factores importantes para que una empresa pueda generar cambios entre los colaboradores, que más que compromiso es sentirse orgulloso de sí mismo mucho mejor trabajar al mismo tiempo brindar todo su empeño y fidelización que proporciona a la organización. El tipo de investigación ha sido aplicada, el nivel descriptivo – correlacional; el diseño de investigación, no experimental de corte transversal y el enfoque, cuantitativo; la población estuvo conformada 49 colaboradores de la empresa, el instrumento utilizado ha sido la escala de Likert. Los resultados logrados luego de ser procesados en el programa SPSS 24, fueron que el networking se relaciona con el engagement de los colaboradores. En conclusión, se ha determinado que existe relación entre el networking y engagement de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**Palabras clave:** Networking, Engagement, Creación de contactos.

## ABSTRACT

The objective of this thesis has been to determine the relationship between networking and engagement of the employees of the companyventure gym S.A.C., San Martin de Porres. For the development of the networking variable the author's theory has been used Ruiz (2017) The creation of new contacts in order to manage a network that can share different ways of information, resources and through it allow us to obtain a data in which the benefits will be granted according to the perspective in idiomatic reason taking into account the activities from beginning to end, as a fundamental tool for procreation so as to facilitate contacts and transmit important information such that the collaborators through the network of a more efficient interconnection for the benefit of all. And for the engagement variable, we worked with the theory of the authors Araujo and Brunet (2012) A company expressing itself well of its organization generates a positive image towards it, so the commitment of the collaborators is one of the most essential forms that It can exist in the labor field as important factors for a company to generate changes among employees, that more than commitment is to feel proud of itself much better to work while providing all their efforts and loyalty that provides the organization. The type of research has been applied, the descriptive level - correlational; research design, non-experimental cross-sectional and quantitative approach; The population was made up of 49 employees of the company, the instrument used has been the Likert scale. The results achieved after being processed in the SPSS 24 program, were that networking is related to employee engagement. In conclusion, it has been determined that there is a relationship between networking and employee engagement in the companyventure gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**Keywords:** Networking, Engagement, Creation of contacts



## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad existen organizaciones según Cárdenas y Rosero (2015) Expresan que existe una baja organización en la empresa olpi Ecuador. Ya que en la actualidad algunas empresa de calzado no cuentan con el Manuel de organización y funciones ya que en los trabajos se ven afectados puesto que los trabajadores desconocen sus funciones u obligaciones, responsabilidades en algunas de las empresas que laboran es por ello que deben conocer al manual como una de sus estrategias para la empresa de utilizar y hacer una referencia que se tomaría una serie de procesos de prácticas que beneficiara y poder combinarse juntamente a cualquier de las acciones que están planificadas en los niveles de marketing.

En el contexto nacional según Asmad, Figueroa, Ramírez y Ramón (2014) La empresa Housemart Perú no se emplea el plan de recursos humanos, esto se debe por la mala organización en la entidad, el encargado de HR IN, Ricardo Martínez del diario gestión menciona que en el Perú ya que en la actualidad existen muchas empresas chicas y medianas (pymes), pero sin embargo no apuestan por una mejor organización y gestión de recursos humanos ya que esto lo meditan un gasto y no como un buen cambio o inversión.

A nivel local la problemática que viene afectando a la empresa aventura gym S.A.C., ubicada en el distrito San Martín de Porres, es la falta de organización que no exceden a una buena gestión para que la empresa brinde un mejor servicio a los clientes. Por la cual se busca establecer un compromiso a los colaboradores y necesariamente aplicar el engagement en toda la organización con la finalidad de mejorar el desempeño de cada colaborador.

Kuwabara, Hildebrand y Zou (2018) El objetivo de este artículo fue compilar cada una de las afirmaciones y actitudes definidas del comando que rompen la motivación de las personas para formar contactos. Como resultado, cada creencia mueve las actitudes de las personas hacia los beneficios y la integridad de las redes, con efectos por su intervención en otras convenciones de redes o en la búsqueda de nuevos intereses o el mantenimiento de los vínculos existentes y el apalancamiento de la sociedad.

Zhang y Xiang (2019) El objetivo de este artículo es analizar la relación de los ingresos de salud e inspeccionar el papel del período de las magníficas redes sociales. Como resultado de este proceso, se dio cuenta de que las personas con ingresos más bajos retrasan pasar más tiempo en relación con las personas que tienen otros ingresos más altos, los ingresos se asocian efectivamente con la aptitud de la vida y se socializan con la salud.

Uts y Breuer (2019) El objetivo de este artículo fue explorar si las discrepancias en ciertas redes como parte de los comportamientos de construcción y mantenimiento y uso de contactos internos y externos para su selección. Como resultado, se descubrió que las personas con puntajes máximos en redes externas, pero no en redes internas dentro del contexto, también tienen más probabilidades de usar enlaces en LinkedIn, precisamente en una forma de medir los efectos directos de las creaciones de redes en información beneficiosa que no fue mediada por el uso de redes sociales y la estructura de la red.

Zhou (2019) El objetivo de este artículo fue examinar los elementos que influyen en las redes de las personas mayores chinas en la ciudad y apoyar a las personas que guían la tecnología. Como resultados empíricos, descubren que la coincidencia técnica y las mejoras de referencia como factores expertos y la autoeficacia de Internet como un elemento cognitivo personal primordial que promueve el uso de SRS para los ancianos, además de la complejidad técnica o factor y la angustia. en Internet como un factor que dificulta el uso de la red en los ancianos. Sin embargo, el apoyo proporcionado ayudará a los efectos negativos, las diferencias de género y el estado de salud son cognitivos.

Mayor y García y Rebollo (2019) El objetivo de este artículo es analizar cada factor predictivo en la competitividad digital de las redes sociales. Los resultados de este estudio coinciden con las consultas realizadas de antemano y aprueban cumplidos válidos y al mismo tiempo honorables para diseñar los programas de capacitación cuando se utilizan las redes sociales como medio pedagógico y educativo.

Tong y Coiera y Laranjo (2018) El objetivo fue percibir las perspectivas de los usuarios en relación a una interposición de redes para originar la actividad física. Los resultados se descubrieron que existen tres tipos de factores que surgen de los datos que influyen en el compromiso de las personas con los niveles de intervención como actividad física, social y tecnológica individual según los niveles, los participantes mencionan que los objetivos o el autocontrol como retroalimentación fueron interesantes para todos En otros casos, los

niveles de automatización se consideran facilidades tecnológicas, mientras se observa que la tecnología reduce la participación de las personas

Luc y Stamp y Antonoff (2018) El objetivo era brindar apoyo al crecimiento de las mujeres en el campo de las redes sociales para generar atención médica. Los resultados especifican que las redes sociales funcionan como una excelente herramienta para verificar el establecimiento de redes, así como la tutoría para cirujanos especialmente para mujeres en cirugía que pueden necesitar exposición a mentores del mismo sexo de la misma institución, las redes sociales son una estrategia para recopilar contactos y a través de él puede expandir una red y así llegar a un acuerdo simbólico para verificar los estudios longitudinales circundantes.

Brandford y Liu y Shi Weitz y Xu (2019) El objetivo de esta investigación fue refinar las proporciones de cuatro componentes y desarrollar la investigación y calcular las propiedades, incluida su validez ensamblada y discriminante como resultados, contribuyendo a la investigación progresiva que se asemeja a las características y habilidades como una predisposición que coordinan con un vendedor Sin embargo, los recursos íntimos en esta investigación están predispuestos según las habilidades para sofisticar cada vez más cerca de las ventas y contribuir a que los clientes se relacionen mejor.

Rho y Lee (2018) El objetivo de este artículo fue examinar como el género influye en los movimientos de las redes de altos directivos y cuáles son los factores situacionales que mejoran los efectos de género. Los resultados comprobaron que son sólidos al intentar ver los efectos de interacción del entorno empresarial de tales modos que las actividades de redes resulten en un tiempo donde la red es más fuerte y que los efectos no sean complejos para las mujeres en este ámbito las pruebas son contundentes en el campo organizacional.

Naeem (2019) El objetivo fue descubrir qué escenario de redes sociales es más ventajoso para el cambio de informaciones y servicios para la organización y el bienestar de los clientes. Los resultados de este artículo demuestran que las redes y de los sitios web son rentables para provocar el desplazamiento de contestación conciencia, seguridad flexibilidad y empatía, de modo que las personas encuestadas revelan serias inquietudes con proporción a la privacidad de la investigación, además se ha hallado que las paginas oficiales y distribuciones y proveedores de servicios con uso de más frecuencia para intercambiar información y comentarios entre amigos y público en general.

Singh (2019) El objetivo de la presente investigación intervenir en los rasgos de temperamento de conciencia y de persistencia emocional y de reflexión. Los resultados del presente artículo es sugerir que las extensiones del temperamento de conciencia y de la duración emocional de extraversión anuncian que en la organización para que las redes sociales importan y predicen intencionalmente de rotación y también se luchan por las implicancias de limitaciones futuras en dirección de investigación.

Ridout y Campbell (2018) El objetivo de este artículo fue identificar constantemente la seguridad utilizable con respecto al utilizar mediaciones en SNS para atestiguar la energía espiritual de los jóvenes de hasta 25 años para estimar la situación. Los resultados que fueron evaluados se observó que hubo mejoras significantes en cuanto a los conocimientos de la salud mental otros casos de síntomas que no hubo mejoría y aceptar como un componente de dicho modo esto generaría desequilibrio emocional para las personas por las aplicaciones móviles.

Garcia, Marcias, Diaz, Cheverria. (2019) El objetivo de este artículo ara esta investigación fue describir el engagement laboral del personal del dispensario de dicho hospital público del segundo nivel con dichos especialistas. Sin embargo, los resultados fue otorgar a un total de 236 elementos de enfermería de la unidad hospitalaria con un aproximado de seis meses de antigüedad laboral, la distinguida variable de dicho estudio se puede medir con el instrumento llamado UWES, para completar las fichas con las características de los profesionales de enfermería.

Johnson Machowski Holdsworth Kern Zapf (2017) El objetivo de este artículo fue con base en la teoría de la selectividad socioemocional y los hallazgos del desarrollo de la vida útil, este estudio se enfoca en la brecha de investigación en el sector de servicios con respecto a la edad, el trabajo entusiasta y los resultados positivos y negativos asociados. Resultados No encontramos evidencia de que los trabajadores de más edad sean peores que los trabajadores más jóvenes, ya que los trabajadores de más edad utilizan estrategias positivas de regulación emocional, están más comprometidos y menos agotados.

Lozano Reyes (2017) El objetivo de este artículo fue comprender la autoeficacia general y el compromiso laboral de los profesores del esquema de Psicología de una universidad en el área metropolitana de Lima. Resultados Otro hallazgo fue que están comprometidos con su trabajo de enseñanza, y esto se basa en su interacción con sus estudiantes, ya que investigan más y están al día con las prácticas actuales en su campo.

Orgambidez Pérez Borrego (2015) El objetivo de este artículo fue examinar las relaciones entre estrés y el rol del engagement de convenio a la satisfacción laboral con un patrón de demandas de los recursos de labor. Dichos resultados de este artículo fue que demostraron que el problema de rol y el desconocimiento del rol junto al engagement fueron reveladores de satisfacción laboral, sin embargo, el estrés de rol como solicitud favorecedora y explicar con mucho impacto directamente de la satisfacción que a traviesa del engagement y proponer pendientes investigaciones.

Contreras (2015) El objetivo de este artículo fue iniciar actividades para conocer el entorno organizacional del lugar de trabajo de acuerdo con el nuevo régimen. Consecuencias El nivel promedio general de participación fue alto con un puntaje de 5 en el 50,8% de la población. El 23% tenía un estado completo de compromiso (muy alto). El puntaje de la subescala de dedicación fue de 5,32 puntos, continuo de vigor con 4,8 y últimamente absorción con 4,62. Según el contorno del trabajo, los trabajadores con movimientos técnicos y operantes descubrieron un mayor nivel de compromiso que aquellos con capacidades de comando.

Navarro y López y Climent (2018) El objetivo de este artículo fue analizar los niveles de compromiso, resiliencia y empatía, y la relación entre ellos, en una muestra de auxiliares de enfermería que desempeñan su trabajo en diferentes centros exclusivos. Los resultados Hay una relación en cada uno de los componentes cognitivos y emociones de compromiso que al mismo tiempo puede con las condiciones de trabajo y el tipo de jornada y turno de trabajo.

Sanclemente y Elboj y Iñiguez (2017) El objetivo de este artículo fue comprobar el nivel de compromiso y qué relación existe con seis áreas de enfermería. Los resultados de los socios fueron mujeres, con una pareja firme y niños, con una edad media de 44,98 el 35.4% muestra altos niveles de compromiso, altos niveles de atrevimiento, discrepancia, energía. El período civil, el ambiente de trabajo del cónyuge y el sufrimiento de molestias crónicas corresponde a los niveles de efectividad; Las actividades de ocio están relacionadas con energía y la participación. La estimación del ambiente de trabajo está relacionada con las tres áreas de compromiso la edad, el tiempo en el elemento de responsabilidad, en los tiempos como asistente y el tiempo en un sitio de direcciones que corresponde a la importancia.

Villafañe (2017) El objetivo de este artículo era verificar empíricamente no solo el número de presuntos trabajadores sino también las personas involucradas, ya que pueden lograr el progreso de la organización. Como resultado, la investigación sobre la misión de gestión del talento siempre se considera períodos con un mayor porcentaje de empleados de la compañía

que están satisfechos con su trabajo porque la proporción de su clima interno puede aumentar en un 80%.

Araujo y Esteves (2016) El objetivo de este artículo fue especificar el perfil de un grupo de docentes en el área de salud de una institución que brinda educación. Por supuesto, los resultados mostraron que los maestros revelan que tienen excelentes niveles en términos de su excelente dedicación por parte de ellos.

Salas y Alegre (2017) El objetivo de este artículo fue considerar la derivación a cada una de las variables como edad, género y en el sector laboral y seguridad con la dedicación de cada uno de los trabajadores en un contexto intensivamente de sabiduría. Como resultado de este artículo que se ayudaría a una clasificación a cada de una contradicción halladas en la investigación previamente, a las evidencias que presentan y no afecta en el campo laboral y el compromiso que tienen, además el género del nivel laboral y de seguridad laboral son inconstantes que si afecta al compromiso de sus labores.

Molines y Fall (2016) El objetivo de este artículo es formular una guía que sostiene que la justicia de una organización observe y juegue el rol de expediente del empleo que beneficiará la responsabilidad y que a su vez va indicar las conductas de los ciudadanos. Los resultados d la presente investigación es proveniente de una muestra de 718 de elementos de la policía indican que la generosidad de los policías es dimensionalmente y explica mejor los bienes de la justicia organizacional que son percibidos por ellos.

Graciela y David (2017) El objetivo de este artículo fue analizar el perfil axiológico de los trabajadores con cada nivel de responsabilidad laboral que informa dicho sector. Como resultados muestran sociedades de ambos instrumentos lo que indica que la categoría de recuperar los valores propios y de la organización de modo de una incentivación y total dedicación a sus labores y en pro de construcciones de una organización saludables.

Morejón y Alvarado (2018) El objetivo de la titulación fue presentar el networking como herramienta para potenciar las pymes comerciales. El método de investigar fue de enfoque cuantitativo, de tipo documental descriptivo. Con una población de 192 pymes comerciales, se concluyó que la población de estudio indico el desconocimiento existente sobre el networking, la implementación y ventajas que posee, además de que los gerentes o jefes

inmediatos de pymes comerciales de la parroquia Rocafuerte no se hace uso de los métodos limitante su crecimiento en el mercado.

Salcedo (2017) El objetivo fue describir la relación entre las experiencias organizacionales saludables y el engagement en siete trabajadores pertenecientes a un colegio de la ciudad de Cali. El tipo de investigación es cualitativo. Se concluye que, si bien el engagement es de carácter intrínseco y depende en gran medida de aspectos propios del individuo, y que este puede ser reforzado y direccionado a través de las prácticas organizacionales que se implementan a l interior de una empresa.

Mosquera (2016) El objetivo fue promover las relaciones productivas universales a través de un proyecto de coworking y networking, nuevas tendencias globales de trabajo y negociación. El tipo de investigación fue cualitativo-cuantitativo de tipo descriptivo y proyectivo. La población fue 2000 artesanos aproximadamente, se concluyó con la escasa participación en el comercio internacional son el poco uso de las tecnologías y la insuficiente de entrenamiento y formación en temas específicos, la propuesta se inclinó hacia un guía de creación mutua que implican el uso coworking y el trabajo en redes o networking

Borrego (2016) El objetivo fue generar examinar la relación entre las diferentes variables como eje principal el engagement en el trabajo. El tipo de investigación descriptivo con una población conformada por 432 trabajadores españoles de empresas y distribuciones empresariales en el sur de España. Se concluyó que los resultados de satisfacción profesional laboral de tal manera que hay una satisfacción en cada colaborador de dicha organización.

Jácome (2016) El objetivo fue fundar maniobras efectivas que permitan poder posicionar al network marketing como una nueva función en las distintas instituciones superiores de Guayaquil, el tipo de investigación descriptivo, se concluye que se obtuvo que existe la necesidad de capacitarse, de modo que las personas desconocen el real funcionamiento del tema. Y en ese caso se propone surgir que aplique una materia de estudio de la carrera de marketing o poder capacitarlo a los estudiantes para posicionar como nueva profesión

Naves (2018) El objetivo fue decretar la proporción que existe entre sus dos variables de esta empresa con los clientes. El método investigativo era experimental transversal correlacional se concluyó de esta investigación la relación que existió entre sus dos variables así mismo con el fin de emplear una mejor producción atención y exista una satisfacción de los clientes de tal manera que logre un crecimiento y buena rentabilidad.

Alayo y García (2018) El objetivo de esta tesis fue especificar el grado de engagement, sus principales. El método de investigación fue mixta cuantitativa como cualitativa. La población fue trabajadores de cuatro locales de 18 a 30 años de edad. Se concluyó de esta investigación el grado de engagement que tienen los empleados frente a los trabajadores es por ello que los clientes se sienten comprometidos al trabajo en el área que se dedican.

Quispe (2017) El objetivo fue comprobar la relación de cada una de sus variables y que existe mediante sus trabajadores, la metodología fue descriptivo correlacional, Se concluyó que existe correlación positiva de motivación y el engagement laboral de dicha empresa consultora es por ello que el personal que trabaja en dicha empresa presentan una motivación excelente de modo que brindan un trabajo digno mostrando su capacitación frente a cada trabajo otorgado.

Vilches (2017) El objetivo fue proponer un diseño y arquitectura de red y un portafolio de servicios para la der nacional de investigación y educación con calidad especificando los requerimientos técnicos y el presupuesto requerido para la implementación de las universidades y centro de gestión- el método de investigación fue de tipo descriptiva. Se concluyó que se logró establecer los requerimientos y el presupuesto para el desarrollo de los servicios del portafolio donde se validó el uso de servicios, gestión de proyectos, conferencia.

Talledo (2016) El objetivo que existió fue hacer una determinación de cada variable con el fin de establecer y verificar si se presenta que las personas muestran satisfacción. El método de investigación descriptivo correlacional no experimental, de corte transversal, se concluyó con una buena relación de calidad presentada por todo por el personal enfocados en cada cliente que obtiene el servicio brindado.

Ruiz (2017) Networking es crear nuestra propia red de contactos además empleando el branding y dirigir a una marca o producto que beneficiara al entorno de la empresa por el cual el networking permite habilitar el desarrollo de habilidades estratégicamente para crear una red de contactos. permite desarrollo de habilidades que enfoque a estrategia y a la vez expandir contactos y surge desde nosotros mismo como eje principal que permite para proyectarnos a futuro sin las necesidades que ofrecen otras organizaciones de modo que nosotros tengamos en cuenta los procesos y la capacidad de afrontar los obstáculos de cualquier forma. Según Araujo y Brunet (2012) El engagement en una empresa el expresarse bien de su organización genera una imagen positiva hacia ella por lo cual el compromiso de



los colaboradores es una de las formas más esenciales que puede existir en el campo laboral como factores importantes para que una empresa pueda generar cambios entre los colaboradores, que más que compromiso es sentirse orgulloso de sí mismo mucho mejor trabajar al mismo tiempo brindar todo su empeño y fidelización que proporciona a la organización.

Problema General: ¿Cuál es la relación que hay entre networking y engagement de los colaboradores en aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019? problemas específicos ¿Cuál es la relación que existe entre networking y área estratégica de los colaboradores en aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019? ¿Cuál es la relación que existe entre networking y estructura de los colaboradores en aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019?, ¿Cuál es la relación que existe entre networking y sistema de gestión de los colaboradores en aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019?

Justificación teórica esta investigación se analizará las teorías para comprender el impacto de las variables networking y engagement de los colaboradores. Los resultados que se puedan obtener aportaran ideas, conocimientos a la línea de investigación marketing por el cual se contara con diversas opiniones que se puedan utilizar para el sustento de investigación de la empresa aventura gym. Justificación practica los resultados de esta investigación de networking y engagement se pondrán en consideración con el administrador de Aventura gym en San Martin de Porres así mismo creando una red de contactos que traerá un beneficio a la organización de tal manera que los colaboradores se comprometan y tomar decisiones a fin de mejorar la gestión y los factores que intervienen, creando una visión amplia sobre el crecimiento y productividad y además satisfacción de los clientes por parte del engagement de los colaboradores de dicha forma tener esa fortaleza de crecer cada día más. En la justificación metodológica para lograr el cumplimiento de los objetivos de dicha investigación se elaboró las siguientes variables 01 el networking en su relación con la variable 02 engagement de los colaboradores. Por el cual fueron formulados y antes de su aplicación filtrados por expertos.

Hipótesis General: Existe relación significativa entre networking y el engagement de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019. Hipótesis Especificas existe relación entre networking y el área estratégica de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019; existe relación entre networking y estructura de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres

2019; existe relación entre networking y sistema de gestión de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porras 2019.

Objetivo General: Determinar la relación que hay entre networking y engagement de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C, San Martin de Porras 2019. Objetivos específicos; determinar la relación que hay entre networking y área estratégica de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porras 2019; determinar la relación que hay entre networking y estructura de los colaboradores de la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porras 2019; determinar la relación que hay entre networking y sistema de gestión de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porras 2019.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación**

#### **2.1.1 Enfoque**

Dicho enfoque es cuantitativo de tal manera que la investigación fue introducir las preguntas encuestas ejecutadas a una base de datos para ser procesada por intermedio del programa estadístico SPSS versión 24.

Hernández y Fernández y Baptista (2014) Un análisis cuantitativo es un conjunto de procesos con una secuencia probatorio con varias etapas que continua al siguiente paso, midiendo las variables y analizando las mediciones obtenidas utilizando los métodos estadísticos de tal manera que llegemos a obtener los resultados.

#### **2.1.2 Niveles de investigación**

La actual investigación será descriptivo correlacional porque se busca detallar características y que aquellas variables que se está estudiando y correlacional porque se analizará la relación que existe entre networking y engagement de los colaboradores en dicho estudio.

Fidias (2012) Esta investigación descriptiva busca únicamente analizar las características o situaciones o como acontecimientos de un fenómeno con el fin de comprobar los resultados que presenta la estructura además de realizar con mucha frecuencia las encuestas brindadas a un determinado grupo.

#### **2.1.3 Diseño metodológico**

Sera presentado no experimental transversal de modo que las variables no han alterado, es transversal ya que se recolectaran datos a través de encuestas en su debido momento en un tiempo específico con una determinada población con la finalidad de detallar sus variables.

Toro y Parra (2006) Investigación no experimental por el cual se realizará sin manipulación de las variables, de tal manera que no existe ninguna variación intencional de la variable independiente.

Díaz (2006) Los diseños transversales como diseño de especialización en recolectar información datos en un posible tiempo estructurado, con el fin de describir las posibles interrelaciones que existen entre variables.

### **2.1.4 Tipo de Investigación**

Este trabajo de investigación realizado es de tipo aplicada de modo que se estudiara las posibilidades de emplear las nuevas teorías para la solución de dichos problemas.

Vargas (2009) La investigación aplicada se caracteriza ya que interviene y aplica los conocimientos que adquiere, es por ello que se basa directamente en investigar el desarrollo de los conocimientos y los resultados que se tiene de una manera rigurosa, organizada y sistemática por conocer la situación.

### **2.1.5 Método de investigación**

Método hipotético deductivo que relata a la formulación de hipótesis para rechazar o aceptar y dar solución a los problemas.

## **2.2 Variables de Operacionalización**

### **2.2.1 Variable 1 Networking**

Ribes (2011) Define al networking como las redes de contactos que son procesos, mas no instituciones, la red de contactos son redes vivas que se pueden hacer una modificación extensa en el transcurso de los años y se vive gratitudes a la actitud sobre ello. Los materiales del networking son herramientas necesarias para ayudar a los demás y como un mismo motor la actitud de las personas que se necesita tanto para cuando se está enfocado en las personas o compañeros de trabajo que ya se relacionan años y de esta manera ir superando a cualquier otro que no será suficiente.

#### **Dimensión 1: networking y creación**

Ruiz (2017) La creación de nuevos contactos con el fin de gestionar una red que se puedan compartir distintas maneras de información, recursos y a través de ella nos permita obtener una data en la cual los beneficios se otorgaran de acuerdo a la perspectiva en razón idiomática teniendo en cuenta las actividades de principio a fin, como herramienta fundamental para la procreación de modo que facilitar hacer contactos y transmitir información importante de tal que los colaboradores a través del network de una interconexión más eficiente en beneficio de todos.

## **Dimensión 2: marca personal**

Ruíz (2017) Permite una proyección de requerimiento para las personas de modo que en el mundo actual, profesional y emprendedor optan, por una mejor calidad de marca no obstante muchos personajes destacados han dejado un legado muy alto en nuestra vida. De acuerdo a ello se puede verificar que la marca es la identificación de una empresa y es una de las buenas estrategias para integrar y proyectar una marca de un producto. Además, de tener el objetivo que la persona pueda argumentar muy buena comunicación en sí mismo empleando recursos diferentes para resaltar en diferencia de las demás personas competidoras.

## **Dimensión 3: gestión de contactos**

Ruiz (2017) Gestión es uno de los recursos que está definido en corto y largo plazo es muy importante concebirlo como parte primordial de una estrategia, ya que son a una conexión efectiva y eficiente de acuerdo a las actividades que se transforma en nuestros hábitos, sin embargo, para una empresa obtener contactos a su alrededor es generar una muy buena organización, lo cual se emplea un proceso y un compromiso por parte de los colaboradores empleando en el estilo de vida del día a día.

Indicadores: Diplomacia corporativa, economía colaborativa, selfiworking, claridad, corto plazo, mediano y largo plazo.

### **Variable 2.2.2: Engagement en los colaboradores**

La definición de esta variable engagement es reubicado al español que logra alcanzar o comprender como el compromiso, dedicación, entusiasmo, entre muchos más, sin embargo, de acuerdo a los estudios ya desarrollados en el área organizacional se concluye que la traducción de este término es muy compleja.

Schaufeli, et al, (2003) el engagement es un estado afirmativo, placentero y relacionado con el trabajo, representado la dedicación. Más que una cualidad específica y momentáneo, el engagement que refiere a un cambio efectivo cognitivo más persistente e acreditado y que no solo está enfocado en un centro, evento, individuos con una conducta en particular.

## **Dimensión 1: área estratégica**

Araujo y Brunet (2012) Las estrategias están dadas de acuerdo a las principales categorías de acuerdo a ello se proyecta alcanzar los planes, de modo que las estrategias se toman en cuenta como expectativas en un tiempo determinado y lograr que todas las estrategias se

cumplan, como clave para la organización por intermedio de esto se puede generar excelentes e importantes actividades en beneficios para la empresa.

### Dimensión 2: Estructura

Araujo y Brunet (2012) La estructura de puestos forma parte también de la organización, ya que por este medio de esto generalmente la administración hace referencia que los colaboradores mantengan una comunicación interna definida a una relación directa a los colaboradores y esto hace que permita su compromiso de acuerdo a lo establecido, principalmente se basa en la organización la empresa referido a lo personal si existe comunicación o mantener una relación directa de los colaboradores con los clientes como eje principal que mantiene y conseguir mecanismos de desarrollo y satisfacción laboral.

### Dimensión 3: Sistema de gestión

Araujo y Brunet (2012) El sistema de gestión es una actividad que está integrado de acuerdo a cada uno de los recursos que existe dentro de una organización es por ello que los colaboradores en la empresa de dicho modo el trabajador se sienta satisfecho y a la vez capacitado y pueda tener un mejor rendimiento laboral. Estos aspectos son importantes ya que influyen en los colaboradores para aumentar las distinguidas capacidades dentro de su trabajo y marcar la diferencia de otras organizaciones.

Indicadores: Cultura organizativa, Estrategia de recursos humanos, Prevención de riesgos laborales, Comunicación interna, Retribución y compensación, Capacitación

#### 2.2.3 Operacionalización

Tabla 1 variables de operacionalización

VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala ordinal
NETWORKING	Ruiz (2017) refiere que: "Beneficios del networking como herramienta de personal branding o en el caso de productos o empresas, y estar en la capacidad de bosquejar una estrategia para crear tu entorno enfocada desde una perspectiva más armonizada." (p.23).	variable 1 (networking) se mediante las dimensiones creación de entornos, marca personal y gestión de contactos	Networking y creación de entornos	Diplomacia corporativa	1 a 2	TD =TOTAL DESAC UERDO  D= DESAC UERDO
				Economía colaborativa	3 a 4	
			Marca personal	Selfiworking	5	
				Claridad	6 a 7	
			Gestión de contactos	Corto plazo	8	
	Mediano y largo plazo	9 a 10				

ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES	Araujo y Brunet (2012) “El compromiso de los colaboradores suele traer consigo el orgullo de pertenencia la identificación con la empresa el hablar bien de su organización en el exterior lo que genera una imagen positiva hacia ella.”	variable 2 (engagement de los colaboradores) se mediante las dimensiones área estratégica, estructura y sistema de gestión	Área estratégica	Cultura organizativa	11 a 12	I= INDIFERENTE DA= DE ACUERDO TA= TOTAL ACUERDO
			Estructura	Estrategias de recursos humanos	13	
				Prevenición de riesgos laborales	14	
			Sistema de gestión	Comunicación interna	15 a 16	
				Retribución y compensación	17	
Capacitación	18, 19, 20					

## 2.3 Población, muestra y muestreo

### 2.3.1 Población

Hernández y Fernández y Baptista (2014) Es un grupo de temas quienes acuerdan y actúan con series y con especificación de tal manera que en dicha investigación obtiene una población de tal manera que se pretenda generalizar resultados.

La población estuvo conformada por 49 trabajadores pertenecientes a la empresa aventura gym S.A.C., del distrito San Martin de Porres.

### 2.3.2 Muestra

Hernández y Fernández y Baptista (2014) La muestra representa un subgrupo o llamado también una parte de la población, de tal motivo que es ahí donde se obtendrán los datos y definir, limitar en precisión, y además que representa a una población.

El presente proyecto de investigación tiene como muestra en total de la población, por tal motivo se dice que es censal, debido a que se eligió el 100% de la población que viene hacer los 49 colaboradores en aventura gym S.A.C.

## **2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad.**

### **2.4.1 Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos**

Se empleó la técnica para realizar dicha encuesta donde se utilizó de instrumento el cuestionario de 20 preguntas bajo la escala de Likert las cuales estuvieron sujetas a sus variables y dimensiones para así analizar sus opiniones y actitudes en base a la influencia de networking y engagement de los colaboradores.

### **2.4.2 Validez**

Hernández y Fernández y Baptista (2014) Es el diseño de rasgos medidos que comprende un contenido y es conseguida a través de diferentes opiniones de expertos y asegurar que figuren en medida de representación del universo.

Los cuestionarios fueron mostrados a cuatro expertos del área de investigación de la universidad Cesar Vallejo quienes validaron el instrumento.

Tabla N° 2

<b>GRADO</b>	<b>EXPERTO</b>	<b>OPINIÓN</b>
Doctor	Vasquez Espinoza Juan Manuel	Si cumple
Doctor	Carranza Estela Teodoro	Si cumple
Doctor	Aliaga Correa David Fernando	Si cumple
Doctor	Alva Arce Rosel Cesar	Si cumple

### **2.4.3 Confiabilidad**

Silva y Brain (2006) La confiabilidad es un instrumento que mide y es perteneciente a la categoría ya que su concentración es periódica al propio dominado, así como también provoca deducciones similares por el cual existe varios procedimientos de calcular una confiabilidad de los instrumentos de medición.

Mendoza (2018) El alfa de Cronbach consiste en darnos una medida de la estabilidad interna del asiento de datos y que forman escala, y por lo tanto si esta compostura es alta se tiene certeza que la escala de ítems está apuntando a una misma dirección por el mismo de obtener los resultados esperados. El coeficiente alfa de cronbach coge valores entre 0 y 1 para que el instrumento sea



confiable, el valor del alfa debe aproximarse a 1 que se considera valores superiores a 0.70 para tener garantizado la fiabilidad de la escala.

El cuestionario se elaborado con 20 preguntas bajo la escala de Likert para medir la confiabilidad se el coeficiente alfa de cronbach en una prueba piloto obtenidos por 10 trabajadores encuestados los cuales serán registrados en el programa estadístico SPSS 24 para obtener los resultados de las dos variables para la empresa aventura gym S.A.C.

**Tabla 3: Niveles de confiabilidad**

<b>Coefficiente</b>	<b>Relación</b>
De -1 a 0	No es confinable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

**Tabla 4: Confiabilidad del instrumento Networking**

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>				<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
		N	%	Alfa	de N de
Casos	Válido	10	100,0	Cronbach	de elementos
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0		
	Total	10	100,0		
				,728	10

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

Se aplicó a una prueba piloto que está compuesta 10 encuestados, mediante el programa SPSS V24. Donde se observa que el nivel de confiabilidad de la variable Networking es de 0.728 por lo expuesto en el instrumento que utiliza en la variable es moderado nivel de confiabilidad.

**Tabla 5: Confiabilidad del instrumento Engagement**

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>				<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
		N	%	Alfa	de N de
Casos	Válido	10	100,0	Cronbach	N de elementos
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0		
	Total	10	100,0		
				,825	10

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

Se aplicó a una prueba piloto que está compuesta 10 encuestados, mediante el programa SPSS V24. Donde se observa que el nivel de confiabilidad de la variable Egagement es de 0.825 por lo expuesto en el instrumento que utiliza en la variable es fuerte el nivel de confiabilidad.

## **2.5. Procedimientos**

1era etapa: Elaboración de la encuesta (instrumento) que estuvo compuesta por 20 preguntas de acuerdo a las variables.

2da etapa: coordinación con la empresa para hacer el uso del instrumento dentro de sus áreas para solicitar formalmente la autorización para realizar la encuesta.

3ra etapa: Aplicación del instrumento a los colaboradores de la empresa.

## **2.6 Métodos de análisis de datos**

Ya de una vez aplicado el cuestionario de preguntas se sigue a la tabulación en el programa de Excel para luego pasarlo al programa estadístico SPSS.

### **2.6.1. Método descriptivo**

Estadística descriptiva: Contiene las tablas de frecuencia para observar el procedimiento de ambas variables y las dimensiones de estudio de alfa de cronbach para poder determinar la fiabilidad del instrumento aplicado.

### **2.6.2. Método inferencial**

Consiste en la recolección de los datos de la muestra para obtener las ideas concretas de la población y fundamentar la teoría probabilística.

## **2.7 Aspectos éticos**

En el presente proyecto se tendrá en cuenta con total sinceridad y credibilidad de los resultados obtenidos el respeto por la propiedad intelectual de cada uno de los autores por las opiniones políticas religiosas, morales de encargo social política y jurídica como el respeto al secreto de proteger la identificación de los individuos revelando honestidad en colaboración de este estudio.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis Descriptivo:

**Tabla 6: Estadísticos de datos de la variable 1: Networking**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	19	38,8
	Nivel Medio	20	40,8
	Nivel Alto	10	20,4
	Total	49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 40.8% indican un nivel medio con respecto al Networking, el 38.8% indican un nivel bajo con respecto al Networking, el 20.4% indican un nivel alto con respecto al Networking de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 7: Estadísticos de datos de la dimensión Creación de entornos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	19	38,8
	Nivel Medio	20	40,8
	Nivel Alto	10	20,4
	Total	49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 40.8% indican un nivel medio con respecto a creación de entornos, el 38.8% indican un nivel bajo con respecto a creación de entornos, el 20.4% indican un nivel alto con respecto a la creación de entornos de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 8: Estadísticos de datos de la dimensión Marca Personal**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	24	49,0
	Nivel Medio	15	30,6
	Nivel Alto	10	20,4
	Total	49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 49.0% indican un nivel bajo con respecto a la marca personal, el 30.6% indican un nivel medio con respecto a la marca personal, el

20.4% indican un nivel alto con respecto a la a la marca personal de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 9: Estadísticos de datos de la dimensión Gestión de Contactos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	19	38,8
	Nivel Medio	20	40,8
	Nivel Alto	10	20,4
Total		49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 40.8% indican un nivel medio con respecto a la gestión de contactos, el 38.8% indican un nivel bajo con respecto a la gestión de contactos, el 20.4% indican un nivel alto con respecto a la gestión de contactos de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 10: Estadísticos de datos de la Variable 2: Engagement**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	15	30,6
	Nivel Medio	24	49,0
	Nivel Alto	10	20,4
Total		49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 49.0% indican un nivel medio con respecto al engagement, el 30.6% indican un nivel bajo con respecto al engagement, el 20.4% indican un nivel alto con respecto al engagement de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 11: Estadísticos de datos de la dimensión Área Estratégica**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	20	40,8
	Nivel Medio	19	38,8
	Nivel Alto	10	20,4
Total		49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 40.8% indican un nivel bajo con respecto al área estratégica, el 38.8% indican un nivel medio con respecto al área estratégica, el 20.4% indican un nivel alto con respecto al área estratégica de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 12: Estadísticos de datos de la dimensión Estructura**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	19	38,8
	Nivel Medio	20	40,8
	Nivel Alto	10	20,4
Total		49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 40.8% indican un nivel medio con respecto a la estructura, el 38.8% indican un nivel bajo con respecto a la estructura, el 20.4% indican un nivel alto con respecto a la estructura de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 13: Estadísticos de datos de la dimensión Sistema de Gestión**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	19	38,8
	Nivel Medio	20	40,8
	Nivel Alto	10	20,4
Total		49	100,0

**Interpretación:** De las personas encuestadas el 40.8% indican un nivel medio con respecto al sistema de gestión, el 38.8% indican un nivel bajo con respecto al sistema de gestión, el 20.4% indican un nivel alto con respecto al sistema de gestión de los colaboradores de la empresa.

### 3.2. Análisis inferencial

#### Prueba de normalidad

La prueba de normalidad se ejecutó con el propósito de señalar si hay o no hay una repartición normal, de acuerdo a la sucesiva hipótesis.

$H_0$  Los datos tienen repartición normal

$H_1$  Los datos no tienen repartición normal

Condición: Si  $p < 50$ , entonces se utiliza Shapiro Wilk

Regla de decisión

Si  $\alpha < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Si  $\alpha > 0.05$  se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula

**Tabla N°14**

	Shapiro Will		
	Estadístico	Gl	Sig.
NETWORKING	,976	49	,000
ENGAGEMENT	,967	49	,030

La prueba de normalidad para la variable Networking tiene un nivel de significancia (sig = 0.000), resultando menor que p (0.05). Por lo cual se determina que los datos no tienen distribución normal. Del mismo forma para la variable Engagement tiene un nivel de significancia (sig=0.030), resultando menor que p (0.05). Por lo cual se determina que los datos no tienen distribución normal. Por último, para las dos variables se utilizó el Rho Spearman para medir la correlación y así validar las hipótesis, resultando ser estadístico no paramétrico.

### 3.3. Prueba de hipótesis

**Hipótesis General:** Existe relación significativa entre Networking y el Engagement de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**Hg:** Existe relación entre networking y el Engagement de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**H0: No** Existe relación entre networking y el Engagement de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**Tabla 15: Escala de Coeficiente de Correlación**

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández et al., 2010, p.312.

Fuente: Hernández, Fernández, y Bautista (2014)

H0: R=0, V1 no tiene relación con V2

Hg: R>0; V1 tiene relación con V2

### Nivel de significancia

$\alpha$ : ( $0 < \alpha < 1$ ); donde  $\alpha = 0.5$

### Regla de decisión:

$p < \alpha$ : Se rechaza H0  $p > \alpha$ : se acepta H0

### Valor significativo:

Sig.=p

**Tabla 16: Correlación de variables Networking y Engagement de los Colaboradores**

Correlaciones			NETWORKING	ENGAGEMENT
Rho de Spearman	NETWORKING	Coefficiente de correlación	1,000	,719**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	49	49
	ENGAGEMENT	Coefficiente de correlación	,719**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	49	49

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

**Interpretación:** El Rho de Spearman que arroja la siguiente correlación es de 0,719, gracias a la tabla 12 se puede decir que cuenta con una correlación positiva considerable; puesto que la Sig. =0.00 por lo tanto al observar la regla de decisión se concluye que: se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

**Hipótesis Específica 1:** Existe relación significativa entre Networking y el Área Estratégica de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**He:** Existe relación significativa entre Networking y el Área Estratégica de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**H0:** No Existe relación significativa entre Networking y el Área Estratégica de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**Tabla 17: Correlación de la variable Networking y la dimensión Área Estratégica**

Correlaciones				
			NETWORKING	AREA ESTRATEGICA
Rho de Spearman	NETWORKING	Coefficiente de correlación	1,000	,498**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	49	49
	AREA ESTRATEGICA	Coefficiente de correlación	,498**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	49	49

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

**Interpretación:** El Rho de Spearman que arroja la siguiente correlación es de 0,498, gracias a la tabla 12 se puede decir que cuenta con una correlación positiva media; puesto que la Sig. =0.00 por lo tanto al observar la regla de decisión se concluye que: se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

**Hipótesis Específica 2:** Existe relación significativa entre Networking y Estructura de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**He:** Existe relación significativa entre Networking y Estructura de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**H0:** No Existe relación significativa entre Networking y Estructura de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**Tabla 18: Correlación de variables Networking y la dimensión Estructura de los colaboradores**

Correlaciones				
			NETWORKING	ESTRUCTURA
Rho de Spearman	NETWORKING	Coefficiente de correlación	1,000	,400**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	49	49
	ESTRUCTURA	Coefficiente de correlación	,400**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	49	49

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



**Interpretación:** El Rho de Spearman que arroja la siguiente correlación es de 0,400, gracias a la tabla 12 se puede decir que cuenta con una correlación positiva media; puesto que la Sig. =0.04 por lo tanto al observar la regla de decisión se concluye que: se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

**Hipótesis Específica 3:** Existe relación significativa entre Networking y Sistema de Gestión de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**He:** Existe relación significativa entre Networking y Sistema de Gestión de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**H0:** No Existe relación significativa entre Networking y Sistema de Gestión de los colaboradores en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**Tabla 19: Correlación de variables y Networking y la dimensión Sistema de Gestión de los Colaboradores**

		<b>Correlaciones</b>		
			NETWORKING	SISTEMA DE GESTION
Rho de Spearman	NETWORKING	Coeficiente de correlación	1,000	,078**
		Sig. (bilateral)	.	,594
		N	49	49
	SISTEMA DE GESTION	Coeficiente de correlación	,078**	1,000
		Sig. (bilateral)	,594	.
		N	49	49

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

**Interpretación:** El Rho de Spearman que arroja la siguiente correlación es de 0,078, gracias a la tabla 12 se puede decir que cuenta con una correlación positiva débil; puesto que la Sig. =0.594 por lo tanto al observar la regla de decisión se concluye que: se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa.

## **IV. DISCUSIÓN**

**4.1.** El objetivo general es determinar la relación que hay entre el networking y engagement de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha podido determinar que si hay una relación positiva considerable entre el networking y engagement de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., 2019.

Así mismo dichos resultados obtenidos tienen relación con el artículo científico de Kuwabara, Hildebrand y Zou (2018) El objetivo de este artículo fue compilar cada una de las afirmaciones y actitudes definidas del comando que rompen la motivación de las personas para formar contactos. Como resultado, cada creencia mueve las actitudes de las personas hacia los beneficios y la integridad de las redes, con efectos por su intervención en otras convenciones de redes o en la búsqueda de nuevos intereses o el mantenimiento de los vínculos existentes y el apalancamiento de la sociedad.

Zhang y Xiang (2019) Este artículo tiene como objetivo analizar la relación de los ingresos de salud e inspeccionar el papel del período de las magníficas redes sociales. Como resultado de este proceso, se dio cuenta de que las personas con ingresos más bajos retrasan pasar más tiempo en relación con las personas que tienen otros ingresos más altos, los ingresos se asocian efectivamente con la aptitud de la vida y se socializan con la salud.

Zhou (2019) Este artículo tiene como objetivo examinar los elementos que influyen en las redes de las personas mayores chinas en la ciudad y apoyar a las personas que guían la tecnología. Como resultados empíricos, descubren que la coincidencia técnica y las mejoras de referencia como factores expertos y la autoeficacia de Internet como un elemento cognitivo personal primordial que promueve el uso de SRS para los ancianos, además de la complejidad técnica o factor y la angustia. en Internet como un factor que dificulta el uso de la red en los ancianos. Sin embargo, el apoyo proporcionado ayudará a los efectos negativos, las diferencias de género y el estado de salud son cognitivos.

Navarro y López y Climent (2018) Este artículo tiene como objetivo Analizar los niveles de compromiso, resiliencia y empatía, y la relación entre ellos, en una muestra de auxiliares de enfermería que desempeñan su trabajo en diferentes centros privados. Los resultados Hay

una relación en cada uno de los componentes cognitivos y emociones de compromiso que al mismo tiempo puede con las condiciones de trabajo y el tipo de jornada y turno de trabajo.

Molines y Fall (2016) El objetivo de este artículo es proponer una guía que sostiene que la justicia de una organización observe y juegue el rol de expediente del empleo que beneficiará el compromiso y que a su vez va incitar los comportamientos de los ciudadanos. Los resultados de la presente investigación es proveniente de una muestra de 718 de elementos de la policía indican que la generosidad de los policías es dimensionalmente y explica mejor los bienes de la justicia organizacional que son percibidos por ellos.

**4.2.** Objetivo específico 1 ha sido determinar la relación que hay entre el networking y área estratégica de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha determinado que existe relación positiva media del networking con el área estratégica de los colaboradores.

Jácome (2016) EL objetivo de esta investigación fue crear estrategias efectivas que permitan poder posicionar al network marketing como una nueva profesión en las distintas instituciones superiores de Guayaquil, el tipo de investigación descriptivo, se concluye que se obtuvo que existe la necesidad de capacitarse, de modo que las personas desconocen el real funcionamiento del tema. Y en ese caso se propone surgir que aplique una materia de estudio de la carrera de marketing o poder capacitarlo a los estudiantes para posicionar como nueva profesión

Morejón y Alvarado (2018) El objetivo de la titulación fue presentar el networking como herramienta para potenciar las pymes comerciales. El método de investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo documental descriptivo. Y una población de 192 pymes comerciales, se concluyó que la población de estudio indicó el desconocimiento existente sobre el networking, la implementación y ventajas que posee, además de que los gerentes o jefes inmediatos de pymes comerciales de la parroquia Rocafuerte no se hace uso de los métodos limitante su crecimiento en el mercado.

Naves (2018) El objetivo de esta investigación fue determinar la relación que existe entre sus dos variables de esta empresa con los clientes. El método investigativo era experimental transversal correlacional se concluyó de esta investigación la relación que existió entre sus dos variables así mismo con el fin de emplear una mejor producción atención y exista una satisfacción de los clientes de tal manera que logre un crecimiento y buena rentabilidad.

**4.3.** Objetivo específico 2 ha sido determinar la relación que hay entre el networking y estructura de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha determinado que existe relación positiva media del networking con la estructura de los colaboradores.

Sanclemente y Elboj y Iñiguez (2017) El objetivo de este artículo fue determinar el nivel de compromiso y qué relación existe con seis áreas de enfermería. Los resultados de los socios eran mujeres, con una pareja firme y niños, con una edad media de 44,98 años (DT 10,86). El 35.4% de la muestra muestra altos niveles de compromiso, altos niveles de energía, discrepancia y energía. El estado civil, el ambiente de trabajo del cónyuge y el sufrimiento de molestias crónicas corresponde a los niveles de efectividad; Las actividades de ocio están relacionadas con los niveles de energía y la participación. La valoración del ambiente de trabajo está relacionada con las tres áreas de compromiso; la edad, el tiempo en el elemento de responsabilidad, los años como asistente y el tiempo en un sitio de direcciones que corresponde a la importancia.

Tong y Coiera y Laranjo (2018) Este artículo cuyo objetivo fue percibir las perspectivas de los usuarios en relación a una interposición de redes para originar la actividad física. Los resultados se descubrieron que existen tres tipos de factores que surgen de los datos que influyen en el compromiso de las personas con los niveles de intervención como actividad física, social y tecnológica individual según los niveles, los participantes mencionan que los objetivos o el autocontrol como retroalimentación fueron interesantes para todos En otros casos, los niveles de automatización se consideran facilidades tecnológicas, mientras se observa que la tecnología reduce la participación de las personas

**4.4.** Objetivo específico 3 ha sido determinar la relación que hay entre el networking y sistema de gestión de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha determinado que existe relación positiva débil del networking con el sistema de gestión colaboradores.

Mayor y García y Rebollo (2019) Este artículo tiene como objetivo analizar cada factor predictivo en la competitividad digital de las redes sociales. Los resultados de este estudio coinciden con las consultas realizadas de antemano y aprueban cumplidos válidos y al mismo tiempo honorables para diseñar los programas de capacitación cuando se utilizan las redes sociales como medio pedagógico y educativo.

Tong y Coiera y Laranjo (2018) Este artículo cuyo objetivo fue percibir las perspectivas de los usuarios en relación a una interposición de redes para originar la actividad física. Los resultados se descubrieron que existen tres tipos de factores que surgen de los datos que influyen en el compromiso de las personas con los niveles de intervención como actividad física, social y tecnológica individual según los niveles, los participantes mencionan que los objetivos o el autocontrol como retroalimentación fueron interesantes para todos. En otros casos, los niveles de automatización se consideran facilidades tecnológicas, mientras se observa que la tecnología reduce la participación de las personas.

Rho y Lee (2018) El objetivo de este artículo fue examinar como el género influye en los movimientos de las redes de altos directivos y cuáles son los factores situacionales que mejoran los efectos de género. Los resultados comprobaron que son sólidos al intentar ver los efectos de interacción del entorno empresarial de tales modos que las actividades de redes resulten en un tiempo donde la red es más fuerte y que los efectos no sean complejos para las mujeres en este ámbito las pruebas son contundentes en el campo organizacional.

Singh (2019) Este artículo tiene como objetivo intervenir en los rasgos de temperamento de conciencia y de persistencia emocional y de reflexión. Los resultados del presente artículo es sugerir que las extensiones del temperamento de conciencia y de la duración emocional de extraversión anuncian que en la organización para que las redes sociales importan y predicen intencionalmente de rotación y también se luchan por las implicancias de limitaciones futuras en dirección de investigación.

**4.5 Hipótesis general.** Ha sido; existe una relación significativa entre networking y engagement de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

Según la correlación de Spearman ( $r=0,719$ ), podemos decir que el networking se relaciona con el engagement de los de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**4.6 Hipótesis específica 1** Ha sido; existe una relación significativa entre networking y el área estratégica de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

Según la correlación de Spearman ( $r=0,498$ ), podemos decir que el networking se relaciona con el área estratégica de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**4.7 Hipótesis específica 2** Ha sido; existe una relación significativa entre networking y estructura de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

Según la correlación de Spearman ( $r=0,400$ ), podemos decir que el networking se relaciona con la estructura de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

**4.8 Hipótesis específica 3** Ha sido; existe una relación significativa entre networking y sistema de gestión de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

Según la correlación de Spearman ( $r=0,078$ ), podemos decir que el networking se relaciona con el sistema de gestión de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.

## **V. CONCLUSIONES**

**5.1.** De acuerdo a los resultados que se ha determinado que existe relación entre el networking y engagement de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**5.2.** De acuerdo a los resultados que se ha determinado que existe relación entre el networking y el área estratégica de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**5.3.** De acuerdo a los resultados que se ha determinado que existe relación entre el networking y la estructura de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**5.4.** De acuerdo a los resultados que se ha determinado que existe relación entre el networking y el sistema de gestión de los colaboradores en la empresa aventura gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

## **VI. RECOMENDACIONES**

**6.1.** Se recomienda a todos los colaboradores que lo conforma a la empresa aventura gym S.A.C., de acuerdo a la relación establecida entre el networking y engagement se sugiere orientar a todos los trabajadores a motivar a los clientes y que puedan participar de las actividades deportivas que brinda la empresa de tal manera de satisfacer a los clientes, tomando en cuenta las faltas que han sido detectadas.

**6.2.** Se recomienda a todos los colaboradores que lo conforma a la empresa aventura gym S.A.C., que deben organizar estrategias de rutinas por las diferentes áreas de entrenamiento para que de esta manera los clientes puedan obtener los cambios o beneficios en menor tiempo posible.

**6.3.** Se recomienda a todos los colaboradores que lo conforma a la empresa aventura gym S.A.C., que deben ordenar la estructura interna como externa por la cual hace que los colaboradores brinden la información proporcionada a los clientes, de manera que las personas que desean realizar sus actividades deportivas se sientan a gusto con el servicio brindado y de esta manera también generar mayores ingresos.

**6.4.** Se recomienda a todos los colaboradores que lo conforma a la empresa aventura gym S.A.C., actualizar un sistema de software para que de esta manera se pueda gestionar la información a través de contactos y que podrían formar una red, lo cual generaría mejores ingresos a través de estos sistemas y que nuestros colaboradores se sientan comprometidos de brindar información adecuada.



## VII. REFERENCIAS

- Kuwabara, K., Hildebrand, C. A., & Zou, X. (2018). Lay Theories of Networking: How Laypeople's Beliefs about Networks Affect Their Attitudes toward and Engagement in Instrumental Networking. *Academy of Management Review*, 43(1), 50–64. <https://doi.org/10.5465/amr.2015.0076>
- Zhang, S., & Xiang, W. (2019). Income gradient in health-related quality of life - the role of social networking time. *International Journal For Equity In Health*, 18(1), 44. <https://doi.org/10.1186/s12939-019-0942-1>
- Utz, S., & Breuer, J. (2019). The Relationship Between Networking, LinkedIn Use, and Retrieving Informational Benefits. *Cyberpsychology, Behavior And Social Networking*, 22(3), 180–185. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0294>
- Zhou, J. (2019). Let us Meet Online! Examining the Factors Influencing Older Chinese's Social Networking Site Use. *Journal Of Cross-Cultural Gerontology*, 34(1), 35–49. <https://doi.org/10.1007/s10823-019-09365-9>
- Mayor Buzón, V., García Pérez, R. rafaelgarcia@us. e., & Rebollo Catalán, Á. rebollo@us. e. (2019). Exploring factors predicting digital competence in social networking sites. (English). *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educacion*, (56), 51–69. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i56.03>
- Tong, H. L., Coiera, E., & Laranjo, L. (2018). Using a Mobile Social Networking App to Promote Physical Activity: A Qualitative Study of Users' Perspectives. *Journal Of Medical Internet Research*, 20(12), e11439. <https://doi.org/10.2196/11439>
- Luc, J. G. Y., Stamp, N. L., & Antonoff, M. B. (2018). Social Media as a Means of Networking and Mentorship: Role for Women in Cardiothoracic Surgery., 30(4), 487–495. <https://doi.org/10.1053/j.semtcvs.2018.07.015>
- Bradford, K. D., Liu, Y., Shi, Y., Weitz, B. A., & Xu, J. (2019). Harnessing Internal Support

to Enhance Customer Relationships: The Role of Networking, Helping, and Allocentrism. *Journal of Marketing Theory & Practice*, 27(2), 140–158. <https://doi.org/10.1080/10696679.2019.1577687>

Rho, E. y Lee, K. (2018). Redes de género: género, medio ambiente y redes de gestión. *Public Administration Review*, 78 (3), 409–421. <https://doi.org/10.1111/puar.12918>

Naeem, M. dr. muhammadnaeem222 @ gmail. co. (2019). ¿Las plataformas de redes sociales promueven la calidad del servicio y la intención de compra de los clientes de las organizaciones proveedoras de servicios? *Journal of Management Development*, 38 (7), 561–581. <https://doi.org/10.1108/JMD-11-2018-0327>

Singh, R. (2019). Desarrollo de la integración organizacional: personalidad de los empleados y redes sociales. *Revista Internacional de Gestión de Recursos Humanos*, 30 (16), 2445–2464. <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1326396>

Ridout, B. y Campbell, A. (2018). El uso de sitios de redes sociales en intervenciones de salud mental para jóvenes: revisión sistemática. *Journal of Medical Internet Research*, 20 (12), e12244. <https://doi.org/10.2196/12244>

García R, Amaya, Dias, & Cheverría R. (2019). Engagement laboral en el personal de enfermería: el caso de un hospital público de segundo nivel. *NURE Investigación*, (101). Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.99d3f3cc38b4d1fbdb653b196e12163&lang=es&site=eds-live>

Johnson, S. J., Machowski, S., Holdsworth, L., Kern, M., & Zapf, D. (2017). Age, emotion regulation strategies, burnout, and engagement in the service sector: Advantages of older workers. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 33(3), 205–216. <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2017.09.001>

- Lozano-Paz, C. R., & Reyes-Bossio, M. (2017). University Professors: A View from General Self-Efficacy and Work Engagement. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 11(1), 134–148. <https://doi.org/10.19083/ridu.11.503>
- Orgambídez-Ramos, A., Pérez-Moreno, P. J., & Borrego-Alés, Y. (2015). Role stress and job satisfaction: examining the mediating role of engagement at work. *Journal of Psychology of Work and Organizations*, 31 (2), 69–77. <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2015.04.001>
- Contreras Quevedo, C. A. (2015). Determination of the level of work Engagement among employees of an oil and gas facility offshore in Mexico. *Ciencia & Trabajo*, 17(52), 37–42. <https://doi.org/10.4067/S0718-24492015000100008>
- Navarro-Abal, Y., López-López, M. J., & Climent-Rodríguez, J. A. (2018). Engagement (compromiso), resiliencia y empatía en auxiliares de enfermería. *Enfermería clínica*, 28(2), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2017.08.009>
- Sancllemente Vinué, I., Elboj Saso, C., & Íñiguez Berrozpe, T. (2017). Engagement and commitment in nurses: associated sociodemographic and labour variables. *Enfermería Global*, 16(47), 400–426. <https://doi.org/10.6018/eglobal.16.3.259541>
- Villafañe, J. (2017). Claves Empíricas De La Satisfacción Y Del Compromiso Del Talento en Las Organizaciones. *El Profesional de La Información*, 26(6), 1159–1170. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.15>
- Araújo, I., & Esteves, R. (2016). Engagement em docentes do ensino superior: uma Abordagem exploratória. *Enfermería Universitaria*, 13(2), 73–79. <https://doi.org/10.1016/j.reu.2016.03.006>
- Salas-Vallina, A., & Alegre, J. (2017). The role of gender, age, job level and job security on physician's engagement in Spanish public hospitals. *Universia Business Review*, (56), 36–51. <https://doi.org/10.3232/UBR.2017.V14.N4.02>

- Molines, M., & Fall, A. (2016). Le rôle médiateur de l'engagement au travail dans la relation entre la justice organisationnelle et les comportements de citoyenneté: le cas de la police française. *Relations Industrielles / Industrial Relations*, 71(4), 660–689. <https://doi.org/10.7202/1038527ar>
- GRACIELA MARSOLLIER, R., & DAVID EXPÓSITO, C. (2017). Los valores y el compromiso laboral en el empleo público. *Empresa y Humanismo*, 20(2), 29–50. <https://doi.org/10.15581/015.XX.2.29-50>
- Morejón, Alvarado (2018). Networking para potenciar las pymes comerciales en la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil- Ecuador
- Naves (2018). Estrategias de marketing mix y el engagement del cliente de una librería de la ciudad de Trujillo. Trujillo
- Alayo, García (2018). Caracterización del grado de engagement, sus principales determinantes y su correlación con la intención de permanencia para el caso de adultos jóvenes de 18 a 30 años en una empresa de comida rápida. Perú
- Ruiz, (2017). Triunfa haciendo networking.
- Salcedo, (2017). Prácticas organizacionales saludables y su relación con el engagement en trabajadores de un colegio. De Santiago de Cali-Colombia
- Quispe (2017). Motivación y engagement laboral en piscis Mg consultores generales S.R.L. Juliaca Puno. Lima Perú 30
- Vilches (2017). Diseño de la red y portafolio de servicios de la red nacional de investigación y educación. Universidad tecnológica del Perú
- Mosquera (2016). Proyecto de coworking y networking para fomentar las relaciones comerciales internacionales de los artesanos peninsulares. Guayaquil – Ecuador.
- Borrego (2016). El engagement en los trabajos antecedentes y resultados organizacionales. Huelva – España

- Jácome (2016). Estrategias para posicionar el network como una nueva profesión. Guayaquil – Ecuador).
- Talledo (2016). Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del área Terra Networks en la empresa S.A.C. Lima. Universidad cesar vallejo.
- Cárdenas, Rosero, (2015). El manual de la organización y funciones y el rendimiento laboral de personal de la empresa olpi. Ecuador
- Asmad, Figueroa, Ramírez, Ramón, (2014). Plan de recursos humanos para la empresa housemart. Perú
- Araujo, Brunet (2012). Compromiso y competitividad en las organizaciones.
- Toro, Parra, (2006). Método y conocimiento: metodología de la investigación: investigación. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9588281113>
- Díaz, (2006). Metodología de la investigación y bioestadística: para médicos. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9562844854>
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la investigación. (6ta ed). México: McGRAW-HILL Education.
- Vargas, (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. Recuperado de: [www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf)
- Mendoza, (2018). Alfa de cronbach. Recuperado de: <https://medium.com/.../alfa-de-cronbach-psicometría-con-r-55d3154806cf>
- Schaufeli, W. y Bakker, A. (2003). “Utrecht Work Engagement Scale UWES”. Portal ArnoldBakker. Recuperado de [http://www.beanmanaged.com/doc/pdf/arnoldbakker/articles/articles\\_arnold\\_bakker\\_87.pdf](http://www.beanmanaged.com/doc/pdf/arnoldbakker/articles/articles_arnold_bakker_87.pdf)
- Ribes (2011) Networking: Fortalecer los contactos profesionales para obtener el máximo rendimiento. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books>

## VIII. ANEXOS

### CUESTIONARIO

**NETWORKING Y ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES EN AVENTURA GYM S.A.C., SAN MARTIN DE PORRES 2019.**

**OBJETIVO:** Determinar la relación que hay entre el networking y el engagement de los colaboradores en la empresa Aventura Gym S.A.C., San Martin de Porres 2019.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:


TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD	D	I	DA	TA

ÍTEMS	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		TD	D	I	A	TA
1	La diplomacia corporativa es un elemento de gestión empresarial.					
2	La diplomacia es una estrategia del colaborador sobre el marco de una política exterior.					
3	Existe un intercambio de bienes y servicios como economía corporativa.					
4	Existe nuevas formas de negocio basado en el bien común gracias a la inteligencia colaborativa.					
5	El selfiworking es descubrir el don y talento de manera de actuar en función de uno mismo.					
6	El resultado y equilibrio son a través de todos los puntos de contacto que son utilizados.					
7	Existe una comunicación clara y eficaz con cada uno de los puntos de contacto que son utilizados.					
8	Los colaboradores brindan información inmediata.					
9	La gestión es una oportunidad de identificar contactos según en el entorno empresarial.					
10	Los nuevos clientes son la razón de ser una empresa.					
11	Los valores y normas forman parte de la cultura de la empresa.					
12	Una red de símbolos y costumbres guían y modulan el comportamiento.					
13	Conoce que las actividades son necesarias para el sostenimiento de la empresa.					
14	Cuenta con el equipo de seguridad adecuado por parte de la empresa.					

15	La necesidad de motivar al personal es mejorar el entorno empresarial.					
16	Transmitir mensajes corporativos establece comunicación eficaz.					
17	Los beneficios que recibe son justos en relación con el trabajo que realiza.					
18	Cuenta con un programa trimestral de capacitación.					
19	La empresa tiene un módulo para medir la efectividad de acciones de capacitación.					
20	Las actividades de capacitación en la empresa están centralizadas.					

# VALIDACIÓN:


MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "NETWORKING Y ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES EN AVENTURA GYM S.A.C., SAN MARTIN DE PORRES 2019."							
Apellidos y nombres del investigador: LOPEZ DLGADO YULI ANALI							
Apellidos y nombres del experto: <u>ALVA ARCE ROSEL PESAR</u>							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTAS	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
NETWORKING	NETWORKING Y CREACIÓN DE ENTORNOS	DIPLOMACIA CORPORATIVA	La diplomacia corporativa es un elemento de gestión empresarial.	TD =TOTAL DESACUERDO D =DESACUERDO I =INDIFERENTE DA =DE ACUERDO TA =TOTAL ACUERDO	<input checked="" type="checkbox"/>		
			La diplomacia es una estrategia del colaborador sobre el marco de una política exterior.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		ECONOMIA COLABORATIVA	Existe un intercambio de bienes y servicios como economía corporativa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Existe nuevas formas de negocio basado en el bien común gracias a la inteligencia colaborativa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	MARCA PERSONAL	SELIWORKING	El selfiworking es descubrir el don y talento de manera de actuar en función de uno mismo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		CLARIDAD	El resultado y equilibrio son a través de todos los puntos de contacto que son utilizados.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Existe una comunicación clara y eficaz con cada uno de los puntos de contacto que son utilizados.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	GESTIÓN DE CONTACTOS	CORTO PLAZO	Los colaboradores brindan información inmediata.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			La gestión es una oportunidad de identificar contactos en el entorno empresarial.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		MEDIANO Y LARGO PLAZO	Los nuevos clientes son la razón de ser una empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
				<input checked="" type="checkbox"/>			
ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES	AREA ESTRATEGICA	CULTURA ORGANIZATIVA	Los valores y normas forman parte de la cultura de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Una red de símbolos y costumbres guían y modulan el comportamiento.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		ESTRATEGIAS	Conocer que las actividades son necesarias para el	<input checked="" type="checkbox"/>			
	ESTRUCTURA	DE RECURSOS HUMANOS	sostenimiento de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		PREVENCION DE RIESGOS LABORALES	Cuenta con el equipo de seguridad adecuado por parte de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			La necesidad de motivar al personal es mejorar el entorno empresarial.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		COMUNICACIÓN INTERNA	Transmitir mensajes corporativos establece comunicación eficaz.	<input checked="" type="checkbox"/>			
				<input checked="" type="checkbox"/>			
	SISTEMA DE GESTION	RETRIBUCION Y COMPENSACION	Los beneficios que recibe son justos en relación con el trabajo que realiza.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Cuenta con un programa trimestral de capacitación.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		CAPACITACION	La empresa tiene un módulo para medir la efectividad de acciones de capacitación.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Las actividades de capacitación en la empresa están centralizadas.			<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto:			Fecha <u>11/06/2019</u>				

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



MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS


Título de la investigación: "NETWORKING Y ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES EN AVENTURA GYM S.A.C., SAN MARTIN DE PORRES 2019."								
Apellidos y nombres del investigador: LOPEZ DLGADO YULI ANALI								
Apellidos y nombres del experto: <u>CARRANZA ESTELA TEBOLLO</u>								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
NETWORKING	NETWORKING Y CREACIÓN DE ENTORNOS	DIPLOMACIA CORPORATIVA	La diplomacia corporativa es un elemento de gestión empresarial.	TD =TOTAL DESACUERDO D =DESACUERDO I =INDIFERENTE DA =DE ACUERDO TA =TOTAL ACUERDO	<input checked="" type="checkbox"/>			
			La diplomacia es una estrategia del colaborador sobre el marco de una política exterior.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		ECONOMIA COLABORATIVA	Existe un intercambio de bienes y servicios como economía corporativa.		<input checked="" type="checkbox"/>			
			Existe nuevas formas de negocio basado en el bien común gracias a la inteligencia colaborativa.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	MARCA PERSONAL	SELIWORKING	El selfiworking es descubrir el don y talento de manera de actuar en función de uno mismo.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		CLARIDAD	El resultado y equilibrio son a través de todos los puntos de contacto que son utilizados.		<input checked="" type="checkbox"/>			
			Existe una comunicación clara y eficaz con cada uno de los puntos de contacto que son utilizados.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	GESTIÓN DE CONTACTOS	CORTO PLAZO	Los colaboradores brindan información inmediata.		<input checked="" type="checkbox"/>			
			MEDIANO Y LARGO PLAZO		La gestión es una oportunidad de identificar contactos en el entorno empresarial.	<input checked="" type="checkbox"/>		
					Los nuevos clientes son la razón de ser una empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>		
ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES	AREA ESTRATEGICA	CULTURA ORGANIZATIVA	Los valores y normas forman parte de la cultura de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>				
			Una red de símbolos y costumbres guían y modulan el comportamiento.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		ESTRATEGIAS	Conocer que las actividades son necesarias para el	<input checked="" type="checkbox"/>				
	ESTRUCTURA	DE RECURSOS HUMANOS	sostenimiento de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		PREVENCION DE RIESGOS LABORALES	Cuenta con el equipo de seguridad adecuado por parte de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>				
			La necesidad de motivar al personal es mejorar el entorno empresarial.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	SISTEMA DE GESTION	COMUNICACIÓN INTERNA	Transmitir mensajes corporativos establece comunicación eficaz.	<input checked="" type="checkbox"/>				
			RETRIBUCION Y COMPENSACION	Los beneficios que recibe son justos en relación con el trabajo que realiza.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		CAPACITACION	Cuenta con un programa trimestral de capacitación.	<input checked="" type="checkbox"/>				
			La empresa tiene un módulo para medir la efectividad de acciones de capacitación.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Las actividades de capacitación en la empresa están centralizadas.	<input checked="" type="checkbox"/>						
Firma del experto: 			Fecha: <u>11.06.19</u>					

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

Activar Windows  
Ir a Configuración de PC

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "NETWORKING Y ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES EN AVENTURA GYM S.A.C., SAN MARTIN DE PORRES 2019."								
Apellidos y nombres del investigador: LOPEZ DLGADO YULI ANALI								
Apellidos y nombres del experto: <u>Dr. ALPISA COARSA DAVID FERNANDO</u>								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
NETWORKING	NETWORKING Y CREACIÓN DE ENTORNOS	DIPLOMACIA CORPORATIVA	La diplomacia corporativa es un elemento de gestión empresarial.	TD =TOTAL DESACUERDO D =DESACUERDO I =INDIFERENTE DA =DE ACUERDO TA =TOTAL ACUERDO	✓			
			La diplomacia es una estrategia del colaborador sobre el marco de una política exterior.		✓			
		ECONOMIA COLABORATIVA	Existe un intercambio de bienes y servicios como economía corporativa.		✓			
			Existe nuevas formas de negocio basado en el bien común gracias a la inteligencia colaborativa.		✓			
	MARCA PERSONAL	SELIWORKING	El selfiworking es descubrir el don y talento de manera de actuar en función de uno mismo.		✓			
		CLARIDAD	El resultado y equilibrio son a través de todos los puntos de contacto que son utilizados.		✓			
			Existe una comunicación clara y eficaz con cada uno de los puntos de contacto que son utilizados.		✓			
	GESTIÓN DE CONTACTOS	CORTO PLAZO	Los colaboradores brindan información inmediata.		✓			
			MEDIANO Y LARGO PLAZO		La gestión es una oportunidad de identificar contactos en el entorno empresarial.	✓		
					Los nuevos clientes son la razón de ser una empresa.	✓		
ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES	AREA ESTRATEGICA	CULTURA ORGANIZATIVA	Los valores y normas forman parte de la cultura de la empresa.	✓				
			Una red de símbolos y costumbres guían y modulan el comportamiento.	✓				
		ESTRATEGIAS	Conocer que las actividades son necesarias para el					


	ESTRUCTURA	DE RECURSOS HUMANOS	sostenimiento de la empresa.	✓		
		PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	Cuenta con el equipo de seguridad adecuado por parte de la empresa.	✓		
			La necesidad de motivar al personal es mejorar el entorno empresarial.	✓		
		COMUNICACIÓN INTERNA	Transmitir mensajes corporativos establece comunicación eficaz.	✓		
				✓		
	SISTEMA DE GESTION	RETRIBUCION Y COMPENSACION	Los beneficios que recibe son justos en relación con el trabajo que realiza.	✓		
			Cuenta con un programa trimestral de capacitación.	✓		
		CAPACITACION	La empresa tiene un módulo para medir la efectividad de acciones de capacitación.	✓		
			Las actividades de capacitación en la empresa están centralizadas.	✓		
	Firma del experto:		Fecha	11/04/2019		

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "NETWORKING Y ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES EN AVENTURA GYM S.A.C., SAN MARTIN DE PORRES 2019."								
Apellidos y nombres del investigador: LOPEZ DLGADO YULI ANALI								
Apellidos y nombres del experto: VASQUEZ ESPINOZA JOAN MANUEL.								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
NETWORKING	NETWORKING Y CREACIÓN DE ENTORNOS	DIPLOMACIA CORPORATIVA	La diplomacia corporativa es un elemento de gestión empresarial.	TD =TOTAL DESACUERDO D =DESACUERDO I =INDIFERENTE DA =DE ACUERDO TA =TOTAL ACUERDO	✓			
			La diplomacia es una estrategia del colaborador sobre el marco de una política exterior.		✓			
		ECONOMIA COLABORATIVA	Existe un intercambio de bienes y servicios como economía corporativa.		✓			
			Existe nuevas formas de negocio basado en el bien común gracias a la inteligencia colaborativa.		✓			
	MARCA PERSONAL	SELIWORKING	El selfworking es descubrir el don y talento de manera de actuar en función de uno mismo.		✓			
		CLARIDAD	El resultado y equilibrio son a través de todos los puntos de contacto que son utilizados.		✓			
			Existe una comunicación clara y eficaz con cada uno de los puntos de contacto que son utilizados.		✓			
	GESTIÓN DE CONTACTOS	CORTO PLAZO	Los colaboradores brindan información inmediata.		✓			
			MEDIANO Y LARGO PLAZO		La gestión es una oportunidad de identificar contactos en el entorno empresarial.	✓		
					Los nuevos clientes son la razón de ser una empresa.	✓		
ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES	AREA ESTRATEGICA	CULTURA ORGANIZATIVA	Los valores y normas forman parte de la cultura de la empresa.	✓				
			Una red de simbolos y costumbres guían y modulan el comportamiento.	✓				
		ESTRATEGIAS	Conocer que las actividades son necesarias para el	✓				

Activar Windows  
Ir a Configuración de PC

	ESTRUCTURA	DE RECURSOS HUMANOS	sostenimiento de la empresa.	✓			
		PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	Cuenta con el equipo de seguridad adecuado por parte de la empresa.	✓			
			La necesidad de motivar al personal es mejorar el entorno empresarial.	✓			
		COMUNICACIÓN INTERNA	Transmitir mensajes corporativos establece comunicación eficaz.	✓			
	SISTEMA DE GESTION		RETRIBUCION Y COMPENSACION	Los beneficios que recibe son justos en relación con el trabajo que realiza.	✓		
			CAPACITACION	Cuenta con un programa trimestral de capacitación.	✓		
		La empresa tiene un módulo para medir la efectividad de acciones de capacitación.		✓			
		Las actividades de capacitación en la empresa están centralizadas.	✓				
Firma del experto: 			Fecha 11/06/2019				

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

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORM. DEL PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIEMENCIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
¿Cuál es la relación que hay entre el networking y engagement de los colaboradores en aventura gym s.a.c., San Martín de Porres 2019?	Determinar la relación que hay entre el networking y el engagement de los colaboradores en aventura gym s.a.c., San Martín de Porres 2019.	Existe relación significativa entre el networking y el engagement de los colaboradores en aventura gym s.a.c., San Martín de Porres 2019.	NETWORKING	Networking y creación de entornos Marca personal Gestión de contactos	Diplomacia corporativa Diplomacia colaborativa Selfworking Claridad Corto plazo Mediano y largo plazo	Diseño de la investigación: no experimental de corte transversal Tipo de investigación: Aplicada Método de investigación: hipotético deductivo
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS				
1. ¿Cuál es la relación que existe entre networking y área estratégica de los colaboradores en aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019?	1. Determinar la relación que hay entre el networking y área estratégica en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019. 2. Determinar la relación que hay entre el networking y estructura en	1. Existe relación entre el networking y área estratégica en la empresa Aventura Gym S.A.C., San Martín de Porras 2019.	ENGAGEMENT DE LOS COLABORADORES	Área estratégica Estructura	Cultura organizativa Estrategias de recursos humanos Prevención de riesgos laborales Comunicación interna	Nivel de investigación: descriptivo correlacional
2. ¿cuál es la relación que existe entre el networking y estructura en aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019?  3. ¿Cuál es la relación que existe entre el networking y sistema de gestión en aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019?	la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.  3. Determinar la relación que hay entre el networking y sistema de gestión en la empresa aventura gym S.A.C., San Martín de Porres 2019.	2. Existe relación entre el networking y estructura en la empresa Aventura Gym S.A.C., San Martín de Porras 2019.  3. Existe relación entre el networking y sistema de gestión en la empresa Aventura gym S.A.C., San Martín de Porras 2019		Sistema de gestión	Retribución y compensación Capacitación	