



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**El endomarketing y desempeño laboral de los trabajadores de la
empresa Allus global center de Cercado de Lima-2016**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS

AUTOR:

MORALES ROJAS JHOSELYN LUZ

ASESOR:

DELGADO ARENAS, RAÚL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN MARKETING

LIMA Ë PERÚ 2016

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

Este trabajo se lo dedico a mi madre, ya que siempre me enseñó a no rendirme por lo que quiero y luchar por mis sueños, la gran paciencia que me tuvo, el tiempo que dedico a cuidarme y porque siempre estuvo a mi lado, así sean malos tiempos.

Un agradecimiento a mis padres, que me apoyaron e incentivaron a terminar todos estos ciclos de aprendizaje. También agradezco a mis profesores, que con sus consejos y enseñanzas contribuyeron a mi desarrollo profesional contribuyeron a mi desarrollo profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo MORALES ROJAS JHOSSELYN LUZ con DNI N° 74162018, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes, consideradas en el Reglamento, 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, ocultamiento 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, 10 de mayo del 2016

JHOSSELYN MORALES ROJAS

PRESENTACION

Señores, miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la Tesis titulada **El Endomarketing y Desempeño Laboral de los trabajadores de la empresa Allus Global Center de Cercado de Lima-2015+**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Administradora de Empresas.

Morales Rojas Jhosselyn Luz

INDICE

Página del jurado	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad	iv
Presentación	v
Resumen	ix
Abstrac	x
I. Introducción	11
1.1 Realidad problemática	12
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.3.1 Endomarketing	15
1.3.1.1 Ventajas del Endomarketing	17
1.3.2Desempeño Laboral	18
1.4 Justificación	19
1.5 Problema	20
1.6 Hipótesis	21
1.7 Objetivos	22
II. Marco Metodológico	23
2.1 Operacionalización de las variables	23
2.2 Diseño de la investigación	24
2.3 Población y Muestra	24
2.4Técnica e instrumentos de recolección de datos, valides y confiabilidad	õ 25
2.5 Métodos de análisis de datos	27
2.6 Aspectos éticos	28
III. Resultados	29
3.1 Descripción de variables y dimensiones	29
3.1.1 Variable 1	29
3.1.2 Variable 2	32
3.2 Análisis e interpretación de resultados	35
IV. Discusión	40

V. Conclusiones	44
VI. Recomendaciones	46
VII. Anexos	47
VIII. Bibliografía	80

LISTA DE TABLAS

Tabla N°01 Ventajas de endomarketing.....	17
Tabla N°02 Operacionalización de las variables	23
Tabla N° 03 Evaluación de expertos por criterios	26
Tabla N° 04 Resumen de procedimiento de los caso	27
Tabla N° 05 Alfa de cronbach del instrumento	27
Tabla N° 06 Endomarketing y Desempeño Laboral	35
Tabla N° 07 Motivación y Desempeño Laboral	36
Tabla N° 08 Retribución y Desempeño Laboral	37
Tabla N° 09 Satisfacción Laboral y Desempeño Laboral.....	38
Tabla N° 10 Comunicación Interna y Desempeño Laboral	39
Tabla N° 11 Matriz de consistencia.....	47
Tabla N°12 Matriz de indicadores variable 1	48
Tabla N°13 Matriz de indicadores variable 2	48
Tabla N°14 Encuesta	49

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N°01 Análisis Descriptivo de Endomarketing	29
Gráfico N°02 Motivación	30
Gráfico N°03 Retribución	30
Gráfico N°04 Satisfacción Laboral	31
Gráfico N°05 Comunicación Interna	31
Gráfico N°06 Desempeño Laboral	32
Gráfico N°07 Habilidades	33
Gráfico N°08 Conocimiento	33
Gráfico N°09 Personalidad	34
Gráfico N°10 Expectativas	34

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Allus Global Center del Centro de Lima-2016. Ya que en la actualidad podemos percibir que la mayoría de empresas solo se han preocupado en realizar marketing para captar a clientes potenciales (externos) dejando de lado lo más importante, los clientes internos (colaboradores). Allus por ser una empresa que se dedica a brindar servicios por teléfono a clientes ya sea vendiendo o atención al cliente, debe mantener motivado a su personal, brindarle un buen clima laboral, incluyendo una buena retribución por su trabajo y generando la comunicación entre los colaboradores y superiores; ya que los ejecutivos son la cara de la empresa, ellos deben reflejar una buena imagen de la empresa brindando un buen servicio.

Se empleó el método de recolección de datos como las encuestas; complementando con la observación participativa dentro de la empresa. Y de acuerdo a la técnica de contrastación, es descriptiva correlacional que se realizara a través de la recolección de datos de ambas variables, demostrando tal cual ocurren en la realidad sin que sean modificados.

Se realizó la encuesta a 100 colaboradores de acuerdo al censo, donde se logró determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral con un nivel de significancia de 0.000 tomando en cuenta los resultados obtenidos.

Palabras clave: endomarketing, desempeño, motivación, satisfacción laboral, metodología.

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between the endomarketing and job performance of workers of the company Allus Global Center Lima Center 2016. Since today we can see that most companies only have been concerned in making marketing to capture (external) leads aside most importantly, internal customers (employees). Allus as a company dedicated to providing services by phone to customers either selling or customer, you must keep motivated staff, provide a good working environment, including a good return for their work and generating communication among employees and above; and executives are the face of the company, they should reflect a good image of the company providing good service.

the data collection method was used as surveys; complemented by participant observation within the company. And according to the contrasting technique it is descriptive correlational to be held through data collection of both variables, demonstrating as it happen in reality without being modified.

The survey of 100 employees according to the census, where it was determined the relationship between the endomarketing and job performance with a significance level of 0,000 taking into account the results was performed.

Keywords: endomarketing, performance, motivation, job satisfaction, methodology