



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Endomarketing y compromiso organizacional de los colaboradores en
la empresa Molino San Nicolás SAC, 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Valles Quispe, Brannly Jarley (ORCID: 0000-0002-7868-4292)

ASESOR:

Dr. Ramírez García, Gustavo (ORCID: 0000-0003-0035-7088)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

TARAPOTO – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mis padres, Oscar y Maribel, y a mi hermano Jhasir; porque me dieron las fuerzas, consejos, valores y toda su confianza, para ser una mejor persona. A mi familia en general quienes siempre me motivaron e inculcaron a seguir adelante, para conspirar en este mundo tan competitivo.

Brannly Jarley

Agradecimiento

A Dios, por la vida, por guiar mi camino, asimismo, por darme el conocimiento necesario y suficiente para concretar este trabajo de investigación.

A los docentes de la Universidad César Vallejo, por los conocimientos compartidos y en especial a mi asesor, por su colaboración incondicional en mi trabajo de investigación.

El autor

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis. 18	
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. 19	
3.5. Procedimientos.....	22
3.6. Métodos de análisis de datos	22
3.7. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES.....	31
VII. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS	37

Índice de tablas

Tabla 1. Pruebas de normalidad	23
Tabla 2. Endomarketing y el compromiso	23
Tabla 3. Desarrollo y el compromiso	24
Tabla 4. Contratación, retención y el compromiso	24
Tabla 5. Adecuación al trabajo y el compromiso	25

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo, determinar la relación entre el endomarketing y el compromiso organizacional de los colaboradores en la empresa Molino San Nicolás SAC, 2021. La cual fue de tipo aplicada, con una muestra de 100 colaboradores, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, los resultados obtenidos indican con un Rho de Spearman de 0,499 lo cual indica una correlación significativa, con un p valor menor a 0.05 nivel de significancia igual a 0.00 aceptándose la hipótesis alterna de la investigación. Concluyendo que, existe relación directa y significativa entre el endomarketing y el compromiso organizacional de los colaboradores en la empresa Molino San Nicolás SAC, 2021, con el Rho de Spearman de 0,499 al mejorar el endomarketing en sus dimensiones, desarrollo de los empleados, la contratación, retención de los empleados, adecuación al trabajo, la comunicación interna, se mejorará el compromiso organizacional en un 24.9% a través de sus dimensiones, compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso continuo.

Palabras clave: Endomarketing, compromiso organizacional, colaboradores.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between endomarketing and the organizational commitment of the collaborators in the company Molino San Nicolás SAC, 2021. Which was applied, with a sample of 100 collaborators, the data collection technique was the survey and as an instrument the questionnaire, the results obtained indicate a Spearman Rho of 0.499 which indicates a significant correlation, with a p value less than 0.05 level of significance equal to 0.00 accepting the alternative hypothesis of the investigation. Concluding that, there is a direct and significant relationship between endomarketing and the organizational commitment of employees in the company Molino San Nicolás SAC, 2021, with the Spearman Rho of 0.499 by improving endomarketing in its dimensions, employee development, hiring , employee retention, adaptation to work, internal communication, organizational commitment will be improved by 24.9% through its dimensions, affective commitment, regulatory commitment and continuous commitment.

Keywords: Endomarketing, organizational commitment, collaborators.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS -
MBA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RAMIREZ GARCIA GUSTAVO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "ENDOMARKETING Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES EN LA EMPRESA MOLINO SAN NICOLÁS S.A.C, 2021", cuyo autor es VALLES QUISPE BRANNLY JARLEY, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

TARAPOTO, 11 de Agosto del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RAMIREZ GARCIA GUSTAVO DNI: 01109463 ORCID 0000-0003-0035-7088	Firmado digitalmente por: RRAMIREZGA24 el 11- 08-2021 17:46:01

Código documento Trilce: TRI - 0182008