



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Employer Branding y la Gestión del talento humano en los  
trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020**

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

Licenciada en Administración

**AUTORAS:**

Montalvo Delgado, Marly Steffy (ORCID: 0000-0003-2032-6940)

Godoy Cabrera, Estefani (ORCID: 0000-0002-4645-8864)

**ASESOR:**

Dr. Lino Gamarra, Edgar Laureano (ORCID: 0000-0003-4627-6339)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LIMA – PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

Agradecemos a Dios por habernos permitido llegar hasta este momento con buena salud y la de nuestros seres queridos, a nuestros padres por habernos apoyado en los momentos más trascendentales de nuestras vidas, a nuestros maestros por su tiempo y dedicación.

## **Agradecimiento**

Agradecemos enormemente a toda nuestra familia en especial a nuestros padres que nos ayudaron a seguir nuestro estudio de Licenciatura.

## Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	20
3.1 Diseño y tipo de investigación	20
3.2 Operacionalización de la variable.	21
3.3 Población, muestra, muestreo	25
3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	25
3.5 Procedimiento	27
3.6 Método de análisis de datos	28
3.7 Aspectos éticos	28
IV. RESULTADOS	30
V. DISCUSIÓN	41
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	50

## Índice de tablas

Tabla 1: Operacionalización de la variable 1 Employer Branding	23
Tabla 2: Operacionalización de la variable 2 Gestión de Talento Humano	24
Tabla 3: Validación del Instrumento por Especialistas.	26
Tabla 4: Prueba de Fiabilidad, Variable 1 Employer Branding	27
Tabla 5: Prueba de Fiabilidad, Variable 2 Gestión de talento humano	27
Tabla 6: Resultado total por niveles de Employer Branding	30
Tabla 7: Resultado total por dimensiones de la variable Employer Branding	31
Tabla 8: Resultado total por niveles de Gestión de talento Humano	32
Tabla 9: Resultado total por dimensiones de la variable Gestión de talento Humano	33
Tabla 10: Prueba de normalidad	34
Tabla 11: Criterios de relación	35
Tabla 12: Correlación entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano	35
Tabla 13: Correlación entre la atracción del personal y la Gestión del talento humano	37
Tabla 14: Correlación entre la retención del personal y la Gestión del talento humano	38
Tabla 15: Correlación entre la adaptación del personal y la Gestión del talento humano	40

## **Índice de figuras**

Figura 1. Distribución porcentual por niveles de Employer Branding.	30
Figura 2. Distribución porcentual de las dimensiones de la variable Employer Branding.	31
Figura 3. Distribución porcentual por niveles de Gestión del talento humano.	32
Figura 4. Distribución porcentual de las dimensiones de la variable Gestión de talento humano.	33

## Resumen

La investigación tuvo el propósito de determinar la relación que existe entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano de los trabajadores de la autor Empresa J.E. 2020, se utilizó al autor Martínez y Sánchez (2018), para asentar la variable 1 "Employer Branding", para la variable 2 "Gestión de talento humano", se aludió al (Chiavenato, 2009), La metodología adaptada, fue de tipo básica, de diseño no experimental, de enfoque cuantitativo, de corte transeccional, de método deductivo, la población fue de 48 trabajadores de la empresa J.E, la muestra fue de 30 individuos, la técnica fue la encuesta y la herramienta el cuestionario de 30 preguntas por variable, que fueron validadas por 3 especialistas en la materia, La confiabilidad del instrumento se ejecutó con el test de Alpha de Cronbach, obteniendo un resultado de 0,961 y 0,951 para cada variable respectivamente, los resultados de significancia para la hipótesis general es de ,000 el grado de relación entre estas fue de: 75.4% y se concluyó finalmente que "A mejor utilización del Employer Branding mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020."

**Palabras Claves:** Employer branding, gestión de talento humano, marketing empresarial.

## **Abstract**

The purpose of the research was to determine the relationship that exists between Employer Branding and the Management of human talent of the workers of the author Company J.E. 2020, the author Martínez and Sánchez (2018) was used to establish variable 1 "Employer Branding", for variable 2 "Management of human talent", alluded to (Chiavenato, 2009), The adapted methodology was of type basic, non-experimental design, quantitative approach, transectional cut, deductive method, the population was 48 workers from the JE company, the sample was 30 individuals, the technique was the survey and the tool the 30-question questionnaire per variable, which were validated by 3 specialists in the field. The reliability of the instrument was executed with the Cronbach's Alpha test, obtaining a result of 0.961 and 0.951 for each variable respectively, the results of significance for the general hypothesis is, 000, the degree of relationship between these was: 75.4% and it was finally concluded that "The better the use of Employer Branding, the better the Management of the human talent of the employees of the J.E Company 2020."

**Keywords:** Employer branding, human talent management, business marketing.

## I. INTRODUCCIÓN

Los cambios de paradigmas sobre la gestión y comportamientos organizacionales han ido gestando nuevos conceptos y cosmovisiones acerca del valor que tienen las personas dentro de las empresas. Así, la percepción del capital humano es permeado por nuevas teorías y formas de entender y organizar el mundo empresarial.

En este escenario, aparece el enfoque de competencias laborales, como una nueva forma de diligencia del talento humano por lo que permite reseñar el desarrollo que practican las compañías para cautivar y conservar empleados tomando como consideración las competencias, habilidades y talentos para cumplir sus funciones laborales.

Esta nueva tendencia, nutrida por el contexto digital donde cada día el acceso a la información genera escenarios competitivos entre empresas ya que los empleados pueden elegir entre entornos laborales valorando los pros y los contras de trabajar en ella u otra con solo una búsqueda de Google.

Sin duda, esta posibilidad genera altos márgenes de competitividad en el momento de atraer y retener personal. De allí que, desde la gestión del talento, las organizaciones deben incorporar un elemento a mejorar y es su imagen corporativa o Employer Branding.

Ambler, T., y Barrow, S. (1996). Desde una perspectiva estratégica del talento humano, la herramienta del Employer Branding, sintetiza cómo se aplica el marketing con relación a los recursos humanos y Employer Branding puede ser definida como un conjunto de beneficios para los empleados, beneficios principalmente económicos, funcionales y psicológicos ofrecidos por el empleador para que se sienta identificado con la institución (p.1)

Dentro de la propuesta de valor, el Employer Branding es el medio que comunica lo que la empresa propone dentro de la cadena con la cultura, sistemas y actitudes de la organización, así como la cadena de relaciones entre el empleador

y el empleado para construir una visión compartida del éxito en el logro de la finalidad, productividad, satisfacción a nivel profesional y principalmente personal.

Bajo esta proyección, en el plano internacional. Deloitte (2017) señaló, en el informe “Global Human Capital Trends 2017” que el 80% de las empresas a nivel mundial han priorizado el Employer Branding como su guía negocio. Las organizaciones orientan su gestión hacia la implementación de la estrategia que combina el marketing con el talento humano y han logrado beneficiar el desarrollo profesional sobre la base del compromiso, el sentido de pertenencia en condiciones laborales favorables.

Asimismo, en el contexto nacional, una de las corporaciones que ha implementado la estrategia con excelentes resultados es “Sodimac”. Esta empresa, se caracteriza por el abordaje de su marca empleadora con orgullo y de manera coherente con la potenciación de los talentos de sus empleados.

De manera permanente, prioriza el bienestar personal de sus empleados, así como el desarrollo de temas acerca de la ética y transparencia individual y empresarial a través de enfatizar su filosofía organizacional que lleva a que sus colaboradores generen un compromiso con la marca. Dentro de sus estrategias, utiliza el reconocer a los empleados como “embajadores de marca” recibiendo retroalimentación de los procesos de selección. El objetivo de “Sodimac” está dirigido a crear una marca empleadora donde los interesados aspiren ingresar a sus postulaciones laborales.

En el ámbito local, la Empresa J.E, la cual tiene 33 años ofreciendo una propuesta ágil en el desarrollo y especialización en la ejecución de proyectos de centros comerciales, centros de distribución y logística, edificaciones industriales, sedes corporativas, oficinas, proyectos residenciales y hoteleros. Sin embargo, se visualiza una problemática en los métodos para atraer, contratar y retener el personal. Los niveles de rotación de personal continúan siendo una desventaja para el éxito organizacional.

Entre las principales causas, se ha indagado que los motivos más comunes se deben a: la poca conciliación laboral, por extensivas horas de trabajo, la

condición de trabajo paupérrima, sueldos debajo del promedio, estancamiento de labores sin oportunidad de ascender, pagos a destiempo; afectando no solo los costes, sino la ineficiencia del proceso de reclutamiento y selección de personal, capacitación y contratación, y sobre todo formación.

Asimismo, la imagen de la empresa se ha visto seriamente afectada. El desarrollo de la actividad económica no considera dentro de las estrategias el conocimiento de la filosofía organizacional por parte de los empleados, existe escasa motivación y poco sentido de pertenencia de los colaboradores con la empresa.

Debido a esta problemática, tenemos como problema general ¿Cómo se relaciona el Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020? Asimismo, considera algunos problemas específicos como:

¿Cómo se relaciona la atracción del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020?

¿Cómo se relaciona la retención del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020?

¿Cómo se relaciona la adaptación del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020?

Con base en la problemática detectada, la investigación se justifica en el hecho de que los trabajadores han de percibir a la Empresa como referente en bienestar laboral, rentabilidad e innovación por lo que se explica en altos grados de utilidad, eficiencia y eficacia. Por tanto, el desarrollo de una investigación en relación a la existencia entre el Employer Branding con la gestión de talento humano o en la adquisición del talento humano, es menester señalar los nuevos elementos que nutren los fundamentos disciplinares tanto de la administración de empresas, recursos humanos y marketing, lográndose fusionar para obtener, hoy día, el concepto que da valor a la percepción que tienen y pueden tener los trabajadores sobre el medio laboral mucho antes de ser contratados. Por tanto, el estudio se

justifica en el aporte teórico que ofrece para nutrir la aplicación de esta herramienta de gestión relativamente nueva.

Desde lo empírico, la investigación se justifica porque, a partir de la perspectiva del marketing, la marca del empleador es una posibilidad de solución a largo plazo, para la solución de escasez de personal idóneo nos referimos el talento humano, considerando que todas las estrategias de recaudar mejor talento humano son de corto plazo y se activa mediante la oferta de sus vacantes.

A nivel social, la investigación se justifica porque los resultados incidirán directamente en las personas quienes darán lo mejor de sus capacidades para ser parte de una empresa que los valora y ofrece crecimiento personal y profesional; generando altos niveles de motivación, satisfacción y felicidad de sus empleados que se traduce en estabilidad, equilibrio social, eficiencia y productividad, generando un efecto positivo en la evolución de las familias que se transfiere a la comunidad y por tanto a la sociedad.

Como justificación metodológica, la investigación se realizó de manera ordenada, mediante el enfoque cuantitativo, de método deductivo y se creó un instrumento que nos ayudó a determinar la relación que existe entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E., La Molina 2020.

De allí que, se ha formulado el siguiente objetivo general: Determinar la relación que existe entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E., La Molina 2020, Este objetivo general será logrado a partir del desarrollo de los objetivos específicos que se describen a continuación:

Indicar cómo se relaciona la atracción del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020.

Determinar cómo se relaciona la retención del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020.

Indicar cómo se relaciona la adaptación del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020.

Como hipótesis general tuvimos: existe relación directa entre el Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E. 2020. Asimismo, considera algunas hipótesis específicas como:

Existe relación directa entre la atracción del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020.

Existe relación directa entre la retención del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020.

Existe relación directa entre la adaptación del personal y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E., La Molina 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentó las investigaciones internacionales y después las investigaciones nacionales que están, vinculadas a la presente investigación, relacionadas especialmente a los objetivos presentados referidos a el Employer Branding y la Gestión del talento humano, ello como herramienta del marketing para poder acceder al mejor personal del medio y tratar de mantenerlos por la mejora de la institución.

Gómez et.al (2016), orientaron su investigación en verificar algunas formas que permitieran controlar la rotación de personal en las empresas, obteniendo como resultado que aquellas empresas que desarrollaban el employer branding lograban una mejora en este sentido. A través de una investigación de tipo cualitativo, se propuso analizar el efecto en la imagen corporativa para los empleados y para aquellos que se encuentran en búsqueda en el mercado de trabajo digital. Como resultado comprobaron la efectividad que tiene el employer branding cuando es utilizada de manera coherente con el mensaje corporativo y su difusión es constante y adaptada a las necesidades de los empleados. Con base en su estudio, los investigadores recomiendan a las empresas asignar un mayor presupuesto para desarrollar la marca y hacer uso correcto y pertinente de los canales de comunicación a fin de utilizarlos para potenciar los sistemas de atracción y retención del personal desde la esencia misma de la empresa que al final se retribuye como una ventaja competitiva que da y ofrece valor empresarial. El aporte que la investigación ofrece a la presente es de tipo teórico y metodológico por cuanto presenta herramientas.

Con el mismo propósito, Horstmann y Martin (2018), analizaron la figura del employer branding como una estrategia de gestión que fomenta la atracción y retención del talento empresarial a través de una investigación documental. El análisis fue realizado con respecto a las consecuencias prácticas que posee la herramienta acerca de la circunspección de gestión del talento humano a fin de aportar a la comprensión del mismo, dado los niveles de imprecisión que, dentro del campo empresarial, aún mantiene el employer branding dentro de los procesos de gestión. En el análisis, consideraron que los altos niveles competitivos,

caracterizados por la guerra por el talento, exigen a las empresas la implementación de herramientas creativas que fusionen no solo los aspectos relacionados con el marketing digital para poder vender mejor la empresa; sino que contribuyan creativamente a potenciar la imagen corporativa desde la misma filosofía empresarial, con proyección de valores donde los trabajadores se sientan identificados para poder lograr altos niveles de pertenencia y compromiso laboral.

Sullivan, J. (2004). Concluyen que, cuando una empresa desarrolla su marca del empleador de manera adecuada los beneficios, rendimiento y crecimiento empresarial se dan de manera global. Este análisis, aporta insumos teóricos para la investigación que se desarrollará a fin de estudiar contextualmente, la influencia de esta herramienta en la adquisición de personal idóneo que es denominado “Talento Humano”

Blasco y otros (2014) el employer branding nace del cúmulo de los sistemas y valores que tiene una organización al momento de cumplir su finalidad corporativa a través de personas idóneas, por lo general a estos tipos de temas las empresas no les toman la debida atención.

Gilani (2017) La finalidad de la investigación es examinar qué efecto posee la marca del empleador para conservar al personal en la empresa, a través de temas claves permitiendo conocer las expectativas de desarrollo organizacional en cuanto a la gestión de la marca del empleador.

Neme y Campo (2019) el employer branding se ve considerado como el responsable de establecer la gestión de la marca, teniendo como finalidad que las organizaciones perduren en el tiempo, por ello se ha venido innovando el estudio de la marca empleadora, con la finalidad de lograr buena conexión entre la alta gerencia y sus colaboradores, con el claro propósito de que estos últimos interactúen de forma comprometida, alcanzando un efecto positivo en la organización, permitiéndoles crear una buena imagen siendo una organización confiable.

Por su parte, Pino (2018) analizó la importancia que tiene la relación empleado y organización en lo más reciente, la cual se pudo observar en la

necesidad de ajustarse a la demanda de los tiempos actuales. Enfoca su estudio en demostrar que el employer branding y su marco teórico conceptual es una de las herramientas más pertinentes para atraer talento hacia la organización y comprometerlo, la vinculación compromiso -marca, de acuerdo con esta estrategia es multidimensional siendo lo sensorial, emocional e intelectual campos experienciales de la misma importancia que lo comercial. Con base en su apreciación, concluye que el employer branding influye de manera determinante en la cultura organizacional y que a nivel de propuesta para cualquier empresa debe ser integrada, articulada, diferenciada y debidamente comunicada.

En el ámbito nacional, destacan los trabajos de investigación de Cuba et al. (2018) quienes identificaron y consolidaron siete acciones en un plan de implementación que pueden ser utilizadas por empresa peruanas de consultoría que carecen de estrategias definidas, con la intención de atraer, retener y desarrollar talento y el marco de jurisprudencia laboral donde puedan ser integradas como políticas empresariales frente a las nuevas formas de trabajo producto del cambio tecnológico. La investigación que fue de tipo proyectiva, ofrece insumos teóricos y prácticos que favorecen la comprensión de elementos claves para ajustar al entorno tecnológico la cultura organizacional utilizando el employer branding como herramienta de gestión integral que ofrece ventaja competitiva a la empresa desde sus propias necesidades.

En el mismo orden de ideas, Villani (2017) presentó ante la Universidad de Lima una investigación denominada: La Marca empleadora como táctica de atraer y retener talento. El estudio plantea la manera en que las industrias en el Perú emplean su imagen como sitio prioritario para laborar y manifestando este símbolo con el fin de atraer y retener al talento a sus filas. El employer branding es la expresión que abrevia esta innovadora manera de ubicar a una empresa como un excelente espacio para trabajar: cuáles son los estímulos que se promete a los trabajadores y que se le brinda a fin de trabajar para ella. Para estudiar el tema, seleccionaron a un pequeño grupo de cinco magnas organizaciones de distintos rubros económicos, con sucursal en Lima, distinguidas por sus excelentes experiencias laborales. Averiguaron lo que se está realizando para incorporar y preservar muy complacidos a sus empleados en un tiempo donde los medios

sociales son el juzgado público para acercarse a todos los fragmentos del mercado.

El estudio, se desarrolló a partir de la labor de campo donde se realizaron conversaciones a mayor escala entre ejecutivos de las secciones de Recursos Humanos de las cinco organizaciones y la observación y seguimiento a su actuar en los medios sociales para llegar a percibirse como grandiosas empresas donde trabajar. Con esta indagación se pretende manifestar el progreso de las empresas en objeto de crecimiento de su marca empleadora y de expansión de esta marca dentro y fuera de sus organizaciones. El estudio aporta elementos importantes para el análisis, por cuanto desarrolla a profundidad la temática y presenta datos y casos prácticos para conocer en gran medida los procedimientos que le dieron resultados que permitan comparar las prácticas de gestión que conllevará esta investigación.

De la misma forma, Medina (2018) planteó una investigación cuyo propósito fue analizar dos variables, en primer lugar, el marketing interno como conjunto de acciones los cuales se desenvuelven al interno de la compañía como estimulación e incentivar a los trabajadores y clientes internos y que a la larga genera un clima organizacional determinado y el compromiso organizacional como el resultado de la ejecución de este conjunto de estrategias. En su estudio estableció la correlación entre las dos variables; concluye que las estrategias de marketing que la organización implemente son determinantes para alcanzar un buen nivel de compromiso organizacional el cual incide en el éxito empresarial. El estudio fue tomado en cuenta para dar fundamento a este trabajo debido a que fortalece teóricamente dos dimensiones de una de las variables que se pretende operacionalizar.

Los antecedentes descritos, aportan orientaciones claras acerca de las incidencias de la gestión de talento humano en todos los niveles organizacionales y que el Employer Branding no sólo es efectivo como política de gestión de talento, sino que beneficia al rendimiento global de las empresas. De allí los aportes que ofrecen a la investigación y lo indispensable que es realizar diagnósticos interno y externo de las necesidades de la empresa para optimizar resultados

La variable de estudio, está conformada por el Employer Branding, que surge de la era digital y la forma como el cambio tecnológico y sus implicaciones se han

ido reconfigurando de manera radical, en el último año, los métodos de trabajo y la gestión empresarial en general.

El Employer Branding se ubica dentro del modelo de empresa social, cuyo centro se basa en la visibilidad y competitividad de mercado que le exige, obligatoriamente crear una cultura corporativa donde el principal recurso estratégico lo componen las personas en sus múltiples relaciones; sólo a través de estas se genera valor y altos niveles de crecimiento y desarrollo empresarial (Borzaga, 2014, p. 46)

En este proceso interactivo, donde las plataformas y redes se convierten en un circuito de comunicación integrada para el diálogo permanente, el Employer Branding emerge como una alternativa al marketing digital para la atracción y retención del talento en las empresas.

Bredwell (2016) afirmó que el Employer Branding es “la percepción sobre la experiencia de trabajar en la organización, de todos los que conforman la empresa” desde esta definición inicial, el Employer Branding implica una visión particular que engloba lo que se siente al trabajar para una empresa determinada.

De igual forma, Starineca (2015) afirmó que “el Employer Branding es la expresión externa de la cultura interna” afirmación que resalta la importancia que tiene la herramienta para fortalecer procesos organizacionales integrados tales como la identidad, el liderazgo, la marca, la cultura y clima organizacional desde los fines específicos de la empresa y con el fin de mejorarlos y superarlos.

Es así como, el Employer Branding más allá de una definición implica una nueva forma de formar un fuerte sentimiento de pertenencia hacia la marca del empleador y su implementación en las empresas debe estar precedida por una exitosa campaña de comunicación interna donde se comuniquen todos los elementos que configuran la cultura organizacional que todos los trabajadores deben conocer y las personas que prefieran trabajar en la empresa que accedan a alguna oportunidad de trabajo deben, de igual manera conocer los aspectos básicos que les permita decidir y trabajar en la empresa por convicción y no solo como una

opción. Solo así, el nexo que se cree entre el empleado y el empleador a través de su marca tendrá trascendencia y generará un crecimiento global.

Martínez y Sánchez (2018) definieron como Employer Branding como en la diferenciación de marca, es decir el Employer Branding, trata de diferenciar a los empleadores en la medida, que proporcionan beneficios y experiencias para con sus empleados, pero a su vez la experiencia con el cliente, como un elemento de Marketing moderno; los consumidores en este tipo de herramienta serán los empleados potenciales y los que se encuentran laborando en la organización, La imagen de marca como empleador está relacionada con una organización exclusiva desde la dimensión del empleador.

Algunas de las dimensiones que proponen Martínez y Sánchez (2018)

En cuanto a la dimensión 1; Atracción del personal, Martínez y Sánchez (2018) Contiene un cúmulo de actividades, que tiene como principal finalidad buscar y encontrar candidatos accesibles para poder cubrir una vacante, y se comienzan desde la publicación de anuncios en las bolsas de trabajo, hasta negociar de manera permanente las prestaciones con el empleado que en el futuro se pretende contratar.

En cuanto a la dimensión 2; Retención del personal Martínez y Sánchez (2018) conceptualizaron a la retención personal como la promoción de acciones efectivas para generar una cultura que predisponga al desarrollo profesional, y un buen clima organizacional; característico de buena comunicación interna, trabajo en equipo y condiciones óptimas de trabajo que ayude a los colaboradores a sentirse comprometidos con la compañía y sus objetivos.

En cuanto a la dimensión 3; Adaptación del personal Martínez y Sánchez (2018), señalaron que la adaptación del personal se refiere a cuando los trabajadores se sienten conforme al lugar de trabajo donde desarrollan sus actividades, y hacen la adaptación implica una constante interacción e inter modificación entre el individuo y el medio.

La retención del personal es un procedimiento en el que se incita a los empleados a seguir constantemente en los ejercicios de sus funciones dentro de la

organización por un lapso de tiempo extendido, empleando las técnicas e instrumentos de retención más apropiadas. La retención personal es función principal del departamento de recursos humanos (De León, 2013, p. 52).

La otra variable de estudio, la gestión del talento humano ha sido objeto de estudio a la par con su evolución histórica en el campo empresarial. En el caso de esta investigación, se relaciona la gestión del talento humano con uno de los nuevos conceptos que ha permitido el avance significativo del desarrollo organizacional como es el Employer Branding a fin de analizar la influencia que ejerce sobre esta. Correlativamente con la intención de esta investigación, se describen los antecedentes previos al estudio a nivel internacionales y nacionales.

En el ámbito internacional, diversos investigadores, intentan describir las dinámicas que se desarrollan en las organizaciones en función de la forma como se tejen las relaciones laborales y de qué manera las nuevas estrategias empresariales van configurando nuevas formas de entender las empresas. Entre ellos destacan los trabajos de Gómez, Ruibal y otros (2016) en Argentina, Horstmann y Martin (2018) en España y Pino (2018) en Ecuador.

En relación al enfoque conceptual que sustentan el estudio, se ha hecho necesario la búsqueda de nuevas perspectivas al desarrollo de las organizaciones basadas en calidad, eficiencia, eficacia, efectividad, productividad, coherencia, congruencia, satisfacción, compromiso y satisfacción, reorientando el enfoque hacia la búsqueda de nuevas estrategias o modelos de gestión para lograr la pertinencia que aseguren el éxito empresarial.

Para efectos del presente, se hará énfasis en el modelo de Gestión del Talento y su relación con el employer branding como herramienta que fortalece los sistemas de gestión en su conjunto.

Por otro lado, para poder conceptualizar la variable talento humano podemos señalar la clásica definición del maestro Chiavenato.

Chiavenato (2017) definió la gestión del talento humano como “la estrategia de una organización para la contratación, capacitación y retención de los empleados

que desarrollan un mejor rendimiento. Se basa en cuatro fases que consisten en seleccionar al personal, evaluar su potencial, desarrollarlo y retenerlo. Es, por lo tanto, una estrategia laboral a largo plazo” (p.23).

Esta definición es una de las más completas y se enmarca dentro de la visión del mundo empresarial, en el cual la gestión del talento humano está íntimamente relacionada con los Recursos Humanos como matriz tradicional de organización del personal.

Hoy, el enfoque que tiene la gestión del talento humano va mucho más allá de la simple contratación, nóminas, entrevistas y ese proceso, sino que es un concepto mucho más integral que es desarrollado a través de diferentes etapas o fases. La siguiente figura representa estas cinco fases consideradas importantes.

### Fases de la Gestión del Talento Humano



Fuente: Instituto de Posgrado (2018)

La figura refleja cinco fases importantes que se ejecutan en la gestión de talento humano, la primera hace referencia a la estrategia que tiene que ver con los métodos, formas y procedimientos que de manera planificada deben desarrollarse para el logro de los objetivos y las metas organizacionales.

La segunda fase tiene que ver con la selección del personal para el cual la empresa debe tener indicadores claros de la forma en la que atrae y capta el talento humano a la empresa.

La tercera fase se refiere a la evaluación o considerada una fase vital para la empresa y para su desarrollo debe contar con un sistema de evaluación integral.

La cuarta fase, según esta fuente está relacionada con el desarrollo del talento humano el cual debe fomentar la formación y capacitación continua de su personal y la quinta fase está referida a la retención del talento como un medio a través del cual se fijan posturas, decisiones de permanecer en la empresa lo que implica que esta cumpla con ciertos requerimientos, beneficios y valor agregado también a sus empleados y trabajadores.

Se han considerado como dimensiones los procesos que define Chiavenato (2008):



La planificación estratégica como un componente que la define e integra y; por tanto, toma en cuenta todas las competencias laborales, tanto de tipo básicas, genéricas o específicas para que pueda ser eficaz.

El Talento humano no solo se trata de la actividad donde hay compromiso por parte de los individuos, sino también diversos factores con los que se caracteriza cada uno para el desempeño de sus actividades, entre más preparación tengan mejor será su desenvolvimiento para las tareas asignadas a través de sus

conocimientos, experiencias, habilidades, destrezas, motivación y potencial de cada individuo (Moreno, 2012)

La gestión de talento humano es de suma importancia, para que las organizaciones realicen dentro de su productividad mayor ganancias, es por ese motivo que la herramienta de atracción del personal es un éxito dentro de la administración actual. (Calderón, 2013)

Quezada (1999), definió competencia como “la capacidad de desarrollar eficazmente un trabajo, utilizando los conocimientos, habilidades, destrezas y comprensión necesarios, así como los atributos que faciliten solucionar situaciones contingentes y problemas” (p.141)

Expresó que para que una persona muestre las competencias incluidas en los perfiles requeridos, por su trabajo o por las situaciones personales que afronta, es necesaria la presencia y conjunción de elementos como: saber, saber hacer, saber estar, querer hacer y poder hacer. El reclutamiento y selección del personal como procesos inherentes a la gestión, se encuentra ligado a los nuevos enfoques de atracción y retención del personal y son abordados desde una visión relacional entre las variables.

Por su parte, la capacitación se asume como un proceso de mejora continua dentro de las organizaciones conjuntamente con la evaluación del desempeño. De igual manera, la recompensa o sistema de beneficios, no solo remunerativos sino de creación de ambientes laborales armónicos donde el trabajador se sienta motivado, influyendo así, en el compromiso y sentido de pertenencia con la organización, que se traduce en aumento de los niveles de productividad y eficiencia.

Prieto (2013), precisó que el talento es considerado como aquella capacidad que ostenta cada sujeto para solucionar conflictos sagazmente, empleando todas las destrezas, instrucciones, costumbres y potencial, envueltos con miras al desarrollo de la compañía, vale decir agregándole valor. Asimismo, es de fundamental importancia, ya que concede opiniones novedosas a través de sus competencias donde se debe de explotar al máximo para detectar su cualidad más

exquisita, como parte de un grupo de trabajo o decisiones que impulsen el desacuerdo, donde los empleados puedan detectarse, asumir responsabilidad y acumular de las técnicas y fines de la compañía (p, 100).

El Talento humano es aquella capacidad humanística o aquellos participantes que inciden significativamente en la productividad y desarrollo empresarial empleando estrategias internas y externas como atracción retención y captación del personal por parte de la organización (Camisón y Cruz, 2014, p. 98).

Robbins (2016). Conceptualiza a la gestión del talento humano como aquel cúmulo de manejos y prácticas indispensables para regir los ámbitos de los cargos administrativos vinculados con los sujetos o medios, involucrado el reclutamiento, selección, adiestramiento, distinciones y estimación de su normal desempeño (p. 55).

También es considerado como dirigir con los sujetos y no dirigir a ellos. Esto involucra, que el departamento de recursos humanos cumple un rol importante, por la cual impulse la cooperación de las personas en las diversas disposiciones y que cambien a los directores autoritarios en verdaderos líderes que sean empáticos e inciten. Empleando la capacidad absoluta y la aptitud de las personas para alcanzar una concordancia de esfuerzos e incremento de conocimientos (De León, 2013, p. 25).

Talledo (2017), indicó que el Talento Humano es una acción que no es dependiente de las autoridades absolutas de la organización, disposiciones y preceptos. Precisó que la significancia de una participación de la organización destaca constituir una cadena de medidas como la responsabilidad de los empleados, con los fines empresariales. Promoviendo capacitación constante, una línea de carrera para su formación profesional en función a la productividad.

La gestión de talento humano es un mecanismo trascendental necesario para combatir los novedosos desafíos que le asigna el medio. Es incentivar el grado de excelencia de las capacidades personales en concordancia a las necesidades estratégicas donde se avala el impulso y dirección del potencial de los sujetos, discerniendo de lo que son capaces de hacer (Cuesta, 2015, p. 133).

Porret (2014), precisó que el talento humano son aquellas acciones priorizadas y políticas indispensables para optimizar las cuestiones que tienen apego con las relaciones humanas de las labores gerenciales; en concreto se basa de atraer, capacitar, calificar, abonar y conceder un panorama sólido y equilibrado para los trabajadores de la empresa (p. 200).

La importancia del talento humano de toda la compañía se basa en su aptitud para absolver idóneamente y con cumplimiento los fines del ejercicio de las labores consiguiendo la satisfacción en la compañía, tanto con lograr el trabajo individual y grupal, empleando habilidades, espacios y confort para un buen desempeño.

El fin común de las compañías es la incorporación de las personas, siendo el recurso más indispensable en ellas. Si alguien contiene abundante capital, tecnología actualizada y ambiente de trabajo idóneo, pero no escasea de un grupo de sujetos, o se encuentren mal capacitadas, con falta de motivación para comprometerse con sus funciones, la gloria que busca la compañía sería totalmente imposible (Arrobo, 2013, p.90).

Alles (2014), señaló que las funciones de este mecanismo, está precisada como función empleo, que provee a la compañía en cada instante el personal indispensable, en cuantitativo como cualitativo, con el propósito de desplegar espléndidamente los procedimientos de producción con un análisis de rentabilidad financiera. Desarrollando ser añadidos, incorporar personal a la empresa o reducidos, contratar personas en la compañía (p. 166).

La importancia en el talento humano hace mención al procedimiento que desenvuelve y agrega novedosos componentes a la masa laboral y que sobre todo impulsa y contiene un medio humano efectivo. La existencia de un impacto respecto a los recursos humanos ha sido con los fines de la compañía, a sabiendas que esta es un método en que la compañía valora, estima y dirige el ejercicio de los trabajadores ya sea por formación, flashback y el soporte alcanzado.

García (2013), sustentó que unas de las características más primordiales en el talento humano es que genera un ansia a futuro lo cual practica una compañía empresarial en el área de los recursos humanos siendo fuente clave para la planificación de las estrategias de empleo. Asimismo, otras de las características

importantes se hallan en tres posturas distintas: El éxito de la organización obedece a los sujetos que la ejercen, los sujetos no tienen restricciones y fortalecen los ámbitos positivos, desechando lo negativo (p. 189).

De esta manera, otra característica es el aspecto psicológico, donde deberá efectuarse de forma sistemática que, ejecutando la asociación entre todos los rubros del trabajo, favoreciendo a los ámbitos externos e internos, a todos los comensales apoyando para el fortalecimiento y crecimiento de la compañía (Cuesta, 2015, p. 140).

Jerico (2008), argumentó que el procedimiento de la gestión de talento se encuentra fragmentado en (1) Acogimiento de sujetos (2) empleo de los sujetos (3) Indemnización de los sujetos (4) Desarrollo de los sujetos (5) sostenimiento de los sujetos y por último (6) calificación de las personas. Estos procedimientos se estructuran según las incidencias externas e internas para alcanzar mayor congruencia entre sí (p. 415).

Talledo, (2007), acotó que la atracción de talento, es considerado una secuencia de acciones que tienen como propósito ubicar candidatos factibles para llenar los puestos vacíos, corresponde desde la publicación de anuncios en medios de comunicación hasta llegar un acuerdo con el trabajador que cumple las cualidades requeridas que se pretende adquirir sus servicios (p. 174).

Es aquella estrategia empleada por parte del área de recursos humanos para cubrir puestos que se encuentran libres y así no verse perjudicada la compañía, apostando al cuidado de las organizaciones y de los mismos trabajadores, por eso se debe de cumplir con una serie de actividades estratégicas, entre ellas el anuncio, la elección, la entrevista y la contratación de las personas (Arrobo, 2013, p. 100).

Robbins (2016), indicó que, la retención del personal es un procedimiento que comprende en producir estabilidad del talento humano y sus funciones laborales con responsabilidad, conservando incentivos prolongados hacia las personas. Asimismo, es indispensable poseer una planificación que sirva a la retención, básicamente, de los sujetos asumidas como talento humano, que resalten sus resultados concediendo beneficios adyacentes a la empresa. Por esta razón, deben

estar identificados, debido a que son irremplazables, los talentos que se hallan en la organización (p.95).

La capacitación permanente del personal alcanza a los trabajadores planificar, optimizar y efectuar de forma ordenada, proactiva, eficaz sus funciones con el apoyo de los demás colaboradores de la compañía. De este modo es indispensable crear un conjunto de trabajo de elevado rendimiento y efectuar una acción garantizada con los más destacables índices de calidad (Camisón y Cruz, 2014, p. 106).

La capacitación laboral son aquellas actividades de carácter formativas que realiza de manera permanente una compañía para incrementar ideas, destrezas, corregir comportamientos de su personal empleado. Estas actividades se realizan respecto a cada necesidad que surge de cada organización.

En el interno de la empresa existe el adiestramiento que conforma parte de la capacitación, que se realiza a empleados que hacen labores que contribuye esfuerzo físico; diferenciándose en que la capacitación se fomenta el incremento de aprendizaje intelectual y el adiestramiento incremento de aprendizaje físico. En conclusión, ambas ayudan a complementarse mejor en el ambiente laboral para lograr los objetivos empresariales (Prieto, 2013, p.123)

### III. METODOLOGÍA

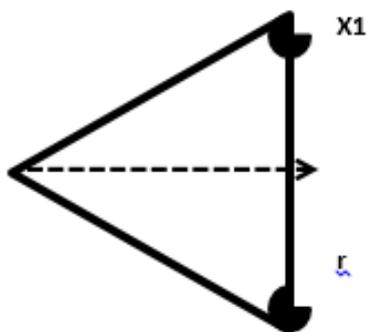
#### 3.1 Diseño y tipo de investigación

##### Tipo de investigación

La investigación fue de tipo básica según su función, esto en palabras de Carrasco (2013), donde señaló que este tipo de investigación está, orientada a temas teóricos, en ese sentido, podemos afirmar que es básica porque fundamentalmente no busca cambiar la realidad, es decir se produce en el marco teórico y se mantiene en él.

##### Diseño de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014), manifestaron que, el diseño que se utilizará en nuestro estudio es No Experimental, debido a que las variables no serán apta para que sea maniobrada, visualizando y describiendo las diversas presencias de fenómenos en un entorno natural, cuyo fin es de examinarlos estadísticamente, asegurando que el tipo de diseño es el correlacional causal. (p. 152).



##### Dónde:

**M**, Es la muestra de investigación

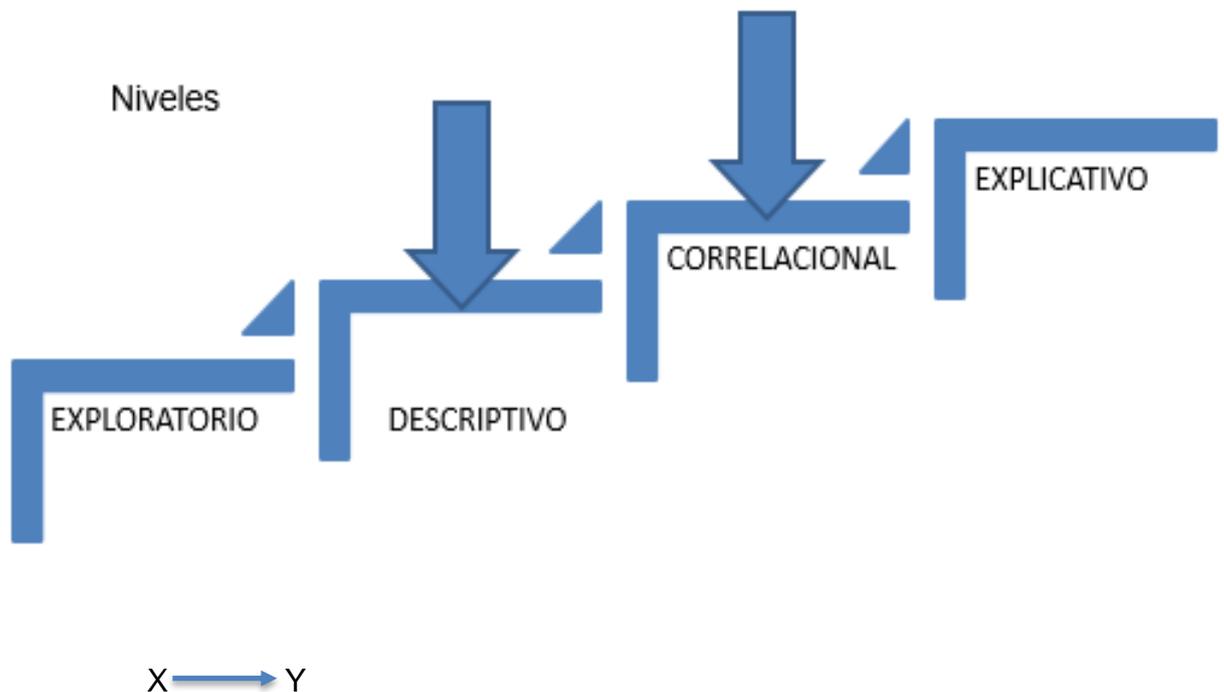
**X1**, Es la variable 1

**Y2**, Es la variable 2

**r**, Es la correlación entre ambas variables.

##### Nivel o alcance

El nivel es descriptivo correlacional ya que muestra con precisión determinados ángulos de un suceso o situación. El nivel descriptivo correlacional determina primero la descripción de las variables de la investigación, a continuación también se hablará, el grado de asociación de las variables para analizar la asociación existente, por otro lado es un tipo estudio, no experimental no se maniobrara, las variables de estudio.



X= VARIABLE 1 (Employer Branding)

Y= VARIABLE 2 (Gestión del Talento Humano)

### 3.2 Operacionalización de la variable.

**Variable 1:** Employer Branding

#### **Definición conceptual:**

Martínez y Sánchez (2018) definieron como Employer Branding como en la diferenciación de marca, es decir el Employer Branding, trata de diferenciar a los empleadores en la medida, que proporcionan beneficios y experiencias para con sus empleados, pero a su vez la experiencia con el cliente, como un elemento de Marketing moderno.

#### **Definición operacional:**

La siguiente variable Employer Branding es de naturaleza cualitativa, es dividida en 3 dimensiones las cuales son: Atracción de personal, con tres indicadores, la dimensión Retención del personal, con 2 indicadores y por último la adaptación del personal, con 3 indicadores, para poder realizar los cuestionarios, con respuestas politómicas, tipo Likert.

## **Variable 2:** Gestión del Talento Humano

### **Definición conceptual:**

Chiavenato (2017) definió la gestión del talento humano como “la estrategia de una organización para la contratación, capacitación y retención de los empleados que desarrollan un mejor rendimiento. Se basa en cuatro fases que consisten en seleccionar al personal, evaluar su potencial, desarrollarlo y retenerlo. Es, por lo tanto, una estrategia laboral a largo plazo” (p.23).

### **Definición operacional:**

La variable gestión de talento humano, es de naturaleza cualitativa y se divide en 6 dimensiones, planificación estratégica, reclutamiento, selección, capacitación, recompensa evaluación del desempeño, para poder realizar los cuestionarios, con respuestas politómicas, tipo Likert, las cuales son:

Tabla 1:  
Operacionalización de la variable 1 Employer Branding

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles y rangos
<b>Employer Branding</b>	Martínez y Sánchez (2018) definieron como Employer Branding como en la diferenciación de marca, es decir el Employer Branding, trata de diferenciar a los empleadores en la medida, que proporcionan beneficios y experiencias para con sus empleados, pero a su vez la experiencia con el cliente, como un elemento de Marketing moderno	La siguiente variable Employer Branding es de naturaleza cualitativa, es dividida en 3 dimensiones las cuales son: Atracción de personal, con tres indicadores, la dimensión Retención del personal, con 2 indicadores y por último la adaptación del personal, con 3 indicadores, para poder realizar los cuestionarios, con respuestas politómicas, tipo Likert.	Atracción del Personal	Inducción Imagen corporativa Valores y Filosofía Institucional	1,2,3,4 5,6,7,8,9,10,11,	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Deficiente [11 - 28] Regular [29 - 46] Bueno [47 - 55 ]
			Retención del personal	Capacitación y desarrollo	12,13,14, 15,16,17,18, 19		Deficiente [8 - 18] Regular [19 - 29] Bueno [30 - 40]
			Adaptación del personal	Bienestar Comunicación Marketing	20, 21, 22, 23,24 25, 26 27 28, 29,30		Deficiente [11 - 28] Regular [29 - 46] Bueno [47 - 55 ]
					total 30		Deficiente [30 - 69] Regular [70 - 109] Bueno [110 - 150]

Tabla 2:  
Operacionalización de la variable 2 Gestión de Talento Humano

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles y rangos
<b>Gestión del Talento Humano</b>	La estrategia de una organización para la contratación, capacitación y retención de los empleados que desarrollan un mejor rendimiento. Se basa en cuatro fases que consisten en seleccionar al personal, evaluar su potencial, desarrollarlo y retenerlo. Es, por lo tanto, una estrategia laboral a largo plazo” (p.23).	La variable gestión de talento humano, es de naturaleza cualitativa y se divide en 6 dimensiones, planificación estratégica, reclutamiento, selección, capacitación, recompensa del desempeño, para poder realizar los cuestionarios, con respuestas politómicas, tipo Likert	Planificación Estratégica	Visión y misión institucional, Valores	1-2-3-4-5	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Bajo [5 - 11] Medio [12 - 18] Alto [19 - 25]
			Reclutamiento	Atracción	6-7		Bajo [2- 3 ] Medio [4 - 6] Alto [8 - 10]
			Selección	Competencias laborales Habilidades blandas	8-9-10-11-12		Bajo [5 - 11] Medio [12 - 18] Alto [19 - 25]
			Capacitación	Conocimientos, habilidades y actitudes	13-14-15-16		Bajo [4 - 9] Medio [10 - 15] Alto [16 - 20]
			Recompensa	Sentido de pertenencia	17-18-19-20-21-22-23-24-25-26		Bajo [10 - 23] Medio [24 - 36] Alto [ 37 - 50]
			Evaluación del Desempeño	Motivación	27-28-29-30		Bajo [4 - 9] Medio [10 - 15] Alto [16 - 20]
				Retención			
					total 30		

### **3.3 Población, muestra, muestreo**

La población metodológicamente hablando puede ser comprendida, como un conjunto de personas que deben compartir características muy similares o comunes, de esa forma se define al grupo. (Hernández et al 2014, p.239)

Por otro lado, Carrasco (2009) señaló que la población no solo está comprendida por personas, sino también por sistemas, objetos, sucesos, etc; que deben tener relación con las variables y la realidad problemática, materia de la investigación.

Para el presente proyecto de investigación se tiene una población conformada por 48 trabajadores de la Empresa J.E

#### **Muestra**

Córdova (2013) La muestra puede ser una porción simbólica de la población, por lo general está representada por una “n” minúscula, y puede ser elegida según un muestreo probabilístico y no probabilístico

La presente investigación se tendrá una muestra de 30 trabajadores de la Empresa J.E

**Criterios de inclusión:** se incluirá al personal administrativo de la institución, con la finalidad de que la encuesta sea objetiva

**Criterios de Exclusión:** se excluirá a los trabajadores que están subcontratados, en este caso con contrato de locación de servicios como limpieza y seguridad.

Además, en el presente proyecto de investigación no se usó el muestreo probabilístico, dado que el tamaño de la población fue pequeño, teniendo como unidad de análisis al trabajador de la Empresa J.E.

### **3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad**

#### **Técnicas**

Por las características del estudio, para la recolección de datos con respecto a las variables, utilizaremos la técnica será la encuesta, que consiste en la

formulación de preguntas con respuestas cerradas dirigidas a la muestra escogida, en este caso (Hernández et al. 2014, p.421).

### **Instrumentos**

Como Instrumentos tenemos el cuestionario, que es un conjunto de preguntas cerradas, con cinco opciones de respuestas tipo Likert, realizamos 2 cuestionarios, de 30 preguntas.

Para la presente investigación se utilizará la encuesta y como instrumento de investigación el cuestionario, lo que permitirá medir tanto la variable habilidades gerenciales como clima institucional.

### **Validez**

Hernández et al. (2014) Para que los instrumentos sean válidos y confiables se tendrá en cuenta la validación de expertos que le darán sostenibilidad teórica y científica.

Tabla 3:  
Validación del Instrumento por Especialistas.

<b>Experto</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Puntaje</b>
Dr. Lino Gamarra, Edgar Laureano	Si hay suficiencia, es aplicable	Muy alto
Dr. Cifuentes La Rosa, Cesar	Si hay suficiencia, es aplicable	Muy alto
Mg. Mejía Pilonieta, Daniel	Si hay suficiencia, es aplicable	Muy alto

### **Confiabilidad**

La confiabilidad de un instrumento de medición consiste en el mismo resultado que se obtendrá después de aplicar el instrumento varias veces a la misma persona. En la presente investigación se usará la prueba estadística del alfa de Cronbach para determinar si el instrumento a utilizar es confiable.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Dónde:

K: Número de reactivos

Si<sup>2</sup>= Varianza de cada reactivo

St<sup>2</sup>= Varianza de total de reactivos

### Confiabilidad de los resultados

Tabla 4:  
Prueba de Fiabilidad, Variable 1 Employer Branding

<b>CONFIABILIDAD</b>	
,961	30

Fuente: SPSS 24

#### Interpretación:

En este piloto la confiabilidad fue de 0,961, que lo califica como muy buena o muy satisfactoria,

Tabla 5:  
Prueba de Fiabilidad, Variable 2 Gestión de talento humano

<b>CONFIABILIDAD</b>	
,955	30

Fuente: SPSS 24

#### Interpretación:

En este piloto la confiabilidad fue de 0,955, que lo califica como muy buena o muy satisfactoria.

### 3.5 Procedimiento

Para la recolección de los datos se seguirá el procedimiento que se describe a continuación:

- 1) Se adaptará la encuesta diseñada (ver anexo 2) a un formulario de Google Docs.

- 2) En la base de datos de los trabajadores de la empresa se seleccionarán bajo criterios de inclusión y no exclusión 30 personas y se extraerá sus números de teléfono y correo electrónicos.
- 3) A los trabajadores seleccionados se les enviará en primer lugar un formulario de consentimiento informado solicitando su aprobación para participar en la investigación. (ver anexo 3)
- 4) Con los datos suministrados se procede a aplicar la encuesta, utilizando para ello la red social WhatsApp y el correo corporativo de la empresa JE construcciones generales con el apoyo de recursos humanos.
- 5) Una vez que las encuestas estén completas, de acuerdo a la muestra, se procederá a analizar la información
- 6) Se señalarán la data de forma, ordenada y con gráficos

### **3.6 Método de análisis de datos**

Para el método de análisis de datos señalaremos la forma en la que se obtuvo los datos fue a través de cuestionarios que se aplicaran a la muestra elegida, los cuales son anexados, utilizando la escala de Likert. Posteriormente se procesaron los resultados tabulándolos en el programa SPSS V.24 teniendo como productos tablas y figuras en función de los rangos establecidos. Finalmente, se contrasta la hipótesis estableciendo la estadística considerando el margen de error que es el 5%, para la contratación de hipótesis se utilizara el problema estadístico del SPSS 24, Pearson (Hernández et al. 2014, p. 271).

Se aplicará la confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach, se realizó la estadística descriptiva por objetivos, luego se realizó la prueba de normalidad para poder terminar con la contratación de hipótesis mediante el estudio de la estadística Spearman.

### **3.7 Aspectos éticos**

El trabajo de investigación se tendrá en cuenta la investigación cuestionable en la actualidad criterios que ayudan o dan prueba de la buena fe con la que hemos actuado para la elaboración de la investigación la cual se menciona a continuación: libros físicos, virtuales y múltiples fuentes recopilados de internet como las tesis nacionales e internacionales, revistas, etcétera., en suma se está

realizando el parafraseo con sus respectivas citas bibliográficas; en tanto se lleva a cabo el cumplimiento de la totalidad de ética y siempre respetando el estándar elaborado . A su vez, en la presente investigación se va respetando las convicciones morales, políticas y religiosas que se da en la vida social por el APA, de la actualidad, también haremos Rigor a la identidad de los participantes que apoyaron a este estudio.

## IV. RESULTADOS

### Análisis Descriptivo Comparativo

Tabla 6:  
Resultado total por niveles de Employer Branding

		Employer Branding			Porcentaje acumulado
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
	DEFICIENTE	19	63,3%	63,3%	63,3%
	REGULAR	8	26,7%	26,7%	90,0%
	BUENO	3	10,0%	10,0%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

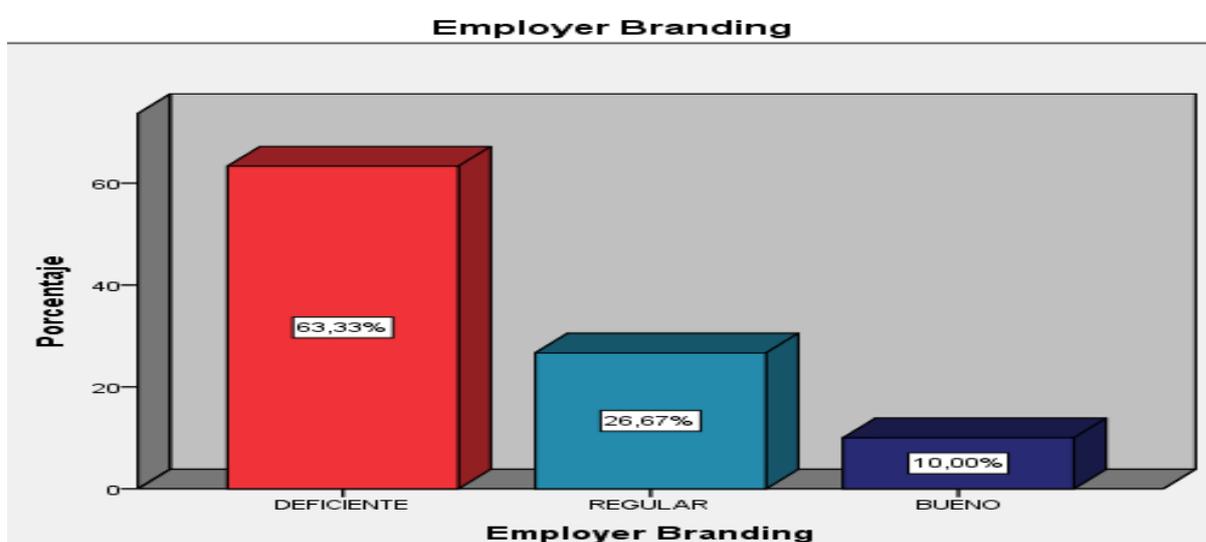


Figura 1. Distribución porcentual por niveles de Employer Branding.

### Interpretación

En la tabla número 6 y la figura número 1, se puede observar, que 19 personas de la totalidad de los encuestado, con la representación del 63.3% señalaron, que el Employer Branding es deficiente, 8 personas con la representación del 26.7% señalaron, que el Employer Branding es regular, finalmente 3 encuestados con la representación del 10% señalaron, que el Employer Branding es Bueno.

Tabla 7:  
Resultado total por dimensiones de la variable Employer Branding

Niveles	Atracción del personal		Retención del personal		Adaptación del personal	
	f	%	f	%	f	%
Deficiente	21	70%	21	70%	20	66.7%
Regular	8	26.7%	6	20%	3	10%
Bueno	1	3.3%	3	10%	7	23.3%
Total	30	100%	30	100%	30	100%

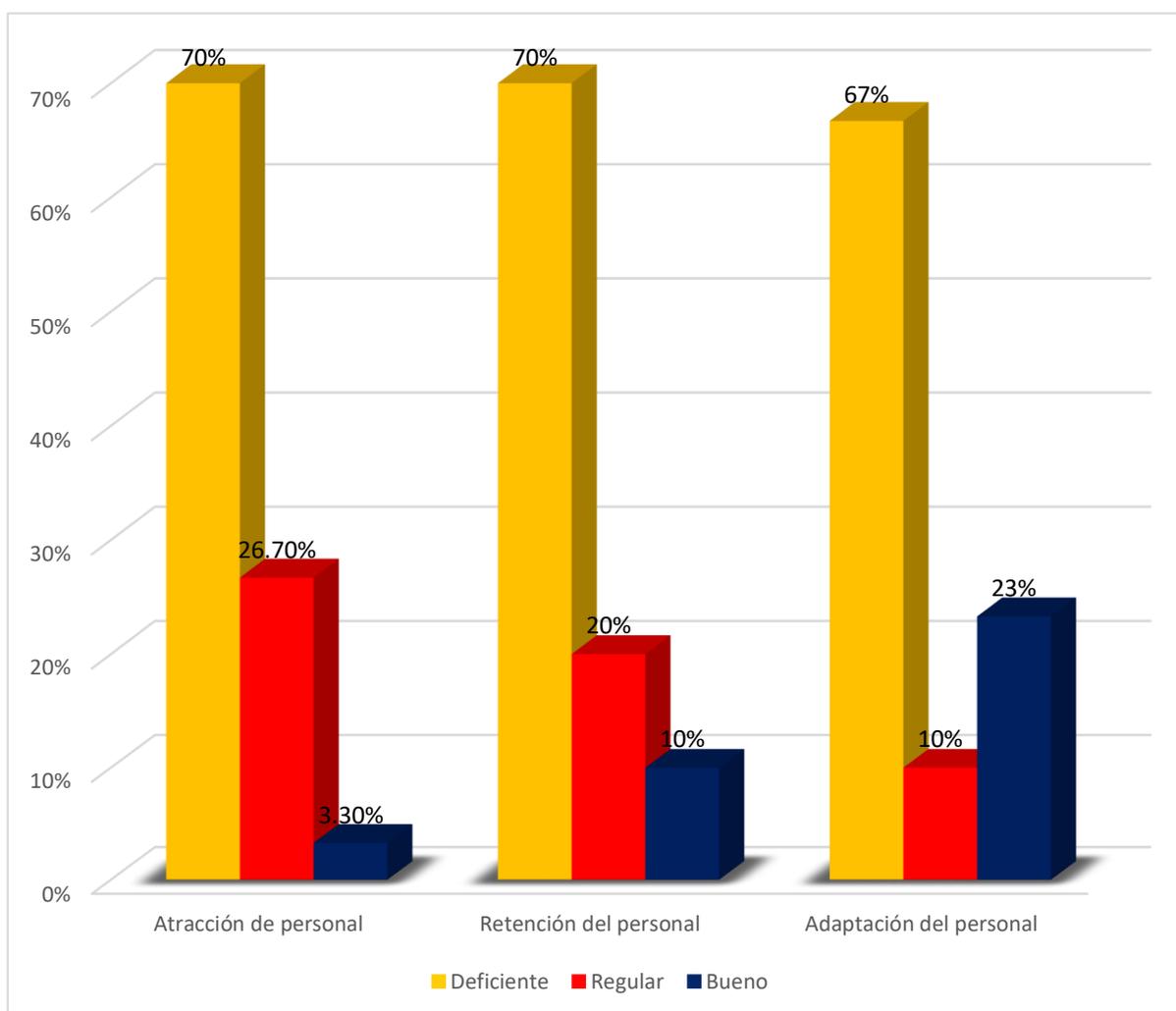


Figura 2. Distribución porcentual de las dimensiones de la variable Employer Branding.

### Interpretación

En la tabla 7 y figura 2, el 70% del total de encuestados señalaron que la Atracción del personal es deficiente, el 26.7% es regular y solo el 3.3% indicó que la atracción

del personal en la empresa J.E, es buena, por otro lado; el 70% del total de encuestados señalaron que la Retención del personal es deficiente, el 20% es regular y solo el 10% indicó que la retención del personal en la empresa J.E es buena, finalmente el 67% del total de encuestados señalaron que la Adaptación del personal es deficiente, el 10% es regular y solo el 23% indicó que la Adaptación del personal en la empresa J.E, es buena.

Tabla 8:  
Resultado total por niveles de Gestión de talento Humano talento humano

Gestión de Talento Humano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJA	22	73,3%	73,3%	73,3%
	MEDIA	5	16,7%	16,7%	90,0%
	ALTA	3	10,0%	10,0%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	



Figura 3. Distribución porcentual por niveles de Gestión del talento humano.

### Interpretación

En la tabla número 8 y la figura número 3, se puede observar que, 22 personas de la totalidad de los encuestado, con la representación del 73.3% señalaron, que la Gestión de talento humano, es baja, 5 personas con la representación del 16.67% señalaron, que la Gestión de talento humano es mediana, finalmente 3 encuestados con la representación del 10% señalaron, que la Gestión de talento humano es Alta.

Tabla 9: Resultado total por Dimensiones de la variable Gestión de talento Humano

Niveles	Planificación estratégica		Reclutamiento		Selección		Capacitación		Recompensa		Evaluación de desempeño	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Baja	22	75	23	76.7%	18	60%	23	76.7%	23	76.7%	20	66.7%
Media	7	22	6	20%	11	36.7%	4	13.3%	6	20%	8	26.7%
Alta	1	3	1	3.3%	1	3.3%	3	10%	10	3.3%	2	6.7%
Total	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%	30	100%

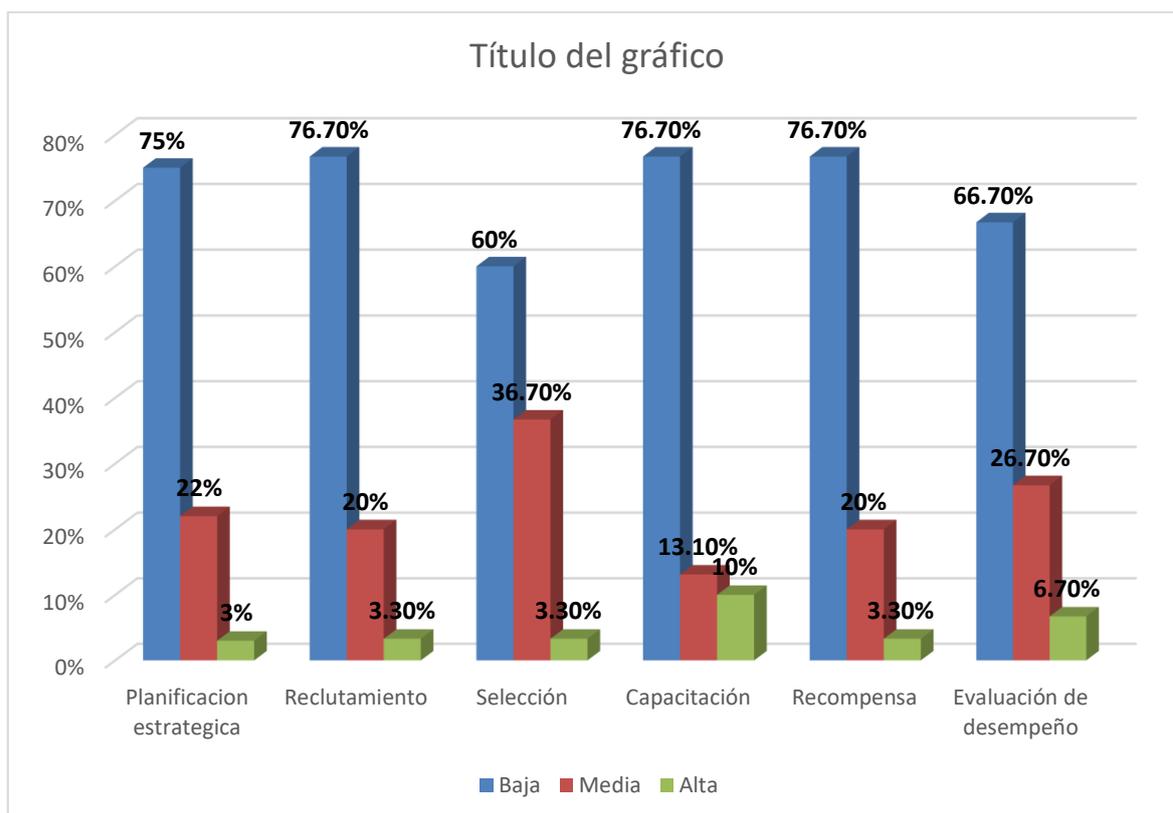


Figura 4. Distribución porcentual de las dimensiones de la variable Gestión de talento humano.

### Interpretación

En la tabla 9 y figura 4, el 75% del total de encuestados señalaron que la planificación estratégica en la empresa J.E es bajo, el 22% es medio y 3% señaló que es alta, en ese mismo sentido, el 76.7% del total de encuestados señalaron que el Reclutamiento en la empresa J.E es bajo, el 20% es medio y 3.3% señaló que es alta; por otro lado el 60% del total de encuestados señalaron que el Selección en la empresa J.E es bajo, el 36.7% es medio y 3.3% señaló que es alta; en ese mismo sentido, el 76.7% del total de encuestados señalaron que la Capacitación

en la empresa J.E es bajo, el 13.10% es medio y 10% señaló que es alta; también , el 76.7% del total de encuestados señalaron que la Recompensa a los trabajadores en la empresa J.E es bajo, el 20% es medio y 3.3% señaló que es alta y por último , el 66.7% del total de encuestados señalaron que la Evaluación de desempeño en la empresa J.E es bajo, el 26.7% es medio y 6.7% señaló que es alta.

## Estadística inferencial

Tabla 10: Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Employer Branding	,387	30	,000	,683	30	,000
Atracción de personal	,429	30	,000	,623	30	,000
Retención del personal	,423	30	,000	,626	30	,000
Adaptación del personal	,432	30	,000	,599	30	,000
Gestión de Talento Humano	,503	30	,000	,452	30	,000
Reclutamiento	,462	30	,000	,559	30	,000
Selección	,377	30	,000	,686	30	,000
Capacitación	,460	30	,000	,553	30	,000
Recompensa	,462	30	,000	,559	30	,000
Evaluación de desempeño	,407	30	,000	,656	30	,000

## Interpretación

Como el grado de significancia o P valor, de las variables 1 y 2 y sus respectivas dimensiones es menor a 0 .05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de que la muestra no proviene de una distribución normal, por lo tanto, para realizar la prueba de hipótesis se utilizarán técnicas no paramétricas. (Spearman).

Por otro lado, como la muestra es de 30 personas utilizaremos el criterio de Shapiro wilk.

Tabla 11: Criterios de relación

<i>Criterio</i>	<i>Rango</i>
<i>Correlación grande, perfecta y positiva</i>	R = 1
<i>Correlación muy alta</i>	$0,90 \leq r < 1$
<i>Correlación alta</i>	$0,70 \leq r < 0,90$
<i>Correlación moderada</i>	$0,40 \leq r < 0,70$
<i>Correlación muy baja</i>	$0,20 \leq r < 0,40$
<i>Correlación nula</i>	r = 0,00
<i>Correlación grande, perfecta y negativa</i>	r = -1,00

Hernández et al

Para realizar la prueba estadística se hizo uso del software SPSS versión 24 y se tomó en cuenta la hipótesis general y las específicas a ser validadas.

### Prueba de hipótesis general:

**H<sub>1</sub>** = Existe relación directa entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano de los trabajadores de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.

**H<sub>0</sub>** = No existe relación directa entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano de los trabajadores de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.

### Parámetros estadísticos

$\alpha = 0,05$ , significancia

Regla de decisión:

Si p – valor <  $\alpha$ , se rechaza la hipótesis nula

Si p – valor >  $\alpha$ , se rechaza la hipótesis nula

Tabla 12: Correlación entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano

<b>Correlaciones</b>				
			EMPLOYER. BRANDING	GESTIÓN.DE.TAL ENTO.HUMANO
Rho de Spearman	EMPLOYER.BRANDING	Coefficiente de correlación	1,000	,754**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	GESTIÓN.DE.TALENTO.HU MANO	Coefficiente de correlación	,754**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Grado de relación = 75.4%

Grado de significancia = 0.000

Muestra = 30

**Nota:**

En la tabla número 12 se puede observar, primero que el grado de relación entre la variable 1 “Employer Branding” y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es alta, según el rho de Spearman = ,754 y se interpreta señalando que estas variables se relacionan entre sí, en un 75.4% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; (Rho =0,754 y p valor=0,000< 0,05), y se concluye finalmente que: “A mejor utilización del Employer Branding mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

**Prueba de hipótesis específico 1:**

**H<sub>1</sub>** = Existe relación directa entre la atracción del personal gracias al Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E 2020.

**H<sub>0</sub>** = No existe relación directa entre la atracción del personal gracias al Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E 2020.

**Parámetros estadísticos**

$\alpha = 0,05$ , significancia

Regla de decisión:

Si  $p - \text{valor} < \alpha$ , se rechaza la hipótesis nula

Si  $p - \text{valor} > \alpha$ , se rechaza la hipótesis nula

Tabla 13: Correlación entre la atracción del personal y la Gestión del talento humano

<b>Correlaciones</b>			ATRACCIÓN.DEL. PERSONAL	GESTIÓN.DE. TALENTO.HU MANO
Rho de Spearman	ATRACCIÓN.DEL.PERSO NAL	Coeficiente de correlación	1,000	,695**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	GESTIÓN.DE.TALENTO.H UMANO	Coeficiente de correlación	,695**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Grado de relación = 69.5%

Grado de significancia = 0.000

Muestra = 30

**Nota:**

En la tabla número 13 se puede observar, primero que el grado de relación entre la dimensión 1 de la variable 1 “la atracción del personal y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es moderada, según el rho de Spearman = ,695 y se interpreta señalando que estas variables se relacionan entre sí, en un 69.5% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; (Rho =0,695 y p valor=0,000< 0,05), y se concluye finalmente que:

“A mejor atracción del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

**Prueba de hipótesis específico 2:**

$H_1$  = Existe relación directa entre la retención del personal gracias al Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E 2020.

$H_0$  = No existe relación directa entre la retención del personal gracias al Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E 2020.

### Parámetros estadísticos

$\alpha = 0,05$ , significancia

Regla de decisión:

Si  $p - \text{valor} < \alpha$ , se rechaza la hipótesis nula

Si  $p - \text{valor} > \alpha$ , se rechaza la hipótesis nula

Tabla 14: Correlación entre la retención del personal y la Gestión del talento humano

<b>Correlaciones</b>			RETENCIÓN.DEL.P ERSONAL	GESTION.DE. TALENTO.HU MANO
Rho de Spearman	RETENCIÓN.DEL.PERSO NAL	Coeficiente de correlación	1,000	,892**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	GESTION.DE.TALENTO. HUMANO	Coeficiente de correlación	,892**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Grado de relación = 89.2%

Grado de significancia = 0.000

Muestra = 30

### Nota:

En la tabla número 14 se puede observar, primero que el grado de relación entre la dimensión 2 de la variable 1 “la retención del personal y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es muy alta, según el rho de Spearman = ,892 y se interpreta señalando que estas variables se relacionan entre sí, en un 89.2% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos

propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; ( $Rho = 0,892$  y  $p \text{ valor} = 0,000 < 0,05$ ), y se concluye finalmente que:

“A mejor retención del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

### Prueba de hipótesis específico 3:

$H_1$  = Existe relación directa entre la adaptación del personal gracias al Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E 2020.

$H_0$  = No existe relación directa entre la adaptación del personal gracias al Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de los trabajadores de la empresa J.E 2020.

### Parámetros estadísticos

$\alpha = 0,05$ , significancia

Regla de decisión:

Si  $p - \text{valor} < \alpha$ , se rechaza la hipótesis nula

Si  $p - \text{valor} > \alpha$ , se acepta la hipótesis nula

Tabla 15: Correlación entre la adaptación del personal y la Gestión del talento humano

		<b>Correlaciones</b>		
			ADAPTACIÓN. DEL.PERSON AL	GESTIÓN.DE. TALENTO.HU MANO
Rho de Spearman	ADAPTACIÓN.DEL.PERS ONAL	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 30	,741** ,000 30
	GESTIÓN.DE.TALENTO. HUMANO	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,741** ,000 30	1,000 . 30

Grado de relación = 74.1%

Grado de significancia = 0.000

Muestra = 30

**Nota:**

En la tabla número 15 se puede observar, primero que el grado de relación entre la dimensión 3 de la variable 1 “la adaptación del personal y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es alta, según el rho de Spearman = ,741 y se interpreta señalando que estas variables se relacionan entre sí, en un 74.1% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; (Rho =0,741 y p valor=0,000< 0,05), y se concluye finalmente que:

“A mejor adaptación del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

## V. DISCUSIÓN

Según los resultados que tuvimos en la investigación, podemos señalar que 63.3% de los trabajadores de la empresa J.E., mencionaron, que el Employer Branding es deficiente, 8 personas con la representación del 26.7% señalaron, que el Employer Branding es regular, se puede observar que dentro de esta institución privada no aplican, el Employer Branding y es necesario el conocimiento como herramienta de Marketing, así mismo se puede observar, primero que el grado de relación entre la variable 1 “Employer Branding” y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es alta, según el rho de Spearman = ,754 y estas variables se relacionan entre sí, en un 75.4% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; (Rho =0,754 y p valor=0,000< 0,05), y se concluye finalmente que: “A mejor utilización del Employer Branding mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”, estos resultados coinciden con lo señalado por Gómez y otros (2016) donde señalaron que como resultado comprobaron la efectividad que tiene el Employer Branding cuando es utilizada de manera coherente con el mensaje corporativo y su difusión es constante y adaptada a las necesidades de los empleados. Con base en su estudio, los investigadores recomiendan a las empresas asignar un mayor presupuesto para desarrollar la marca y hacer uso correcto y pertinente de los canales de comunicación a fin de utilizarlos para potenciar los sistemas de atracción y retención del personal desde la esencia misma de la empresa que al final se retribuye como una ventaja competitiva que da y ofrece valor empresarial. Esta investigación guarda coherencia ya que implícitamente nos da como resultados que se debe de implementar nuevas formas o estrategias de Marketing y de funcionamiento de personal específicamente en la gestión de talento humano por otro lado también guarda relación con lo señalado por Ruibal y otros (2016) en Argentina, Horstmann y Martin (2018) en España y Pino (2018) en Ecuador, ya que ello señalaron que se debe de implementar dinámicas en las organizaciones, dinámicas nuevas para tiempos nuevos.

Con respecto a la hipótesis específica 1, se puede señalar que los entrevistados mencionaron que, el 70% del total de encuestados indican que la Atracción del personal es deficiente, el 26.7% es regular y solo el 3.3% menciona que es bueno, esto denota que la planificación de atracción de personal con talento

y destreza dentro de la empresa J.E, no funciona y está relacionado directamente con la gestión de talento humano, en ese mismo sentido según los hallazgos encontrados se puede señalar que: el grado de relación entre la dimensión 1 de la variable 1 “Atracción del personal y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es moderada, según el rho de Spearman = ,695 y se interpreta señalando que estas variables se relacionan entre sí, en un 69.5% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; (Rho =0,695 y p valor=0,000< 0,05), y se concluye finalmente que: “A mejor atracción del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.” Estos resultados guardan relación con lo señalado por Cuba et al (2018) quienes identificaron acciones en un plan de implementación que pueden ser utilizadas por empresa peruanas de consultoría que carecen de estrategias definidas, con la intención de atraer, talento y donde puedan ser integradas como políticas empresariales frente a las nuevas formas de trabajo producto del cambio tecnológico. La cultura organizacional utilizando el employer branding como herramienta de gestión integral que ofrece ventaja competitiva a la empresa desde sus propias necesidades y como una de sus principales características es la de atracción de personal.

Con respecto a la hipótesis específica 2, se puede señalar que el 70% del total de encuestados señalaron que la Retención del personal es deficiente, el 20% es regular y solo el 10% indicó que la retención del personal en la empresa J.E es buena, dentro de la organización se puede señalar la rotación de personal calificado ha sido alta, por lo contrario la retención de éste es deficiente, a esto podemos señalar en cuanto a la estadística inferencial: el grado de relación entre la dimensión 2 de la variable 1 “la retención del personal y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es muy alta, según el rho de Spearman = ,892 y se interpreta señalando que estas variables se relacionan entre sí, en un 89.2% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; (Rho =0,892 y p valor=0,000< 0,05), y se concluye finalmente que: “A mejor retención del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.” Estos hallazgos guardan relación por lo señalado por: Villani (2017) la investigación señaló que la forma en que las empresas en Perú están manejando su imagen como

centros preferidos para trabajar y comunicar esta imagen con el fin de retener al talento en sus filas. El employer branding es el término que resume esta nueva forma de posicionar a una organización como buen lugar para laborar: cuáles son los atractivos que ofrece a los empleados y qué le promete a cambio de trabajar para ella. También guarda relación con lo señalado por Starineca (2015) quien afirmó que “el Employer Branding es la expresión externa de la cultura interna” afirmación que resalta la importancia que tiene la herramienta para fortalecer procesos organizacionales integrados tales como la identidad, y fidelización de los trabajadores para con las organizaciones que los contratan.

Con respecto a la última hipótesis específica 3, se puede señalar que el 66.7% del total de encuestados señalaron que la Adaptación del personal es deficiente, el 10% es regular y solo el 23.3% indicó que la Adaptación del personal en la empresa J.E, es buena, claramente el grueso de los encuestados señalaron que: es difícil adaptarse al trabajo por parte del personal, así mismo que el grado de relación entre la dimensión 3 de la variable 1 “la adaptación del personal y la variable 2 “Gestión de Talento humano” es alta, según el rho de Spearman = ,741 y se interpreta señalando que estas variables se relacionan entre sí, en un 74.1% el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis que hemos propuesto y la hipótesis negativa se descarta, esto demuestra que  $p < \alpha$ ; (Rho =0,741 y  $p \text{ valor}=0,000 < 0,05$ ), y se concluye finalmente que: “A mejor adaptación del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.” Estos hallazgos guardan relación con lo señalado por: Medina (2018) donde señaló que incentivar y motivar a los trabajadores, clientes internos y que a la larga genera un clima organizacional determinado y el compromiso organizacional como el resultado de la ejecución de este conjunto de estrategias; concluyó que las estrategias de marketing que la organización implemente son determinantes para alcanzar un buen nivel de compromiso y adaptación organizacional el cual incide en el éxito empresarial. El estudio fue tomado en cuenta para dar fundamento a este trabajo debido a que fortalece teóricamente dos dimensiones de una de las variables que se pretende operacionalizar.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **Primera:**

Se concluyó que del 63.3% de los encuestados señalaron, que el Employer Branding en la empresa J.E es deficiente, el grado de relación entre las variables, según el rho de Spearman = ,754 el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis general propuesta y se concluye que: “A mejor utilización del Employer Branding mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

### **Segunda:**

Se concluyó que del 70% de los encuestados señalaron, que la atracción de personal es deficiente, el grado de relación entre la dimensión Atracción y la variable 2, según el rho de Spearman = ,695 el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis específica propuesta y se concluye que: “A mejor atracción del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

### **Tercera:**

Se concluyó que del 70% de los encuestados señalaron, que la Retención del personal es deficiente, el grado de relación entre la dimensión Retención y la variable 2, según el rho de Spearman = ,892 el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis específica 2 propuesta y se concluye que: “A mejor Retención del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

### **Cuarta:**

Finalmente se concluyó que del 66.7% de los encuestados señalaron, que la Adaptación del personal es deficiente, el grado de relación entre la dimensión Adaptación y la variable 2, según el rho de Spearman = ,741 el grado de significancia es de ,000 por lo tanto se acepta la hipótesis específica 2 propuesta y se concluye que: “A mejor Adaptación del personal mejor será la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.”

## **VII. RECOMENDACIONES**

### **Primero**

Se recomienda a las empresas en general y especialmente a la organización J.E, que implemente herramientas estructurales como el Employer Branding, con la finalidad de que atraiga a personal idóneo, y con talento para que de alguna manera pueda surgir, y ser competitivo en el sector de la construcción.

### **Segundo**

Se recomienda a la empresa J.E, que fortalezca la atracción de personal, de la organización, es decir que sea atractivo laborar en la empresa, que acopie a los mejores trabajadores del sector construcción, desde los obreros hasta la parte neurálgica que son los ingenieros.

### **Tercero**

Otra de las recomendaciones que tenemos que ofrecer es la fidelidad y compromiso por parte de los trabajadores para con la empresa y de esta manera se minimice las renunciaciones de los trabajadores de la organización, y se encuentren identificados no solo con la empresa sino con la marca que representa.

### **Cuarto**

Por último, trabajar en la adaptación de los nuevos trabajadores de la organización, crear una política de adaptación y ofrecerles un clima de trabajo óptimo, y sembrar la armonía laboral para poder incrementar no sólo la afinidad de los trabajadores sino también con la productividad.

## REFERENCIAS

- Ambler, T., y Barrow, S. (1996). *“La marca del empleador”*. Diario de gestión de marca. Recuperado de: [www.dialnet.unirioja.es](http://www.dialnet.unirioja.es)
- Bredwell, J. (2006). *“Empleador Branding Diversión o fundamental. Ventas y servicios esenciales de excelencia”*, España.
- Borzaga, C (2014). *“Capital social, cooperativas y empresas sociales”*. Recuperado de: <https://www.researchgate.net>
- Cuba R, Hernández H y Karen V.(2018). *“Modelos de gestión del talento humano en un contexto de cambio tecnológico organizacional para aplicar en empresas peruanas de consultoría”*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Recuperado de: Retrieved from <http://hdl.handle.net/10757/623566>
- Chiavenato, I. (2009). *“Gestión del talento humano”*. Colombia: McGraw- Hill.
- Chiavenato, I. (2010). *“Administración de recursos humanos”*. 5ta Ed. Innovaciones de la administración: Tendencias y Estrategias los nuevos Paradigmas.
- Hernández R, Fernandez C y Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación (6 ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Carrasco, S. (2013). *“Metodología de la Investigación”*. 12va Ed. Estrategia y tecnica del diseño de la investigación.
- Carrasco, S. (2009). *“Metodología de la Investigación Científica”* Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación.
- Córdova, M. (2013). *Estadística Descriptiva e Inferencial*. Perú. Editorial Moshera
- Deloitte M.(2017). *“Global Human Capital Trends | Reescribiendo las reglas para la era digital”*. Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/hn/es/pages/human-capital/articles/introduction-human-capital-trends-2017.html>

Sodimac. (2019). "Comercial y Marketing Corporativo". Recuperado de:  
<https://www.sodimac.cl/static/site/nuestra-empresa/reporte-anual-2019-02/sodimac-interactivo-2019/sodimac-peru/index.html>

Gómez S, Camila R, Alexia S y Pablo S. (2016). "*Employer Branding: Cómo controlar la rotación de personal en las empresas*". Recuperado de:  
<https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/handle/123456789/5256>

Horstmann, L y María J. (2018). "*Análisis del fenómeno del «Employer Branding» como herramienta de gestión de la atracción y retención del talento en las iasas. Icade*". Recuperado de:  
<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/144590/retrieve>

Blasco L, Rodríguez A, y Fernández L. (2014). "Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Sistema de Información Científica". Employer branding: estudio multinacional sobre la construcción de la marca del empleador. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/433/43332746002.pdf>

Gilani, H, y Cunningham L. (2017) "the marketing reviw, volumen 17, número 2". La marca del empleador y su influencia en la retención de empleados. Recuperado de:  
<https://www.ingentaconnect.com/content/westburn/tmr/2017/00000017/0000002/art00007>

Neme S, y Campo E. (2020). "Suma de negocios, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Este es un artículo". Employer branding: una exploración del campo de conocimiento a partir de indicadores bibliométricos. Recuperado de :  
[https://www.researchgate.net/profile/Samir-Neme-Chaves/publication/349224156\\_Employer\\_branding\\_una\\_exploracion\\_del\\_campo\\_de\\_conocimiento\\_a\\_partir\\_de\\_indicadores\\_bibliometricos/links/602bdedb92851c4ed578e739/Employer-branding-una-exploracion-del-campo-de-conocimiento-a-partir-de-indicadores-bibliometricos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Samir-Neme-Chaves/publication/349224156_Employer_branding_una_exploracion_del_campo_de_conocimiento_a_partir_de_indicadores_bibliometricos/links/602bdedb92851c4ed578e739/Employer-branding-una-exploracion-del-campo-de-conocimiento-a-partir-de-indicadores-bibliometricos.pdf)

Instituto Europeo de Posgrado (2018) "*Fases de la gestión del talento*", Recuperado de: <https://www.iep.edu.es/gestion-del-talento-humano-que-es/>

- Martínez J y Sánchez P. (2018). *“Estudio sobre el employer branding del sector Seguros en España”*. Maquetación y producción editorial: Edipack Gráfico
- Medina T, Valeria (2018) *“El Marketing Interno y su incidencia en el Compromiso Organizacional de los colaboradores de una Empresa Inmobiliaria internacional”*, Recuperado de: [http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1913/ADM\\_GER\\_T030\\_77660466\\_T%20%20%20%20%20%20MEDINA%20TAPIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1913/ADM_GER_T030_77660466_T%20%20%20%20%20%20MEDINA%20TAPIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pino A. (2018) *“Elaboración de un plan para la implementación de la marca Empleador para la empresa soludogma”*, Recuperado de: <https://repositorio.uisek.edu.ec>
- Quezada M, H. (1999) *“Competencias laborales: la puesta en valor del capital humano”*. Recuperado de: <http://www.qmasociados.netfirms.com>
- Starineca, O. (2015). *“Rol de la marca del empleador en reclutamiento y selección de recursos humanos. Economía y negocios”*. Polca: Madrid.
- Sullivan, J. (2004). *“The 8 elements of a Successful Employment Brand.”* Recuperado de: <http://www.ere.net/2004/02/23/the-8-elements-of-a-successfulemployment-brand/>
- Villani, P. (2017). *La marca empleadora como estrategia de atracción y retención de talento*. Universidad de Lima Facultad de Comunicación. Recuperado de: [http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6050/Villani\\_Leyva\\_Paulo\\_Sebasti%c3%a1n.pdf?sequence=1&isAllowed](http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6050/Villani_Leyva_Paulo_Sebasti%c3%a1n.pdf?sequence=1&isAllowed)
- Prieto, P. (2013). *Modelo de gestión del talento humano como estrategia para retención del personal*. Universidad de Medellín. Medellín, Colombia.
- Robbins, S. (2016). *Comportamiento organizacional*. Naucalpan de Juárez, México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana
- Porret, G., (2014). *Gestión de Personas Manual para la Gestión del Capital Humano en las Organizaciones* (6° ed.), Madrid – España: Edit ESIC

- Jericó P. (2008). *La Clave del Talento*. Madrid, España, Edit. LID Editoral Empresarial
- García, R. (2013). *Técnico en Gestión*. España, Valencia: Edit.: Melibea.
- Alles, M. (2014). *Gestión por competencias* (2ª Ed.). Buenos Aires, Argentina: Gránica
- Arrobo. (2013). *Modelo de Gestión del Talento Humano por Competencias*. Argentina Córdoba: Cimpexa. Editores S.A.
- Chiavenato, I. (2008). *Administración de Recursos Humanos*. Lima, Perú: El sol.
- Chiavenato, I. (2017). *“Administración de recursos humanos”*. 10ma Ed. El capital humano de las organizaciones.
- Moreno, F. (2012). El Talento Humano: Un Capital Intangible que Otorga Valor en las Organizaciones. Daena: International Journal of Good Conscience,
- Calderón, C. (2013).” Los diez mayores desafíos para gestionar el talento humano en el Perú”. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/11/04/desafios-gestionar-talento-humano-peru/>
- Cuesta, S. (2015). *Gestión de Talento Humano y del Conocimiento*. Lima: Anivel.
- De Leon, L. (2013). *Gestión De Talento Humano En Las Pequeñas Y Medianas Emprassa En El Area Urbana De Reballhuleu*. España, Madrid: Grill Will.
- Camisón, T. y Cruz, S. (2014). *Gestión de la Calidad*. (2º Ed,) Lima, Perú: San Marcos.
- Talledo, J. (2007). *Nuevos paradigmas en la gestión del talento humano*. Madrid, España: Tetraedro.

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Employer Branding y la Gestión del talento humano en los trabajadores de la empresa J.E 2020										
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES DE OPERACIONALIZACIÓN							
			Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	Niveles y rangos
Problema general ¿Cómo se relaciona el Employer Branding y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E., La Molina 2020?	Objetivo general Determinar la relación que existe entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E., La Molina 2020.	Hipotesis general Existe relación directa entre el Employer Branding y la Gestión del talento humano de los trabajadores de la Empresa J.E. 2020.	Employer Branding	Martínez y Sánchez (2018) definieron como Employer Branding como en la diferenciación de marca, es decir el Employer Branding, trata de diferenciar a los empleadores en la medida, que proporcionan beneficios y experiencias para con sus empleados, pero a su vez la experiencia con el cliente, como un elemento de Marketing moderno	La siguiente variable Employer Branding es de naturaleza cualitativa, es dividida en 3 dimensiones las cuales son: Atracción de personal, con tres indicadores, la dimensión Retención del personal, con 2 indicadores y por último la adaptación del personal, con 3 indicadores, para poder realizar los cuestionarios, con respuestas polítmicas, tipo Likert.	Atracción del Personal	Inducción Imagen corporativa Valores y Filosofía Institucional	1,2,3,4 5,6,7,8,9, 10,11	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Deficiente [14 - 32] Regular [33 - 51] Bueno [52 - 70 ]
Problema específico ¿Cómo se relaciona la atracción del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E., La Molina 2020?	Objetivo específico Indicar cómo se relaciona la atracción del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E., La Molina 2020.	Hipótesis específico Existe relación directa entre la atracción del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E 2020.				Retención del personal	Capacitación y desarrollo	12,13,14 15,16,17, 18,19	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Deficiente [4 - 9] Regular [10 - 15] Bueno [16 - 20]
¿Cómo se relaciona la retención del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E., La Molina 2020?	Determinar cómo se relaciona la retención del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E., La Molina 2020.	Existe relación directa entre la retención del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E 2020.				Adaptación del personal	Bienestar Comunicación Marketing	20, 21, 22, 23, 24,25, 26 27 28, 29,30	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Deficiente [9 - 20] Regular [21 - 32] Alto [ 33 - 45]
¿Cómo se relaciona la adaptación del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E., La Molina 2020?	Indicar cómo se relaciona la adaptación del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E., La Molina 2020.	Existe relación directa entre la adaptación del personal y la Gestión del Talento Humano de la empresa J.E 2020.	Gestión del Talento Humano	Conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos de los cargos gerenciales relacionados con las personas o recursos, incluidos reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño. Chiavenato, (2009, p.10)	La variable gestión de talento humano, es de naturaleza cualitativa y se divide en 6 dimensiones, planificación estratégica, reclutamiento, selección, capacitación, recompensa evaluación del desempeño, para poder realizar los cuestionarios, con respuestas polítmicas, tipo Likert	Planificación	Visión y misión institucional Valores	1-2-3-4-5	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Bajo [5 - 11] Medio [12 - 18] Alto [19 - 25]
						Reclutamiento	Atracción	6,7	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Bajo [2- 3 ] Medio [4 - 6] Alto [8 - 10]
						Selección	Competencias laborales Habilidades blandas	8-9-10-11-12	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Bajo [5 - 11] Medio [12 - 18] Alto [19 - 25]
						Capacitación	Conocimientos, habilidades y actitudes	13-14-15-16	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Bajo [4 - 9] Medio [10 - 15] Alto [16 - 20]
						Recompensa	Sentido de pertenencia Motivación	17-18-19-20-21 22-23-24-25-26	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Bajo [4 - 9] Medio [10 - 15] Alto [16 - 20]
						Evaluación del Desempeño	Retención	27-28-29-30	1 Siempre 2 Casi Siempre 3 Algunas Veces 4 Casi Nunca 5 Nunca	Bajo [30 - 69] Medio [70 - 109] Alto [110 - 150]

## ANEXO 2

### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### CUESTIONARIO

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Cargo

\_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES:** Lea con atención cada pregunta y marque con una X en la casilla correspondiente de acuerdo a su percepción. Si su respuesta es SI marque la opción 1 (siempre) y si es NO marque la opción 5 (nunca). En el caso de las preguntas que indican frecuencia seleccione entre las opciones de la siguiente escala.

#### OPCIONES DE RESPUESTA:

**S** = Siempre  
**CS** = Casi Siempre  
**AV** = Algunas Veces  
**CN** = Casi Nunca  
**N** = Nunca

Nº	PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
	<b>EMPLOYER BRANDING</b>					
01.	¿Al momento de ingresar, participó Ud. de un proceso de inducción?	S	CS	AV	CN	N
02.	¿Tiene la empresa en su portal web información de inducción para las personas que opten por trabajar en ella?	S	CS	AV	CN	N
03.	¿La empresa socializó con Ud. los valores, normas y convicciones que define la organización?	S	CS	AV	CN	N
04.	¿La empresa implementa un proceso de adaptación a la organización al momento del ingreso?	S	CS	AV	CN	N
05.	¿Considera Ud. que la empresa JE mantiene una buena reputación externamente?	S	CS	AV	CN	N
06.	¿Cree Ud. que la empresa ha trabajado su imagen en relación con su actividad económica?	S	CS	AV	CN	N
07.	¿El logotipo de la empresa es reconocido en la ciudad?	S	CS	AV	CN	N
08.	¿La empresa emplea estrategias de publicidad y relaciones públicas adecuadas?	S	CS	AV	CN	N
09.	¿Planifica la empresa campañas promocionales para fortalecer su imagen corporativa?	S	CS	AV	CN	N
10.	¿Tiene la empresa plataforma digital activa para promover su imagen corporativa?	S	CS	AV	CN	N
11.	¿Cree Ud. que la empresa tiene buena imagen corporativa ante el público?	S	CS	AV	CN	N
12.	¿La empresa ha dado a conocer su visión, misión, valores y filosofía?	S	CS	AV	CN	N
13.	¿Cree Ud. que la empresa ha creado una cultura organizacional?	S	CS	AV	CN	N
14.	¿Considera Ud. que la empresa mantiene una actitud y responsabilidad social como parte de su filosofía institucional?	S	CS	AV	CN	N
15.	¿Ofrece la empresa JE oportunidades de desarrollo profesional?	S	CS	AV	CN	N
16.	¿Cree Ud. que los jefes de cada área son receptivos a nuevas ideas o tendencias?	S	CS	AV	CN	N
17.	¿Promueve la empresa el deseo de superación de los trabajadores?	S	CS	AV	CN	N
18.	¿Fomenta la empresa el desarrollo laboral combinando hábitos personales, (compromiso, esfuerzo, responsabilidad) con la evolución profesional de los trabajadores?	S	CS	AV	CN	N

19.	¿Planifica la empresa programas de desarrollo profesional en base a las áreas de interés de los trabajadores?	S	CS	AV	CN	N
20.	¿La empresa implementa medidas para mejorar la calidad de vida de los trabajadores?	S	CS	AV	CN	N
21.	¿Ofrece la empresa beneficios como comedor, estacionamiento, capacitaciones, entre otras?	S	CS	AV	CN	N
22.	¿Ofrece la empresa JE un programa de bienestar en aspectos como salud, gratificaciones, créditos y otros?	S	CS	AV	CN	N
23.	¿Cree Ud. qué hay relación entre el bienestar que ofrece la empresa a los trabajadores y el nivel de productividad?	S	CS	AV	CN	N
24.	¿Cree Ud. que el bienestar laboral influye en la retención del personal en la empresa?	S	CS	AV	CN	N
25.	¿Cree Ud. que la empresa JE promueve una comunicación interna y externa efectiva?	S	CS	AV	CN	N
26.	¿Los canales de comunicación interna son adecuados para todos?	S	CS	AV	CN	N
27.	¿La empresa planifica acciones para fortalecer la comunicación en relación con la eficiencia, organización y coordinación tomando en cuenta a los trabajadores?	S	CS	AV	CN	N
28.	¿Cree Ud. que la empresa emplea herramientas de marketing actualizadas?	S	CS	AV	CN	N
29.	¿Considera Ud. que la empresa promueve su marca con estrategias de marketing?	S	CS	AV	CN	N
30.	¿Desde su percepción, existe vinculación entre la gestión del talento humano y las estrategias de marketing que se utilizan para posicionar la empresa?	S	CS	AV	CN	N
<b>GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</b>						
31.	¿La Empresa J.E describe en su página web la visión y Misión Institucional?	S	CS	AV	CN	N
32.	¿ Los valores institucionales de la Empresa J.E son conocidos por los trabajadores	S	CS	AV	CN	N
33.	¿Planifica la empresa actividades para el desarrollo de valores y rasgos que fomentan la comunicación y la relación efectiva en el medio laboral?	S	CS	AV	CN	N
34.	¿Conoce Ud. los objetivos y metas del Plan Estratégico de la institución?	S	CS	AV	CN	N
35.	¿Contribuye Ud. a mejorar el ambiente laboral de la empresa?	S	CS	AV	CN	N
36.	¿Ud. conoció la empresa JE por medio de las redes sociales y portales de búsqueda de empleo?	S	CS	AV	CN	N
37.	Cree Ud. ¿Que la empresa JE recluta personal a través de la web?	S	CS	AV	CN	N
38.	¿Cree Ud. que la empresa emplea estrategias innovadoras para seleccionar a personas acordes a las necesidades y funciones?	S	CS	AV	CN	N
39.	¿Considera Ud. que la empresa planifica actividades para seleccionar candidatos viables para cubrir una vacante?	S	CS	AV	CN	N
40.	¿La empresa aplicó algún test de inteligencia emocional, al momento de la selección?	S	CS	AV	CN	N
41.	¿Al ingresar a la empresa, Ud. fue evaluado en base a sus competencias laborales?	S	CS	AV	CN	N
42.	¿Al momento de ingresar a la empresa, le exigen demostración de los conocimientos y habilidades para responder satisfactoriamente la demanda de su cargo?	S	CS	AV	CN	N
43.	¿Ofrece la empresa formación en competencias laborales?	S	CS	AV	CN	N
44.	¿Ofrece la empresa capacitación para fortalecer los conocimientos de acuerdo al área de trabajo?	S	CS	AV	CN	N
45.	¿Ha recibido capacitación sobre dominio de habilidades duras y blandas?	S	CS	AV	CN	N
46.	¿Ha recibido alguna capacitación sobre manejo del stress laboral?	S	CS	AV	CN	N
47.	¿Explica la empresa el paquete de beneficios como medio de atracción del personal?	S	CS	AV	CN	N
48.	¿Tiene la empresa un plan de recompensas laborales adecuado?	S	CS	AV	CN	N
49.	¿Recibe Ud. estímulos de sus jefes directos en el desempeño de su trabajo dentro de la empresa?	S	CS	AV	CN	N
50.	¿Cree Ud., que la empresa JE. posee un entorno laboral motivador y estimulante donde todos desean trabajar?	S	CS	AV	CN	N

51.	¿Siente Ud. Sentido de pertenencia con la empresa?	S	CS	AV	CN	N
52.	¿Siente Ud. satisfacción de las expectativas que se creó al momento de ingresar a trabajar de acuerdo con lo que la empresa JE le ha ofrecido?	S	CS	AV	CN	N
53.	¿En la empresa se promueve un ambiente de trabajo positivo, con buen nivel de motivación hacia los trabajadores?	S	CS	AV	CN	N
54.	¿Se aplican dentro de la empresa estrategias para la resolución de conflictos y toma de decisiones a nivel de los trabajadores?	S	CS	AV	CN	N
55.	¿Mantiene Ud. una actitud positiva que entusiasma a sus compañeros de trabajo dentro de la empresa?	S	CS	AV	CN	N
56.	¿Se Incentiva el sentimiento de pertenencia al grupo motivando al trabajador para que se identifique con la imagen de la empresa?	S	CS	AV	CN	N
57.	¿Utiliza la empresa estrategias para fomentar su lealtad, desarrollo profesional, desempeño y compromiso con la organización?	S	CS	AV	CN	N
58.	¿Emplea la empresa evaluación del desempeño dentro de un plan de retención del talento humano?	S	CS	AV	CN	N
59.	¿Realiza la empresa evaluación del personal en base a los conocimientos que debe tener para cumplir con su trabajo?	S	CS	AV	CN	N
60.	¿Evalúa la empresa la actitud que el personal demuestra en su trabajo?	S	CS	AV	CN	N

**Gracias por completar el cuestionario.**

Preguntas
Respuestas 30



## CUESTIONARIO SOBRE EL EMPLOYER BRANDING Y LA GESTION DE TALENTO HUMANO EN LA EMPRESA JE - 2020

**INSTRUCCIONES:** Lea con atención cada pregunta y marque con una X en la casilla correspondiente de acuerdo a su percepción. Si su respuesta es SI marque la opción 1 (siempre) y si es NO marque la opción 5 (nunca). En el caso de las preguntas que indican frecuencia seleccione entre las opciones de la siguiente escala.

**\* OPCIONES DE RESPUESTA:**

- S = Siempre
- CS = Casi Siempre
- AV = Algunas Veces
- CN = Casi Nunca
- N = Nunca

+  
↵  
Tt  
🖨  
▶  
☰

**ANEXO 3**  
**EVIDENCIA DE ENVÍO DE ENCUESTA VIRTUAL**

De: **Marly Montalvo** <[marlymontalvo45@gmail.com](mailto:marlymontalvo45@gmail.com)>

Date: lun, 25 ene 2021 a las 16:13

Subject: SOLICITUD DE CUESTIONARIO - JE CONSTRUCCIONES GENERALES

To: <[jchipa@je.com.pe](mailto:jchipa@je.com.pe)>, J.E - Raul Godoy <[rgodoy@je.com.pe](mailto:rgodoy@je.com.pe)>

Cc: estefany godoy cabrera <[estefany\\_gc59@gmail.com](mailto:estefany_gc59@gmail.com)>

Buenas tardes estimados,

De acuerdo a lo conversado en las semanas anteriores, necesito de su gran apoyo para ser el nexa y se pueda hacer llegar este cuestionario online a los trabajadores para que se de respuesta con la mayor sinceridad posible, cuyo objetivo es dar a conocer la relación que existe entre EL EMPLOYER BRANDING Y LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeI-x6fVPOS3JmMx-0F8-HY1tmvTnpS2Wr5SX1xVtWNYZfFmA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeI-x6fVPOS3JmMx-0F8-HY1tmvTnpS2Wr5SX1xVtWNYZfFmA/viewform?usp=sf_link)

A la espera de su cordial respuesta.

**Marly Montalvo Delgado**

Movil: 961278638

## ANEXO 4

### BASE DE DATOS DE LA VARIABLE “EMPLOYER BRANDING”

ATRACCIÓN DEL PERSONAL											RETENCIÓN DEL PERSONAL									ADAPTACIÓN DEL PERSONAL										
V1D1t1	V1D1t2	V1D1t3	V1D1t4	V1D1t5	V1D1t6	V1D1t7	V1D1t8	V1D1t9	V1D1t10	V1D1t11	V1D2t12	V1D2t13	V1D2t14	V1D2t15	V1D2t16	V1D2t17	V1D2t18	V1D2t19	V1D3t20	V1D3t21	V1D3t22	V1D3t23	V1D3t24	V1D3t25	V1D3t26	V1D3t27	V1D3t28	V1D3t29	V1D3t30	
4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	
4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
1	1	5	3	3	2	4	3	1	4	3	5	5	4	2	2	3	3	1	3	5	5	5	5	3	3	2	3	2	2	
1	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	2	2	1	1	4	4	3	5	3	3	2	2	2	1	
5	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	1	2	2	3	2	5	5	3	4	3	2	2	4	
5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	2	2	2	1	1	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	2	1	5	2	2	2	1	2	2	1	1	
5	2	4	2	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	2	2	2	2	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	
4	2	3	2	2	3	4	3	2	1	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	
3	2	2	2	1	3	4	2	2	3	2	3	2	3	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3
5	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	5	3	3	3	3	3	2	2	2	
5	1	4	3	2	2	5	3	3	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	5	2	3	3	3	3	1	
5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	3	4	5	5	4	5	5	
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
4	1	3	1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	5	3	5	5	3	3	2	3	2		
4	1	3	3	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	5	5	3	3	2	2	1	1	
4	1	2	4	4	4	3	3	3	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	2	
4	1	3	3	4	3	4	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	1	
5	3	5	4	3	3	4	3	3	4	3	5	4	3	3	1	2	3	1	2	5	5	5	5	3	2	2	4	3	3	
4	1	3	3	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	5	3	3	4	3	3	3	
5	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	
5	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	
5	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	
5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	2	2	2	2	5	5	3	4	3	3	3	2	3	4	
5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	2	2	2	2	5	5	3	4	3	3	3	2	3	4	

## ANEXO 5

### BASE DE DATOS DE LA VARIABLE “GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO”

PLANIFICACION ESTRATEGICA					RECLUTAMIENTO		SELECCIÓN DEL PERSONAL					CAPACITACIÓN				RECOMPENSA							EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO							
V2D1t31	V2D1t32	V2D1t33	V2D1t34	V2D1t35	V2D2t36	V2D2t37	V2D3t38	V2D3t39	V2D3t40	V2D3t41	V2D3t42	V2D4t43	V2D4t44	V2D4t45	V2D4t46	V2D5t47	V2D5t48	V2D5t49	V2D5t50	V2D5t51	V2D5t52	V2D5t53	V2D5t54	V2D5t55	V2D5t56	V2D5t57	V2D6t58	V2D6t59	V2D6t60	
3	2	2	2	4	5	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	1	3	3	4	4	3	4	3	3	
5	5	5	4	5	2	5	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	5	
5	5	3	3	5	1	2	2	2	3	2	2	2	3	1	1	3	3	1	1	2	2	3	2	4	3	2	2	2	3	
2	5	3	5	5	2	4	3	3	5	2	3	2	4	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	
5	2	2	1	4	1	5	2	3	1	4	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	4	2	1	2	3	1	
5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	5	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	
5	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5	4	2	2	4	5	3	2	3	4	4	4	3	5	4	3	3	3	3	
4	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	1	1	3	1	5	2	2	3	4	4	4	4	3	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	
5	5	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	
5	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
2	2	1	2	5	5	3	2	2	4	5	5	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	4	2	2	2	3	3	
5	4	2	3	3	1	3	3	3	4	5	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	
5	3	2	3	5	1	3	3	3	3	4	4	2	2	2	1	1	1	2	2	3	3	1	2	5	1	2	2	3	2	
5	3	5	5	5	4	2	3	5	5	3	5	5	5	5	1	5	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	
5	5	5	5	5	1	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	
5	4	3	3	3	5	5	3	3	5	3	4	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
5	4	3	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	
5	4	4	5	5	1	3	4	4	5	5	5	3	3	3	1	3	2	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3	
5	4	3	5	5	1	4	3	4	5	5	5	3	3	3	1	4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	
5	5	2	3	4	1	3	2	3	4	3	3	2	1	2	3	3	1	1	2	3	2	3	2	5	3	1	3	4	3	
5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	1	3	3	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4	3	4	
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	1	3	3	3	3	5	3	3	4	5	4	4	3	4	4	
5	4	3	3	5	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	
5	4	2	3	5	1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	5	1	1	2	2	2	3	3	5	2	3	4	3	2	
5	5	1	4	5	1	1	3	1	3	3	3	2	3	2	4	5	1	1	2	2	2	3	3	5	2	3	4	3	2	
5	4	2	3	5	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	3	2	5	3	3	3	4	2	
5	4	2	3	5	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	3	2	5	3	3	3	4	2	

## ANEXO 6

### BASE DE DATOS DE RESULTADOS ESTADÍSTICOS DEL EMPLOYER BRANDING

ATRACCIÓN DEL PERSONAL											RETENCIÓN DEL PERSONAL								ADAPTACIÓN DEL PERSONAL														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	32	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	2	4	4	3	3	3	2	2	32	89		
4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	5	42	5	5	4	4	5	5	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	122	
1	1	5	3	3	2	4	3	1	4	3	30	5	5	4	2	2	3	3	1	25	3	5	5	5	5	3	3	2	3	2	2	38	93
1	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	32	4	3	3	2	3	2	2	1	20	1	4	4	3	5	3	3	2	2	2	1	30	82
5	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	31	3	2	2	3	3	2	1	2	18	2	3	2	5	5	3	4	3	2	2	4	35	84
5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	3	49	5	4	3	4	4	3	3	3	29	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	40	118
5	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	42	5	3	4	4	4	3	4	2	29	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	41	112
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	36	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	30	90
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5	5	1	5	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	146
4	2	2	2	1	1	3	2	2	2	1	22	3	1	2	2	2	2	1	2	15	2	1	5	2	2	2	1	2	2	1	1	21	58
5	2	4	2	4	4	4	3	3	4	4	39	5	4	4	3	3	2	2	2	25	2	4	2	4	4	3	3	3	3	4	35	99	
4	2	3	2	2	3	4	3	2	1	2	28	2	2	3	3	4	3	3	3	23	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	26	77
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	46	4	5	5	5	5	5	5	5	39	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	48	133
3	2	2	2	1	3	4	2	2	3	2	26	3	2	3	2	2	1	1	2	16	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	3	17	59
5	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	33	2	3	3	3	3	2	3	2	21	2	3	5	3	3	3	3	2	2	2	2	31	85
5	1	4	3	2	2	5	3	3	3	2	33	4	3	3	2	2	2	2	2	20	2	2	3	1	5	2	3	3	3	3	1	28	81
5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	50	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	2	4	5	3	4	5	5	4	5	5	47	136
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	53	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	52	144
4	1	3	1	4	4	4	3	3	4	3	34	3	3	3	3	3	3	3	1	22	3	5	3	5	5	3	3	3	2	3	2	37	93
4	1	3	3	4	4	4	3	3	1	4	34	4	4	4	3	3	3	3	3	27	3	5	3	5	5	3	3	2	2	1	1	33	94
4	1	2	4	4	4	3	3	3	1	3	32	4	3	3	3	4	4	4	3	28	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	2	38	98
4	1	3	3	4	3	4	3	3	1	4	33	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	5	4	5	5	3	3	3	3	3	1	38	96
5	3	5	4	3	3	4	3	3	4	3	40	5	4	3	3	1	2	3	1	22	2	5	5	5	5	3	2	2	4	3	3	39	101
4	1	3	3	4	4	4	3	3	1	4	34	4	3	3	3	3	3	4	3	26	3	5	3	3	5	3	3	4	3	3	3	38	98
5	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	45	117
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	51	4	4	4	5	5	4	5	3	34	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	39	124
5	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	40	4	4	3	2	2	2	3	2	22	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	40	102
5	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	40	4	4	3	2	2	2	3	2	22	3	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	40	102
5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	39	4	3	3	3	1	2	2	2	20	2	5	5	3	4	3	3	2	3	4	37	96	
5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	39	4	3	3	3	1	2	2	2	20	2	5	5	3	4	3	3	2	3	4	37	96	

## ANEXO 7

### BASE DE DATOS DE RESULTADOS ESTADÍSTICOS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

PLANIFICACION ESTRATEGICA					RECLUTAMIENTO		SELECCIÓN DEL PERSONAL					CAPACITACIÓN				RECOMPENSA										EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30								
3	2	2	2	4	13	5	3	8	3	2	3	3	3	14	3	3	2	3	11	2	2	3	3	3	1	3	3	4	4	28		4	3	3	10	84	
5	5	5	4	5	24	2	5	7	4	4	1	5	4	18	4	4	4	4	16	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	36	2	4	5	5	16	117	
5	5	3	3	5	21	1	2	3	2	2	3	2	2	11	2	3	1	1	7	3	3	1	1	2	2	3	2	4	3	24	2	2	2	3	9	75	
2	5	3	5	5	20	2	4	6	3	3	5	2	3	16	2	4	4	3	13	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	28	2	2	2	2	8	91	
5	2	2	1	4	14	1	5	6	2	3	1	4	4	14	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	1	1	2	4	2	16	1	2	3	1	7	61	
5	4	3	4	4	20	5	4	9	3	4	5	5	5	22	3	4	3	4	14	4	2	3	3	4	3	4	4	5	4	36	3	4	4	4	15	116	
5	4	4	5	5	23	5	4	9	3	3	5	5	5	21	4	2	2	4	12	5	3	2	3	4	4	4	3	5	4	37	3	3	3	3	12	114	
4	3	2	3	4	16	2	3	5	3	3	4	3	4	17	3	2	2	3	10	2	2	3	3	3	3	4	3	5	4	32	3	3	3	3	12	92	
5	5	5	5	5	25	5	5	10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	20	150	
5	3	1	1	3	13	1	5	6	2	2	3	4	4	15	4	4	3	1	12	1	1	2	1	1	2	2	2	2	3	17	2	1	2	2	7	70	
5	5	3	4	4	21	3	2	5	2	3	3	3	2	13	2	2	2	3	9	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	28	3	3	2	2	10	86
5	3	3	3	3	17	4	3	7	2	3	2	4	3	14	3	3	2	2	10	2	2	4	4	3	3	3	3	4	3	31	4	2	3	3	12	91	
4	4	5	4	5	22	4	4	8	5	5	4	5	4	23	5	4	4	5	18	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43	4	4	5	5	18	132	
2	2	1	2	5	12	5	3	8	2	2	4	5	5	18	2	2	2	2	8	1	1	1	1	1	2	1	2	4	2	16	2	2	3	3	10	72	
5	4	2	3	3	17	1	3	4	3	3	4	5	3	18	3	2	2	3	10	2	2	3	3	3	3	3	3	5	3	30	3	3	3	3	12	91	
5	3	2	3	5	18	1	3	4	3	3	3	4	4	17	2	2	2	1	7	1	1	2	2	3	3	1	2	5	1	21	2	2	3	2	9	76	
5	3	5	5	5	23	4	2	6	3	5	5	3	5	21	5	5	5	1	16	5	4	4	5	5	5	3	4	4	3	42	4	4	4	5	17	125	
5	5	5	5	5	25	1	3	4	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	5	5	4	5	19	140	
5	4	3	3	3	18	5	5	10	3	3	5	3	4	18	3	3	1	1	8	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28	4	4	4	4	16	98	
5	4	3	5	5	22	5	5	10	3	3	4	4	5	19	5	4	4	4	17	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	33	4	3	3	3	13	114	
5	4	4	5	5	23	1	3	4	4	4	5	5	5	23	3	3	3	1	10	3	2	3	3	4	3	3	4	5	4	34	4	3	3	3	13	107	
5	4	3	5	5	22	1	4	5	3	4	5	5	5	22	3	3	3	1	10	4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	35	3	3	4	3	13	107	
5	5	2	3	4	19	1	3	4	2	3	4	3	3	15	2	1	2	3	8	3	1	1	2	3	2	3	2	5	3	25	1	3	4	3	11	82	
5	5	4	4	4	22	4	3	7	4	4	5	5	5	23	4	4	3	1	12	3	3	4	4	5	3	3	3	5	4	37	4	4	3	4	15	116	
5	4	4	5	5	23	5	5	10	4	5	5	5	4	23	5	5	3	1	14	3	3	3	3	5	3	3	4	5	4	36	4	3	4	4	15	121	
5	4	3	3	5	20	3	3	6	3	4	5	5	5	22	3	3	3	3	12	4	3	4	4	5	4	4	3	5	5	41	5	4	3	5	17	118	
5	4	2	3	5	19	1	3	4	3	2	3	3	3	14	2	3	2	4	11	5	1	1	2	2	2	3	3	5	2	26	3	4	3	2	12	86	
5	5	1	4	5	20	1	1	2	3	1	3	3	3	13	2	3	2	4	11	5	1	1	2	2	2	3	3	5	2	26	3	4	3	2	12	84	
5	4	2	3	5	19	2	3	5	3	3	4	3	3	16	2	2	2	4	10	4	2	2	2	3	3	3	2	5	3	29	3	3	4	2	12	91	
5	4	2	3	5	19	2	3	5	3	3	4	3	3	16	2	2	2	4	10	4	2	2	2	3	3	3	2	5	3	29	3	3	4	2	12	91	

## ANEXO 8

### PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA BASE DE DATOS EN EL SOFTWARE IBM SPSS V.24

The screenshot displays the IBM SPSS Statistics Editor de datos interface. The main window shows a data table with 26 rows and 12 columns. The columns are: Nombre, Tipo, Anchura, Decima..., Etiqueta, Valores, Perdidos, Columnas, Alineación, Medida, and Rol. The data table is currently in 'Vista de variables' mode.

A dialog box titled 'Correlaciones bivariadas' is open in the foreground. It contains the following options:

- Variables:** A list of variables is shown on the left, with '¿Al momento de i...' selected. An arrow points to an empty box on the right.
- Coefficientes de correlación:**  Pearson,  Tau-b de Kendall,  Spearman
- Prueba de significación:**  Bilateral,  Unilateral
- Señalar las correlaciones significativas

Buttons at the bottom of the dialog include: Aceptar, Pegar, Restablecer, Cancelar, Ayuda, Opciones..., Estilo..., and Simular muestreo....

The taskbar at the bottom shows the Windows Start button, several application icons (including Chrome, Word, and Excel), and the system tray with the date and time: 06:00 p.m., 22/02/2021.

## ANEXO 9

### Prueba de confiabilidad de pregunta por pregunta de la variable: 1 Employer Branding

---

#### Estadísticas de total de elemento

---

¿Al momento de ingresar, participó Ud. de un proceso de inducción?	96,67	472,230	,334	,962
¿Tiene la empresa en su portal web información de inducción para las personas que opten por trabajar en ella?	98,20	456,097	,499	,962
¿La empresa socializó con Ud. los valores, normas y convicciones que define la organización?	97,33	458,092	,625	,960
¿La empresa implementa un proceso de adaptación a la organización al momento del ingreso?	97,87	456,464	,663	,960
¿Considera Ud. que la empresa JE mantiene una buena reputación externamente?	97,43	452,875	,783	,959
¿Cree Ud. que la empresa ha trabajado su imagen en relación con su actividad económica?	97,57	464,116	,646	,960
¿El logotipo de la empresa es reconocido en la ciudad?	97,00	469,310	,605	,960
¿La empresa emplea estrategias de publicidad y relaciones públicas adecuadas?	97,57	457,426	,930	,959
¿Planifica la empresa campañas promocionales para fortalecer su imagen corporativa?	97,80	448,993	,812	,959
¿Tiene la empresa plataforma digital activa para promover su imagen corporativa?	97,83	459,868	,520	,961
¿Cree Ud. que la empresa tiene buena imagen corporativa ante el público?	97,50	452,259	,825	,959
¿La empresa ha dado a conocer su visión, misión, valores y filosofía?	96,97	464,102	,634	,960
¿Cree Ud. que la empresa ha creado una cultura organizacional?	97,50	453,293	,800	,959

---

---

¿Considera Ud. que la empresa mantiene una actitud y responsabilidad social como parte de su filosofía institucional?	97,53	459,499	,813	,959
¿Ofrece la empresa JE oportunidades de desarrollo profesional?	97,73	451,099	,855	,959
¿Cree Ud. que los jefes de cada área son receptivos a nuevas ideas o tendencias?	97,80	452,028	,653	,960
¿Promueve la empresa el deseo de superación de los trabajadores?	98,03	452,171	,768	,959
¿Fomenta la empresa el desarrollo laboral combinando hábitos personales, (compromiso, esfuerzo, responsabilidad) con la evolución profesional de los trabajadores?	97,83	444,489	,848	,958
¿Planifica la empresa programas de desarrollo profesional en base a las áreas de interés de los trabajadores?	98,27	451,375	,698	,960
¿La empresa implementa medidas para mejorar la calidad de vida de los trabajadores?	98,17	461,385	,592	,960
¿Ofrece la empresa beneficios como comedor, estacionamiento, capacitaciones, entre otras?	97,07	467,789	,369	,962
¿Ofrece la empresa JE un programa de bienestar en aspectos como salud, gratificaciones, créditos y otros?	97,27	470,892	,303	,963
¿Cree Ud. qué hay relación entre el bienestar que ofrece la empresa a los trabajadores y el nivel de productividad?	97,23	458,737	,526	,961
¿Cree Ud. que el bienestar laboral influye en la retención del personal en la empresa?	96,80	468,234	,410	,962
¿Cree Ud. que la empresa JE promueve una comunicación interna y externa efectiva?	97,70	453,666	,925	,958
¿Los canales de comunicación interna son adecuados para todos?	97,73	453,237	,833	,959

---

---

¿La empresa planifica acciones para fortalecer la comunicación en relación con la eficiencia, organización y coordinación tomando en cuenta a los trabajadores?	97,80	452,028	,851	,959
¿Cree Ud. que la empresa emplea herramientas de marketing actualizadas?	97,93	454,064	,853	,959
¿Considera Ud. que la empresa promueve su marca con estrategias de marketing?	98,00	449,862	,861	,958
¿Desde su percepción, existe vinculación entre la gestión del talento humano y las estrategias de marketing que se utilizan para posicionar la empresa?	97,90	451,266	,614	,960

---

Prueba de confiabilidad de pregunta por pregunta de la variable: 2 Gestión de talento humano

---

**Estadísticas de total de elemento**

---

¿La Empresa J.E describe en su página web la visión y Misión Institucional?	95,37	469,620	,175	,957
¿Los valores institucionales de la Empresa J.E son conocidos por los trabajadores?	96,10	460,576	,376	,955
¿Planifica la empresa actividades para el desarrollo de valores y rasgos que fomentan la comunicación y la relación efectiva en el medio laboral?	97,07	431,582	,843	,952
¿Conoce Ud. los objetivos y metas del Plan Estratégico de la institución?	96,43	439,013	,727	,953
¿Contribuye Ud. a mejorar el ambiente laboral de la empresa?	95,53	466,189	,317	,956
¿Ud. conoció la empresa JE por medio de las redes sociales y portales de búsqueda de empleo?	97,27	447,306	,370	,958
Cree Ud. ¿Que la empresa JE recluta personal a través de la web?	96,57	466,323	,199	,957
¿Cree Ud. que la empresa emplea estrategias innovadoras para seleccionar a personas acordes a las necesidades y funciones?	96,93	445,237	,822	,952
¿Considera Ud. que la empresa planifica actividades para seleccionar candidatos viables para cubrir una vacante?	96,77	441,978	,790	,952
¿La empresa aplicó algún test de inteligencia emocional, al momento de la selección?	96,13	448,947	,525	,955
¿Al ingresar a la empresa, Ud. fue evaluado en base a sus competencias laborales?	96,07	453,857	,495	,955

¿Al momento de ingresar a la empresa, le exigen demostración de los conocimientos y habilidades para responder satisfactoriamente la demanda de su cargo?	96,10	452,645	,554	,954
¿Ofrece la empresa formación en competencias laborales?	96,93	437,720	,779	,952
¿Ofrece la empresa capacitación para fortalecer los conocimientos de acuerdo al área de trabajo?	96,93	441,582	,696	,953
¿Ha recibido capacitación sobre dominio de habilidades duras y blandas?	97,33	438,506	,767	,952
¿Ha recibido alguna capacitación sobre manejo del stress laboral?	97,30	452,424	,364	,957
¿Explica la empresa el paquete de beneficios como medio de atracción del personal?	96,93	436,202	,625	,954
¿Tiene la empresa un plan de recompensas laborales adecuado?	97,67	435,540	,847	,952
¿Recibe Ud. estímulos de sus jefes directos en el desempeño de su trabajo dentro de la empresa?	97,20	437,752	,763	,952
¿Cree Ud., que la empresa posee un entorno laboral motivador y estimulante donde todos desean trabajar?	97,10	431,955	,867	,951
¿Siente Ud. Sentido de pertenencia con la empresa?	96,70	428,562	,907	,951
¿Siente Ud. satisfacción de las expectativas que se creó al momento de ingresar a trabajar de acuerdo con lo que la empresa JE le ha ofrecido?	97,03	440,102	,834	,952
¿En la empresa se promueve un ambiente de trabajo positivo, con buen nivel de motivación hacia los trabajadores?	96,93	444,478	,774	,953
¿Se aplican dentro de la empresa estrategias para la resolución de conflictos y toma de decisiones a nivel de los trabajadores?	96,97	442,999	,862	,952

¿Mantiene Ud. una actitud positiva que entusiasma a sus compañeros de trabajo dentro de la empresa?	95,57	467,357	,280	,956
¿Se Incentiva el sentimiento de pertenencia al grupo motivando al trabajador para que se identifique con la imagen de la empresa?	96,80	449,821	,656	,954
¿Utiliza la empresa estrategias para fomentar su lealtad, desarrollo profesional, desempeño y compromiso con la organización?	96,90	441,128	,763	,953
¿Emplea la empresa evaluación del desempeño dentro de un plan de retención del talento humano?	96,83	446,420	,723	,953
¿Realiza la empresa evaluación del personal en base a los conocimientos que debe tener para cumplir con su trabajo?	96,67	453,540	,620	,954
¿Evalúa la empresa la actitud que el personal demuestra en su trabajo?	96,83	435,454	,827	,952

---

**ANEXO 10**  
**CARTA DE VALIDACIÓN**

Señor: Dr. Mg.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Administración la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

El título del proyecto de investigación es: ***Employer Branding y La Gestión del Talento Humano en los trabajadores de la Empresa JE - 2020*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

Carta de presentación.

Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

Matriz de operacionalización de las variables.

Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

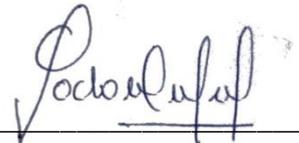
Atentamente.



Firma

Marly Steffy Montalvo Delgado

DNI: 76645363



Firma

Estefani Godoy Cabrera

DNI: 76466084

## ANEXO 11

### Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable Employer Branding

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: Atracción de Personal</b>													
1	¿Al momento de ingresar, participó Ud. de un proceso de inducción?				X				X				X	
2	¿Tiene la empresa en su portal web información de inducción para las personas que opten por trabajar en ella?				X				X				X	
3	¿La empresa socializó con Ud. los valores, normas y convicciones que define la organización?				X				X				X	
4	¿La empresa implementa un proceso de adaptación a la organización al momento del ingreso?				X				X				X	
5	¿Considera Ud. que la empresa JE mantiene una buena reputación externamente?				X				X				X	
6	¿Cree Ud. que la empresa ha trabajado su imagen en relación con su actividad económica?				X				X				X	
7	¿El logotipo de la empresa es reconocido en la ciudad?				X				X				X	
8	¿La empresa emplea estrategias de publicidad y relaciones públicas adecuadas?				X				X				X	
9	¿Planifica la empresa campañas promocionales para fortalecer su imagen corporativa?				X				X				X	
10	¿Tiene la empresa plataforma digital activa para promover su imagen corporativa?				X				X				X	
11	¿Cree Ud. que la empresa tiene buena imagen corporativa ante el público?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 2: Retención del personal</b>													
12	¿La empresa ha dado a conocer su visión, misión, valores y filosofía?				X				X				X	
13	¿Cree Ud. que la empresa ha creado una cultura organizacional?				X				X				X	
14	¿Considera Ud. que la empresa mantiene una actitud y responsabilidad social como parte de su filosofía institucional?				X				X				X	
15	¿Ofrece la empresa JE oportunidades de desarrollo profesional?				X				X				X	

16	¿Cree Ud. que los jefes de cada área son receptivos a nuevas ideas o tendencias?				X				X				X	
17	¿Promueve la empresa el deseo de superación de los trabajadores?				X				X				X	
18	¿Fomenta la empresa el desarrollo laboral combinando hábitos personales, (compromiso, esfuerzo, responsabilidad) con la evolución profesional de los trabajadores?				X				X				X	
19	¿Planifica la empresa programas de desarrollo profesional en base a las áreas de interés de los trabajadores?				X				X				X	
<b>DIMENSION 3: Adaptación del personal</b>														
20	¿La empresa implementa medidas para mejorar la calidad de vida de los trabajadores?				X				X				X	
21	¿Ofrece la empresa beneficios como comedor, estacionamiento, capacitaciones, entre otras?				X				X				X	
22	¿Ofrece la empresa JE un programa de bienestar en aspectos como salud, gratificaciones, créditos y otros?				X				X				X	
23	¿Cree Ud. qué hay relación entre el bienestar que ofrece la empresa a los trabajadores y el nivel de productividad?				X				X				X	
24	¿Cree Ud. que el bienestar laboral influye en la retención del personal en la empresa?				X				X				X	
25	¿Cree Ud. que la empresa JE promueve una comunicación interna y externa efectiva?				X				X				X	
26	¿Los canales de comunicación interna son adecuados para todos?				X				X				X	
27	¿La empresa planifica acciones para fortalecer la comunicación en relación con la eficiencia, organización y coordinación tomando en cuenta a los trabajadores?				X				X				X	
28	¿Cree Ud. que la empresa emplea herramientas de marketing actualizadas?				X				X				X	
29	¿Considera Ud. que la empresa promueve su marca con estrategias de marketing?				X				X				X	
30	¿Desde su percepción, existe vinculación entre la gestión del talento humano y las estrategias de marketing que se utilizan para posicionar la empresa?				X				X				X	

**Observaciones:** Hay suficiencia

---

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**  
**No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr. Lino Gamarra, Edgar Laureano.      **DNI:**  
32650876

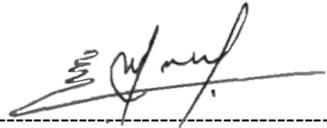
**Especialidad del validador:** Administrador de Empresas y Licenciado en Educación: Matemática e Informática

**San Juan de Lurigancho, 23 de enero del**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



---

**Firma del Experto Informante.**

**Especialidad**

## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable Gestión del Talento Humano

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	M	D	A	MA	M	D	A	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b>													
1	¿La Empresa J.E describe en su página web la visión y Misión Institucional?				X				X					X
2	¿Los valores institucionales de la Empresa J.E son conocidos por los trabajadores?				X				X					X
3	¿Planifica la empresa actividades para el desarrollo de valores y rasgos que fomentan la comunicación y la relación efectiva en el medio laboral?				X				X					X
4	¿Conoce Ud. los objetivos y metas del Plan Estratégico de la institución?				X				X					X
5	¿Contribuye Ud. a mejorar el ambiente laboral de la empresa?				X				X					X
	<b>DIMENSIÓN 2: RECLUTAMIENTO</b>													
6	¿Ud. conoció la empresa JE por medio de las redes sociales y portales de búsqueda de empleo?				X				X					X
7	Cree Ud. ¿Que la empresa JE recluta personal a través de la web?				X				X					X
	<b>DIMENSIÓN 3: SELECCIÓN DEL PERSONAL</b>													
8	¿Cree Ud. que la empresa emplea estrategias innovadoras para seleccionar a personas acordes a las necesidades y funciones?				X				X					X
9	¿Considera Ud. que la empresa planifica actividades para seleccionar candidatos viables para cubrir una vacante?				X				X					X
10	¿La empresa aplicó algún test de inteligencia emocional, al momento de la selección?				X				X					X
11	¿Al ingresar a la empresa, Ud. fue evaluado en base a sus competencias laborales?				X				X					X
12	¿Al momento de ingresar a la empresa, le exigen demostración de los conocimientos y habilidades para responder satisfactoriamente la demanda de su cargo?				X				X					X
	<b>DIMENSIÓN 4: CAPACITACIÓN</b>													
13	¿Ofrece la empresa formación en competencias laborales?				X				X					X
14	¿Ofrece la empresa capacitación para fortalecer los conocimientos de acuerdo al área de trabajo?				X				X					X

15	¿Ha recibido capacitación sobre dominio de habilidades duras y blandas?				X					X				X	
16	¿Ha recibido alguna capacitación sobre manejo del stress laboral?				X					X				X	
<b>DIMENSIÓN 5: RECOMPENSA</b>															
17	¿Explica la empresa el paquete de beneficios como medio de atracción del personal?				X					X				X	
18	¿Tiene la empresa un plan de recompensas laborales adecuado?				X					X				X	
19	¿Recibe Ud. estímulos de sus jefes directos en el desempeño de su trabajo dentro de la empresa?				X					X				X	
20	¿Cree Ud., que la empresa JE posee un entorno laboral motivador y estimulante donde todos desean trabajar?				X					X				X	
21	¿Siente Ud. Sentido de pertenencia con la empresa?				X					X				X	
22	¿Siente Ud. satisfacción de las expectativas que se creó al momento de ingresar a trabajar de acuerdo con lo que la empresa JE le ha ofrecido?				X					X				X	
23	¿En la empresa se promueve un ambiente de trabajo positivo, con buen nivel de motivación hacia los trabajadores?				X					X				X	
24	¿Se aplican dentro de la empresa estrategias para la resolución de conflictos y toma de decisiones a nivel de los trabajadores?				X					X				X	
25	¿Mantiene Ud. una actitud positiva que entusiasma a sus compañeros de trabajo dentro de la empresa?				X					X				X	
26	¿Se Incentiva el sentimiento de pertenencia al grupo motivando al trabajador para que se identifique con la imagen de la empresa?				X					X				X	
<b>DIMENSIÓN 6: EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO</b>															
27	¿Utiliza la empresa estrategias para fomentar su lealtad, desarrollo profesional, desempeño y compromiso con la organización?				X					X				X	
28	¿Emplea la empresa evaluación del desempeño dentro de un plan de retención del talento humano?				X					X				X	
29	¿Realiza la empresa evaluación del personal en base a los conocimientos que debe tener para cumplir con su trabajo?				X					X				X	
30	¿Evalúa la empresa la actitud que el personal demuestra en su trabajo?				X					X				X	

**Observaciones:** Hay suficiencia

---

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [ X ]**                    **Aplicable después de corregir [ ]**                    **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr. Lino Gamarra, Edgar Laureano.                    **DNI:**  
32650876

**Especialidad del validador:** Administrador de Empresas y Licenciado en Educación: Matemática e Informática

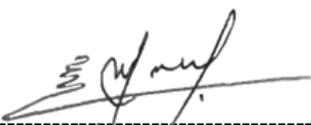
**San Juan de Lurigancho, 23 de enero del**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



---

**Firma del Experto Informante.**

## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable Employer Branding

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: Atracción de Personal</b>													
1	¿Al momento de ingresar, participó Ud. de un proceso de inducción?				X				X				X	
2	¿Tiene la empresa en su portal web información de inducción para las personas que opten por trabajar en ella?				X				X				X	
3	¿La empresa socializó con Ud. los valores, normas y convicciones que define la organización?				X				X				X	
4	¿La empresa implementa un proceso de adaptación a la organización al momento del ingreso?				X				X				X	
5	¿Considera Ud. que la empresa JE mantiene una buena reputación externamente?				X				X				X	
6	¿Cree Ud. que la empresa ha trabajado su imagen en relación con su actividad económica?				X				X				X	
7	¿El logotipo de la empresa es reconocido en la ciudad?				X				X				X	
8	¿La empresa emplea estrategias de publicidad y relaciones públicas adecuadas?				X				X				X	
9	¿Planifica la empresa campañas promocionales para fortalecer su imagen corporativa?				X				X				X	
10	¿Tiene la empresa plataforma digital activa para promover su imagen corporativa?				X				X				X	
11	¿Cree Ud. que la empresa tiene buena imagen corporativa ante el público?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 2: Retención del personal</b>													
12	¿La empresa ha dado a conocer su visión, misión, valores y filosofía?				X				X				X	
13	¿Cree Ud. que la empresa ha creado una cultura organizacional?				X				X				X	
14	¿Considera Ud. que la empresa mantiene una actitud y responsabilidad social como parte de su filosofía institucional?				X				X				X	
15	¿Ofrece la empresa JE oportunidades de desarrollo profesional?				X				X				X	



**Observaciones:** Hay suficiencia

---

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**  
**No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mgtr. Daniel Mejia Pilonieta      **DNI:** 47445370

**Especialidad del validador:** Economista

**San Juan de Lurigancho, 23 de enero del**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Daniel Mejía Pilonieta

-----  
**Firma del Experto Informante.**

**Especialidad**

## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable Gestión del Talento Humano

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M D	D	A	MA	M D	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b>													
1	¿La Empresa J.E describe en su página web la visión y Misión Institucional?				X				X				X	
2	¿Los valores institucionales de la Empresa J.E son conocidos por los trabajadores?				X				X				X	
3	¿Planifica la empresa actividades para el desarrollo de valores y rasgos que fomentan la comunicación y la relación efectiva en el medio laboral?				X				X				X	
4	¿Conoce Ud. los objetivos y metas del Plan Estratégico de la institución?				X				X				X	
5	¿Contribuye Ud. a mejorar el ambiente laboral de la empresa?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 2: RECLUTAMIENTO</b>													
6	¿Ud. conoció la empresa JE por medio de las redes sociales y portales de búsqueda de empleo?				X				X				X	
7	Cree Ud. ¿Que la empresa JE recluta personal a través de la web?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 3: SELECCIÓN DEL PERSONAL</b>													
8	¿Cree Ud. que la empresa emplea estrategias innovadoras para seleccionar a personas acordes a las necesidades y funciones?				X				X				X	
9	¿Considera Ud. que la empresa planifica actividades para seleccionar candidatos viables para cubrir una vacante?				X				X				X	
10	¿La empresa aplicó algún test de inteligencia emocional, al momento de la selección?				X				X				X	
11	¿Al ingresar a la empresa, Ud. fue evaluado en base a sus competencias laborales?				X				X				X	
12	¿Al momento de ingresar a la empresa, le exigen demostración de los conocimientos y habilidades para responder satisfactoriamente la demanda de su cargo?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 4: CAPACITACIÓN</b>													
13	¿Ofrece la empresa formación en competencias laborales?				X				X				X	
14	¿Ofrece la empresa capacitación para fortalecer los conocimientos de acuerdo al área de trabajo?				X				X				X	

15	¿Ha recibido capacitación sobre dominio de habilidades duras y blandas?				X				X					X	
16	¿Ha recibido alguna capacitación sobre manejo del stress laboral?				X				X					X	
<b>DIMENSIÓN 5: RECOMPENSA</b>															
17	¿Explica la empresa el paquete de beneficios como medio de atracción del personal?				X				X					X	
18	¿Tiene la empresa un plan de recompensas laborales adecuado?				X				X					X	
19	¿Recibe Ud. estímulos de sus jefes directos en el desempeño de su trabajo dentro de la empresa?				X				X					X	
20	¿Cree Ud., que la empresa JE posee un entorno laboral motivador y estimulante donde todos desean trabajar?				X				X					X	
21	¿Siente Ud. Sentido de pertenencia con la empresa?				X				X					X	
22	¿Siente Ud. satisfacción de las expectativas que se creó al momento de ingresar a trabajar de acuerdo con lo que la empresa JE le ha ofrecido?				X				X					X	
23	¿En la empresa se promueve un ambiente de trabajo positivo, con buen nivel de motivación hacia los trabajadores?				X				X					X	
24	¿Se aplican dentro de la empresa estrategias para la resolución de conflictos y toma de decisiones a nivel de los trabajadores?				X				X					X	
25	¿Mantiene Ud. una actitud positiva que entusiasma a sus compañeros de trabajo dentro de la empresa?				X				X					X	
26	¿Se Incentiva el sentimiento de pertenencia al grupo motivando al trabajador para que se identifique con la imagen de la empresa?				X				X					X	
<b>DIMENSIÓN 6: EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO</b>															
27	¿Utiliza la empresa estrategias para fomentar su lealtad, desarrollo profesional, desempeño y compromiso con la organización?				X				X					X	
28	¿Emplea la empresa evaluación del desempeño dentro de un plan de retención del talento humano?				X				X					X	
29	¿Realiza la empresa evaluación del personal en base a los conocimientos que debe tener para cumplir con su trabajo?				X				X					X	
30	¿Evalúa la empresa la actitud que el personal demuestra en su trabajo?				X				X					X	

**Observaciones:** Hay suficiencia

---

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**              **Aplicable después de corregir [ ]**  
**No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mgtr. Daniel Mejia Pilonieta      **DNI:** 47445370

**Especialidad del validador:** Economista

**San Juan de Lurigancho, 23 de enero del**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Daniel Mejía Pilonieta

-----  
**Firma del Experto Informante.**

**Especialidad**

## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable Employer Branding

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: Atracción de Personal</b>													
1	¿Al momento de ingresar, participó Ud. de un proceso de inducción?				X				X				X	
2	¿Tiene la empresa en su portal web información de inducción para las personas que opten por trabajar en ella?				X				X				X	
3	¿La empresa socializó con Ud. los valores, normas y convicciones que define la organización?				X				X				X	
4	¿La empresa implementa un proceso de adaptación a la organización al momento del ingreso?				X				X				X	
5	¿Considera Ud. que la empresa JE mantiene una buena reputación externamente?				X				X				X	
6	¿Cree Ud. que la empresa ha trabajado su imagen en relación con su actividad económica?				X				X				X	
7	¿El logotipo de la empresa es reconocido en la ciudad?				X				X				X	
8	¿La empresa emplea estrategias de publicidad y relaciones públicas adecuadas?				X				X				X	
9	¿Planifica la empresa campañas promocionales para fortalecer su imagen corporativa?				X				X				X	
10	¿Tiene la empresa plataforma digital activa para promover su imagen corporativa?				X				X				X	
11	¿Cree Ud. que la empresa tiene buena imagen corporativa ante el público?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 2: Retención del personal</b>													
12	¿La empresa ha dado a conocer su visión, misión, valores y filosofía?				X				X				X	
13	¿Cree Ud. que la empresa ha creado una cultura organizacional?				X				X				X	
14	¿Considera Ud. que la empresa mantiene una actitud y responsabilidad social como parte de su filosofía institucional?				X				X				X	
15	¿Ofrece la empresa JE oportunidades de desarrollo profesional?				X				X				X	



**Observaciones:** Hay suficiencia

---

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**              **Aplicable después de corregir [ ]**  
**No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr. Cesar Cifuentes la Rosa.      **DNI:** 09534164

**Especialidad del validador:** Economista

**San Juan de Lurigancho, 23 de enero del**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Dr. Cesar Cifuentes la Rosa

-----  
**Firma del Experto Informante.**

**Especialidad**

## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable Gestión del Talento Humano

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M D	D	A	MA	M D	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>DIMENSIÓN 1: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b>													
1	¿La Empresa J.E describe en su página web la visión y Misión Institucional?				X				X				X	
2	¿Los valores institucionales de la Empresa J.E son conocidos por los trabajadores?				X				X				X	
3	¿Planifica la empresa actividades para el desarrollo de valores y rasgos que fomentan la comunicación y la relación efectiva en el medio laboral?				X				X				X	
4	¿Conoce Ud. los objetivos y metas del Plan Estratégico de la institución?				X				X				X	
5	¿Contribuye Ud. a mejorar el ambiente laboral de la empresa?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 2: RECLUTAMIENTO</b>													
6	¿Ud. conoció la empresa JE por medio de las redes sociales y portales de búsqueda de empleo?				X				X				X	
7	Cree Ud. ¿Que la empresa JE recluta personal a través de la web?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 3: SELECCIÓN DEL PERSONAL</b>													
8	¿Cree Ud. que la empresa emplea estrategias innovadoras para seleccionar a personas acordes a las necesidades y funciones?				X				X				X	
9	¿Considera Ud. que la empresa planifica actividades para seleccionar candidatos viables para cubrir una vacante?				X				X				X	
10	¿La empresa aplicó algún test de inteligencia emocional, al momento de la selección?				X				X				X	
11	¿Al ingresar a la empresa, Ud. fue evaluado en base a sus competencias laborales?				X				X				X	
12	¿Al momento de ingresar a la empresa, le exigen demostración de los conocimientos y habilidades para responder satisfactoriamente la demanda de su cargo?				X				X				X	
	<b>DIMENSIÓN 4: CAPACITACIÓN</b>													
13	¿Ofrece la empresa formación en competencias laborales?				X				X				X	
14	¿Ofrece la empresa capacitación para fortalecer los conocimientos de acuerdo al área de trabajo?				X				X				X	

15	¿Ha recibido capacitación sobre dominio de habilidades duras y blandas?				X				X				X	
16	¿Ha recibido alguna capacitación sobre manejo del stress laboral?				X				X				X	
<b>DIMENSIÓN 5: RECOMPENSA</b>														
17	¿Explica la empresa el paquete de beneficios como medio de atracción del personal?				X				X				X	
18	¿Tiene la empresa un plan de recompensas laborales adecuado?				X				X				X	
19	¿Recibe Ud. estímulos de sus jefes directos en el desempeño de su trabajo dentro de la empresa?				X				X				X	
20	¿Cree Ud., que la empresa JE posee un entorno laboral motivador y estimulante donde todos desean trabajar?				X				X				X	
21	¿Siente Ud. Sentido de pertenencia con la empresa?				X				X				X	
22	¿Siente Ud. satisfacción de las expectativas que se creó al momento de ingresar a trabajar de acuerdo con lo que la empresa JE le ha ofrecido?				X				X				X	
23	¿En la empresa se promueve un ambiente de trabajo positivo, con buen nivel de motivación hacia los trabajadores?				X				X				X	
24	¿Se aplican dentro de la empresa estrategias para la resolución de conflictos y toma de decisiones a nivel de los trabajadores?				X				X				X	
25	¿Mantiene Ud. una actitud positiva que entusiasma a sus compañeros de trabajo dentro de la empresa?				X				X				X	
26	¿Se Incentiva el sentimiento de pertenencia al grupo motivando al trabajador para que se identifique con la imagen de la empresa?				X				X				X	
<b>DIMENSIÓN 6: EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO</b>														
27	¿Utiliza la empresa estrategias para fomentar su lealtad, desarrollo profesional, desempeño y compromiso con la organización?				X				X				X	
28	¿Emplea la empresa evaluación del desempeño dentro de un plan de retención del talento humano?				X				X				X	
29	¿Realiza la empresa evaluación del personal en base a los conocimientos que debe tener para cumplir con su trabajo?				X				X				X	
30	¿Evalúa la empresa la actitud que el personal demuestra en su trabajo?				X				X				X	

**Observaciones:** Hay suficiencia

---

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**              **Aplicable después de corregir [ ]**  
**No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr. Cesar Cifuentes la Rosa.      **DNI:** 09534164

**Especialidad del validador:** Economista

**San Juan de Lurigancho, 23 de enero del**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Dr. Cesar Cifuentes la Rosa

-----

**Firma del Experto Informante.**

**Especialidad**

## ANEXO 12

### CONSENTIMIENTO INFORMADO DE LA INVESTIGACIÓN



Lima, 25 de enero del 2021

Señores  
**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

Atención:

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

#### **AUTORIZACION PARA REALIZAR LA APLICACIÓN DE ENCUESTA**

Por medio de la presente carta, tenemos a bien saludar y, al mismo tiempo hacer de conocimiento la autorización a las señoritas, MONTALVO DELGADO, Marly Steffy identificada con DNI N° 76645363 y GODOY CABRERA, Estefani identificada con DNI N° 76466084, para que se pueda realizar su trabajo de investigación titulada "Employer Branding y la Gestión del talento humano en los trabajadores de la empresa J.E, La Molina – 2020.

Es propicio expresarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal, quedamos a ustedes.

Atentamente,

  
  
CPC Paul Godoy Ortiz  
GABRIELITA DE RECIBOS HUMANOS

Av. La Fontana N.º 1155 – La Molina  
T. (+511) 349.2080 / (+511) 349.1267  
[www.ideeInmobiliaria.com.pe](http://www.ideeInmobiliaria.com.pe)  
[www.je.com.pe](http://www.je.com.pe)



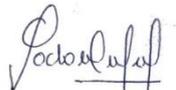
## Declaratoria de Originalidad del Autor/ Autores

Nosotros, Montalvo Delgado Marly Steffy y Godoy Cabrera Estefani egresadas de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo (Lima este) declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulado: “EMPLOYER BRANDING Y LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA J.E., LA MOLINA 2020.”, es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

San Juan de Lurigancho, 13 de marzo del 2021

MONTALVO DELGADO, MARLY STEFFY.	
DNI: 76645363	Firma 
ORCID: 0000-0003-2032-6940	
GODOY CABRERA, ESTEFANI.	
DNI: 76466084	Firma 
ORCID: 0000-0002-4645-8864	