



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Estrategia endomarketing para el desarrollo de la cultura  
organizacional de los trabajadores de la Empresa Consis  
SAC Huancayo-2016**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRA DE GESTIÓN PÚBLICA**

**AUTORA:**

Sierralta Soto, Mirella Pilar

**ASESOR:**

Dr. Luis Florencio Mucha Hospinal

**SECCIÓN:**

Ciencias empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Administración del talento humano

SEFC PERÚ - 2017

---

Dr. Huamancaja Espinoza, Moisés  
Presidente

---

Dr. Suárez Reynoso, Carlos Alberto  
Secretario

---

Dr. Mucha Hospinal, Luis Florencio  
Vocal

## DEDICATORIA

A mí apreciada madre Juana, mi esposo Armando, mis hijos Paola y André, por todo su apoyo y comprensión.

Mirella Pilar

## AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo, por permitir que diversos profesionales podamos continuar estudios de posgrado.

A mí estimado asesor por su notable comprensión y apoyo constante en la ejecución de la tesis.

A todos los docentes de la Universidad César Vallejo, por sus enseñanzas y comprensión.

A la Empresa Consis SAC, por permitir el desarrollo del trabajo.

La autora.

## DECLARACIÓN JURADA

Yo, Mirella Pilar Sierralta Soto, estudiante del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 20073826, con la tesis titulada “Estrategia Endomarketing para el desarrollo de la cultura organizacional de los trabajadores de la Empresa Consis SAC Huancayo 2016”.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Huancayo 06 de mayo 2017



Mirella Pilar Sierralta Soto

DNI 20073826

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Presento ante ustedes la Tesis titulada: “Estrategia Endomarketing para el desarrollo de la cultura organizacional de los trabajadores de la Empresa Consis SAC Huancayo 2016”, con el objetivo de Demostrar cómo es la influencia de aplicar la estrategia Endomarketing para el desarrollo de la cultura organizacional de los trabajadores de la Empresa Consis SAC Huancayo 2016, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el grado Académico de Magister en Gestión Pública.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación, asimismo sirva de inicio a otras investigaciones para la búsqueda de información con mayores recursos económicos.

El documento consta de siete capítulos, primer capítulo: Introducción, contiene la realidad problemática, revisión de trabajos previos, teorías relacionada al tema, se realiza la formulación del problema, y su justificación, para poder plantear la hipótesis y objetivos que deseamos lograr; el segundo capítulo: método, describimos el diseño de nuestra de investigación, las variables y su operacionalización, técnicas e instrumentos, métodos de análisis y aspectos éticos; el tercer capítulo: resultados, se realiza la descripción de los resultados y se contrasta las hipótesis planteadas; cuarto capítulo: discusión, se realiza la triangulación entre los trabajos previos, el marco teórico y los resultados; quinto capítulo se realizan las conclusiones obtenidas luego de la investigación; sexto capítulo se dan las recomendaciones y en el séptimo capítulo: referencias bibliográficas.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

**La Autora**

## ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN JURADA	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii

### CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática	14
1.2 Trabajos previos	17
1.3 Teorías relacionadas al tema	24
1.3.1 Endomarketing	24
1.3.2 Cultura Organizacional	26
1.4 Formulación del problema	28
1.4.1 General	28
1.4.2 Específicos	28
1.5 Justificación del estudio	29
1.6 Hipótesis	29
1.6.1 Hipótesis General	29
1.6.2 Hipótesis específicas	30
1.7 Objetivos	30
1.7.1 Objetivo general	30
1.7.2 Objetivo específicos	30

### CAPÍTULO II MÉTODO

2.1 Diseño de investigación	32
2.2 Variables	32
2.2.1 Operacionalización de las variables cultura organizacional empresa Consis SAC	33
2.3 Población y muestra	34
2.3.1. Población	34

2.3.2 Muestra	34
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
2.4.1 Técnicas	35
2.4.2 Instrumentos	35
2.4.3 Validación y confiabilidad del instrumento	35
2.4.4 Confiabilidad del Instrumento	36
2.5 Métodos de análisis de datos	37
2.6 Aspectos éticos	37
CAPÍTULO III	
RESULTADOS	
3.1 Descripción de resultados	38
3.2 Contrastación de hipótesis	46
CAPÍTULO IV	
DISCUSIÓN	
	54
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES	
	57
CAPÍTULO VI	
RECOMENDACIONES	
	59
CAPÍTULO VII	
REFERENCIAS	
	60
Anexo N° 01 Artículo científico	
Anexo N° 02 Matriz de consistencia	
Anexo N° 03 Matriz de operacionalización	
Anexo N° 04 Matriz de validación	
Anexo N° 05 Instrumentos	
Anexo N° 06 Ficha de Seguimiento de entrada y salida	
Anexo N° 07 Constancia emitida por la institución que acredita la realización del estudio	
Anexo N° 08 Evidencia fotográfica	
Anexo N° 09 Base de datos	



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Cuadro de operacionalización de variable	33
Cuadro N° 2 Población de trabajadores de la Empresa Consis SAC	34
Cuadro N° 3. Muestra de trabajadores de la Empresa Consis SAC	35
Cuadro N° 4 Baremo de interpretación	36
Cuadro N° 5 Estadísticos de fiabilidad	37
Cuadro N° 6 Estadísticos de fiabilidad	38
Cuadro N° 7 Baremo de los totales de las dimensiones	42

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Resultado del Pre test y Pos test sub totales éxito empresarial	39
Tabla N° 2	Resultado del Pre test y Pos test sub totales relaciones laborales	40
Tabla N° 3	Resultado del Pre test y Pos test sub totales crecimiento profesional	41
Tabla N° 4	Clasificación del pre test, de la cultura organizacional	43
Tabla N° 5	Clasificación del post test, de la cultura organizacional	44
Tabla N° 6	Comparativo del total de la cultura organizacional	45

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01 Resultado del Pre test y Pos test sub totales éxito empresarial	39
Gráfico N° 02 Resultado del Pre test y Pos test sub totales relaciones laborales	40
Gráfico N° 03 Resultado del Pre test y Pos test sub totales crecimiento profesional	41
Gráfico N° 04 Clasificación del pre test, de la cultura organizacional	43
Gráfico N° 05 Clasificación del post test, de la cultura organizacional	44
Gráfico N° 06 Comparativo del total de la cultura organizacional	45

Estrategia endomarketing para el desarrollo de la cultura organizacional de los  
trabajadores de la Empresa Consis SAC Huancayo 2016,

RESUMEN

La presente investigación titulada Estrategia endomarketing para el desarrollo de la cultura organizacional de los trabajadores de la Empresa Consis SAC Huancayo 2016, se formula la siguiente hipótesis general La estrategia de Endomarketing influye positivamente en el desarrollo de la cultura organizacional de los trabajadores de la Empresa Consis SAC Huancayo 2016. Tiene como objetivo determinar que la aplicación de la estrategia Endomarketing influye en el desarrollo de la cultura organizacional de los trabajadores de la Empresa Consis SAC Huancayo 2016.

El método general empleado fue el método científico y como método específico experimental. El tipo de investigación es por su naturaleza de tipo aplicado, correspondiente al diseño pre experimental; el muestreo fue no probabilístico, con la técnica del muestreo deliberado, siendo 47 los trabajadores de la Empresa Consis SAC.

El instrumento empleado fue sometido a la prueba de dos mitades y validado por juicio de expertos con una confiabilidad de 0,986.

La hipótesis se contrastó con la prueba estadística de diferencia de medianas se obtuvo Asymp. Sig. de 0,000 que es menor a 0,05 permitido, se obtiene un valor de Z de -8,329, rechazando la hipótesis nula y por lo tanto se acepta la hipótesis alterna.

Palabras clave: éxito empresarial, relaciones laborales y crecimiento profesional.

La autora

Endomarketing strategy for the development of the organizational culture of the workers of the company Consis SAC Huancayo 2016

ABSTRACT

The present research titled Endomarketing strategy for the development of the organizational culture of the workers of the company Consis SAC Huancayo 2016 is formulated the following general hypothesis The Endomarketing strategy influences positively in the development of the organizational culture of the workers of the Company Consis SAC Huancayo 2016. Its objective is to demonstrate how the Endomarketing strategy influences the development of the organizational culture of the workers of the Consis SAC Huancayo 2016

The general method used was the scientific method and as an experimental specific method. The type of research is by its nature of applied type, corresponding to the pre-experimental design; The sampling was non-probabilistic and we worked on a sample of 47 employees of the Consis SAC Company.

The instrument used was validated by expert judgment with a reliability of 0.986.

The hypothesis was confirmed by the statistical test of difference of medians Asymp was obtained. Sig. of 0,000 that it is minor to 0,05 allowed, obtains a value of Z of -8,329, rejecting the void hypothesis and therefore the alternate hypothesis is accepted

Key words: business success, industrial relations and professional growth.

The autor.