



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Marketing interno y su influencia en el compromiso organizacional de los colaboradores de  
la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L en Piura 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Br. Castillo Castro, Luciano Alexander (ORCID: 0000-0001-6612-4952)

ASESORA:

Dra. Palacios De Briceño, Mercedes Reneé (ORCID: 0000-0001-8823-2655)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

PIURA- PERÚ

2019

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres Luciano y Nelly por ser guía, fortaleza, razón y ejemplo en mi vida.

A mi amada esposa Hillary por su amor, paciencia y apoyo en todo momento.

A mi hija Isabella, por ser mi motor y orgullo.

A mi mami Rosa, ejemplo de constancia, trabajo y disciplina.

A mis hermanas Ingrid y Stephany por ser comprensión y apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, gracias por todo.

A la Universidad César Vallejo y a la Escuela de Administración por la formación académica.

Al personal de la empresa NEGOCIOS CARRILLO GDA E.I.R.L por su colaboración.

# PÁGINA DEL JURADO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Universidad César Vallejo  
Facultad de Ciencias Empresariales

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 5:00 pm del día VIERNES 19 de ABRIL del 2019.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

**"Marketing interno y su influencia en el compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Negocios Carrillo Gda E.I.R.L. en Piura 2018"**

Sustentada por:

**Castillo Castro Luciano Alexander**

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

Aprobar la tesis

RECOMIENDAN

Presidente (a) del Jurado:

Dra. Nelida Rodríguez de Peña

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

Dr. Luis Sánchez Pacheco

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

Dra. Mercedes Palacios de Briceño

Nombre Completo

Firma

**CAMPUS PIURA:**  
Av. Prolongación Chulucanas s/n.  
Tel.: (073) 285 900 Arq.: 5501.

fb/ucv.peru  
@ucv\_peru  
#saliradelante  
[ucv.edu.pe](http://ucv.edu.pe)

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

### Declaración de autenticidad

Yo, Luciano Alexander Castillo Castro, con DNI N° 44490693 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran 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 la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, Octubre de 2018.



---

Luciano Alexander Castillo Castro

# ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice .....	vi
Índice de tablas .....	ix
Índice de figuras .....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT .....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Realidad problemática .....	1
1.2. Trabajos Previos .....	3
1.2.1. Antecedentes internacionales.....	3
1.2.2. Antecedentes nacionales .....	5
1.2.3. Antecedentes locales.....	7
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	8
1.3.1. Marketing Interno .....	8
1.3.1.1. Dimensiones del marketing interno .....	11
1.3.2. Compromiso Organizacional .....	14
1.3.2.1. Dimensiones del compromiso organizacional .....	15
1.4. Formulación del problema.....	18
1.4.1. Problema general .....	18
1.4.2. Problemas específicos.....	18
1.5. Justificación .....	19
1.6. Hipótesis .....	19
1.6.1. Hipótesis General.....	19
1.6.2. Hipótesis específicas.....	19
1.7. Objetivos.....	20

1.7.1. Objetivo General.....	20
1.7.2. Objetivos específicos.....	20
II. MÉTODO.....	22
2.1. Diseño de investigación.....	22
2.2. Variables, operacionalización.....	22
2.2.1. Variable independiente: Marketing interno.....	22
2.2.2. Variable dependiente: Compromiso organizacional.....	22
2.3. Población y muestra.....	24
2.3.1. Población.....	24
2.3.2. Muestra.....	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	24
2.5. Métodos de análisis de datos.....	25
2.6. Aspectos éticos.....	25
III. RESULTADOS.....	26
3.1. Influencia del desarrollo de los colaboradores en el compromiso organizacional en la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L en Piura 2018.....	27
3.2. Influencia de la contratación en el compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L en Piura 2018.....	28
3.3. Influencia de la adecuación al trabajo en el compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L en Piura 2018.....	30
3.4. Influencia de la comunicación interna en el compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L en Piura 2018.....	31
3.5. Influencia del marketing interno en el compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L en Piura 2018.....	32
IV. DISCUSIÓN.....	34
4.1. Discusión de resultados.....	34
4.2. Propuesta.....	41
4.2.1. Introducción.....	41
4.2.2. Objetivos de la propuesta.....	42
4.2.3. Justificación.....	42
4.2.4. Análisis de situación.....	43

4.2.5. Estrategias de Marketing Interno .....	46
4.2.5.1. Estrategia FO: Potenciar el software: ampliar e implementar módulos de administración y contabilidad.....	46
4.2.5.2. Estrategia DO: Implementar un programa de capacitaciones. Contratación de personal y orientación de políticas de adecuación al trabajo y comunicación. ...	48
4.2.5.3. Estrategia FA: Contratación de personal calificado para ventas.....	53
4.2.5.4. Estrategia DA: Establecer área de recursos humanos en la empresa. ....	54
4.2.6. Contrastación de las estrategias basadas en análisis FODA con las matrices EFI, EFE y GE. ....	56
4.2.7. Viabilidad .....	57
4.2.8. Evaluación Costo- Beneficio .....	57
V. CONCLUSIONES .....	59
VI. RECOMENDACIONES .....	60
VII. REFERENCIAS .....	61
ANEXOS .....	64
Anexo 1. a) Cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L. ....	65
Anexo 1. b) Entrevista realizada al gerente general de la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L.....	69
Anexo 1. c) Entrevista realizada al directivo .....	71
Anexo 2. Validación y confiabilidad.....	76
Anexo 3. Resultados complementarios .....	95
Anexo 4. Matriz de consistencia .....	99
Anexo 5. Matriz de Instrumentos .....	101
Anexo 6. Evidencia de recolección de datos.....	106



## Índice de tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Compromiso organizacional en relación al desarrollo de los colaboradores .....	27
Tabla 1.1. Correlación entre el desarrollo de los colaboradores y el compromiso organizacional.....	28
Tabla 2. Compromiso organizacional en relación a las políticas de contratación.....	28
Tabla 2.1. Correlación entre las políticas de contratación y el compromiso organizacional.....	29
Tabla 3. Compromiso organizacional en relación a la adecuación al trabajo .....	30
Tabla 3.1. Correlación entre la adecuación al trabajo y el compromiso organizacional .....	31
Tabla 4. Compromiso organizacional en relación a la comunicación interna.....	31
Tabla 4.1. Correlación entre la comunicación interna y el compromiso organizacional .....	32
Tabla 5. Compromiso organizacional en relación al marketing interno.....	32
Tabla 5.1. Correlación entre el marketing interno y el compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa .....	33
Tabla 6. Matriz FODA.....	43
Tabla 7. Matriz de evaluación de factores internos .....	44
Tabla 8. Matriz de evaluación de factores externos .....	45
Tabla 9. Percepción de los colaboradores de Negocios Carrillo GDA E.I.R.L, por los aspectos de marketing interno .....	97
Tabla 10. Percepción de los colaboradores de Negocios Carrillo GDA E.I.R.L, por los aspectos de compromiso organizacional .....	98

## Índice de figuras

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Matriz General Electric .....	45
Figura 2. Relación entre el compromiso organizacional y el desarrollo de los colaboradores de la empresa .....	95
Figura 3. Relación entre el compromiso organizacional y las políticas de contratación.....	95
Figura 4. Relación entre el compromiso organizacional y la adecuación al trabajo .....	96
Figura 5. Relación entre el compromiso organizacional y la comunicación interna.....	96
Figura 6. Relación entre el compromiso organizacional y el marketing interno.....	97

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar si el marketing interno tiene influencia significativa en el compromiso de los colaboradores de la empresa Negocios Carrillo GDA E.I.R.L. El tipo de investigación de acuerdo al diseño fue no experimental, según el nivel fue correlacional causal y conforme a la temporalidad fue transversal. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron la encuesta para los colaboradores de la empresa, y la entrevista al directivo. La población de estudio estuvo constituida por los colaboradores y el directivo de la empresa. Se realizó un muestreo censal. Respecto al primer objetivo, se demostró que si existe influencia entre el desarrollo de los colaboradores y el compromiso organizacional. Con respecto al objetivo vinculado con la contratación del personal, se encontró que existe influencia. También se demostró que existe influencia significativa entre la adecuación al trabajo y el compromiso organizacional. Con respecto al último objetivo, se encontró que existe influencia significativa entre la comunicación interna y el compromiso organizacional. De esta forma, la presente investigación concluyó que el marketing interno tiene influencia positiva y significativa en el compromiso organizacional de los colaboradores. Es decir, una mejora en las políticas de marketing interno aumentará el nivel de compromiso de los colaboradores. También generará mayor productividad por parte de los colaboradores, reflejándose en la mayor rentabilidad para la organización.

**Palabras clave:** Marketing interno, compromiso organizacional, productividad.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine if internal marketing has a significant influence on the commitment of the employees of the company Negocios Carrillo GDA E.I.R.L. The type of research according to the design was non-experimental, according to the level it was correlational causal and according to the temporality it was transectional. The techniques used for data collection were the survey for the employees of the company, and the interview with the manager. The study population was constituted by the collaborators and company manager. A census sampling was conducted. Respect to the first objective, it was demonstrated that there is an influence between the development of the collaborators and the organizational commitment. With regard to the objective linked to the hiring of personnel, it was found that there is influence. It was also shown that there is a significant influence between the adaptation to work and organizational commitment. With respect to the last objective, it was found that there is significant influence between internal communication and organizational commitment. In this way, the present investigation concludes that internal marketing has a positive and significant influence on the organizational commitment of the employees. In other words, an improvement in internal marketing policies will increase the level of commitment of employees. It will also generate greater productivity on the part of employees, reflecting the greater profitability for the organization.

**Keywords:** Internal marketing, organizational commitment, productivity.