



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EL ENDOMARKETING Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS
TRABAJADORES EN LA EMPRESA TIGRE**

PERÚ S.A. EN LIMA, 2018

**PRESENTADA POR
SHIRLEY STEFANI GRANDE TELLO**

ASESOR

CARLOS ANTONIO GAMARRA CHAVEZ

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EL ENDOMARKETING Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS
TRABAJADORES EN LA EMPRESA TIGRE PERÚ S.A. EN
LIMA, 2018**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR
SHIRLEY STEFANI GRANDE TELLO**

**ASESOR
MG. CARLOS ANTONIO GAMARRA CHAVEZ**

LIMA-PERÚ

2020

DEDICATORIA

A Dios que siempre me ha guiado para luchar por mis sueños, a mis padres y hermana quienes me apoyaron siempre de manera incondicional en mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la USMP por haberme formado durante cinco años, los docentes, asesor de tesis y a mi familia por haber contribuido en mi formación profesional.

ÍNDICE

PORTADA.....	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	14
1.1 Antecedentes de la investigación.....	14
1.1.1 Antecedentes Nacionales	14
1.1.2 Antecedentes Internacionales	15
1.2 Bases teóricas.....	17
1.2.1 El Endomarketing	17
1.2.2. La productividad	22
1.3. Definición de términos básicos.....	26
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	28
2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	28
2.1.1 Hipótesis General	28
2.1.2 Hipótesis Específicos.....	28
2.2. Variables y definición operacional.....	28
2.2.1 Variable Independiente: Endomarketing	28
2.2.2 Variable Dependiente: Productividad.....	29
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	31
3.1 Diseño metodológico.....	31
3.1.1. Enfoque	31
3.1.2 Alcance.....	31
3.1.3. Tipo.....	31
3.1.4. Diseño.....	31
3.2. Diseño muestral	32
3.2.1. Población.....	32
3.2.2. Muestra.....	32
3.3. Técnica de recolección de datos	34
3.3.1. Confiabilidad del instrumento	35

3.3.2. Validez del instrumento	35
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	35
3.5. Aspectos éticos	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	37
4.1 Resultados de la investigación	37
4.1.1 Descripción de la muestra	37
4.1.2 Análisis exploratorio	42
4.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis	53
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	74
5.1. Discusión de resultados	74
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES	81
FUENTES DE INFORMACIÓN	82
ANEXOS	85
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	86
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	90
ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS	98
ANEXO 4: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA APLICAR	114
ANEXO 5: FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO EXPERTOS Y PERFIL DE VALIDADORES	128

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Comparación del marketing general e interno.....	18
Tabla 2 Valores Z.....	32
Tabla 3 Datos de Fórmula.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 4 Técnica e instrumento de recolección de datos	34
Tabla 5 Prueba de Fiabilidad.....	35
Tabla 6 Criterios de inclusión y exclusión para la selección de la muestra	38
Tabla 7 Características de la muestra.....	38
Tabla 8 Análisis de tendencia central de la muestra	41
Tabla 9 Prueba de Normalidad.....	43
Tabla 10 Valores Perdidos	52
Tabla 11 Nivel de significancia de chi-cuadrado de Pearson de hipótesis especifica 1	58
Tabla 12 Nivel de coeficiente de la Hipótesis especifica 1	59
Tabla 13 Nivel de significancia de Chi-cuadrado de Pearson de hipótesis especifica 2	64
Tabla 14 Nivel de coeficiente contingencia de la hipótesis especifica 2.....	64
Tabla 15 Nivel de significancia de Chi Cuadrado de Pearson de hipótesis especifica 3	70
Tabla 16 Nivel de coeficiente contingencia de la hipótesis especifica 3.....	71
Tabla 17 Nivel de significancia de Chi-cuadrado de Pearson de hipótesis general	72
Tabla 18 Tabla de nivel de coeficiente de la hipótesis general	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género	39
Figura 2 Edad.....	40
Figura 3 Años Laborados	40
Figura 4 Área de la Empresa.....	41
Figura 5 Fidelización	53
Figura 6 Cooperación.....	54
Figura 7 Tolerancia	55
Figura 8 Atención	56
Figura 9 Tensión de Trabajo	57
Figura 10 Conflictos internos en Tensión de Trabajo	¡Error! Marcador no definido.
Figura 11 Empatía.....	60
Figura 12 Comunicación Efectiva.....	60
Figura 13 Escucha Activa.....	61
Figura 14 Autonomía.....	62
Figura 15 Formación	63
Figura 16 Nivel de satisfacción laboral.....	66
Figura 17 Nivel de Compromiso	67
Figura 18 Nivel de Reconocimientos	67
Figura 19 Por relaciones	68
Figura 20 Por resultados	69
Figura 21 Por supervisión.....	69

RESUMEN

En la actualidad, diferentes organizaciones están buscando nuevas estrategias para que sus empleados eleven su nivel productividad. Por ello, el endomarketing que es el marketing interno es una estrategia para la gestión del talento humano, la cual tiene diferentes beneficios en una organización.

Por ello, la presente investigación se basa en los trabajadores de diferentes áreas como ventas, marketing, producción, logística, finanzas y recursos humanos de la empresa Tigre Perú S.A. que se dedica a la venta de tubos y conexiones PVC en Lima. Este posee una población de 136 empleados, pero se tomó la muestra a 100, su enfoque es cuantitativo en la que se utilizó la técnica de la encuesta basado en la escala de Likert.

De acuerdo a los resultados según la prueba del Chi cuadrado de Pearson se encontró que la hipótesis específica 1 la integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores, ya que los trabajadores se sienten parte de la organización, aunque sientan fatiga laboral.

En la hipótesis 2 se concluye que a un nivel de significancia de 0.00 la comunicación se relaciona con la capacidad al igual que, la hipótesis 3 la motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores. En conclusión, el endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 debido al sentimiento generado en los trabajadores por el trato que la organización les brinda.

Palabras clave: endomarketing, productividad, motivación, comunicación, integración, esfuerzo, responsabilidad y capacidad.

ABSTRACT

At present, different organizations are looking for new strategies so that their employees raise their productivity level. Therefore, the endomarketing that is internal marketing is a strategy for the management of human talent which has different benefits in an organization.

Therefore, this research is based on workers from different areas such as sales, marketing, production, logistics, finance and human resources of the company Tigre Perú S.A. which sells PVC pipes and connections in Lima. This has a population of 136 employees but the sample was taken at 100, its approach is quantitative in which the survey technique was used based on the Likert scale.

According to the results according to the Pearson Chi square test, it was found that the specific hypothesis 1 integration is related to the effort of the workers, since the workers feel part of organize, even if they feel labor fatigue.

In hypothesis 2 it is concluded that at a level of significance of 0.00 communication is related to capacity as well as, hypothesis 3 motivation is related to the responsibility of workers. In conclusion, endomarketing is related to the productivity of the workers in the company Tigre Perú S.A. In Lima year 2018 due to the feeling generated in the workers by the treatment that the organization gives them.

Keywords: endomarketing, productivity, motivation, communication, integration, effort, responsibility and capacity.

INTRODUCCIÓN

Según un estudio de la Asociación Peruana de Recursos Humanos en el 2013 se elevó la tasa de rotación de personal en 18% saliendo del rango de 5% y 10% en las empresas latinoamericanas debido a que, 7 de cada 10 personas no son felices en su trabajo (Flores & Ballon, 2016).

Por otro lado, en estos últimos años se ha observado que la productividad en el sector construcción del país ha estado disminuyendo. Según (Peñaranda, 2018), la tasa más baja en la productividad laboral del Perú desde el 2009 hasta el 2017, solo creció en un 0.5%.

Tales cifras expuestas hacen suponer que hoy en día existe una problemática en el principal stakeholder interno de una organización, que son los colaboradores por lo cual se debe encontrar nuevas formas de afrontar dicha problemática, ya que ellos son los portavoces de la organización y quienes permiten lograr los objetivos.

Asimismo, en diferentes estudios realizados se ha evidenciado que existe una carencia de planes de mercadeo interno en el sector construcción lo cual, genera dificultades de comunicación, clima organizacional y se afecta la productividad laboral. Estos generan que exista la falta de identidad entre los colaboradores con la marca que representan, no exista el empoderamiento por la falta de compromiso, se desconozca el *corebusiness* de la organización, y por tanto no exista motivación y fidelización (Davila, 2013).

La presente investigación enfocada en la empresa Tigre Perú S.A. que es una multinacional brasileña líder en los diversos mercados en los que actúa como el sector construcción con tubos PVC y polietileno, quien compro a Comercial

Matusita empresa peruana el 2008, con presencia en el distrito de Lurín, y con aproximadamente 136 colaboradores que laboran en diferentes zonas del país; siendo la unidad de estudio 100 colaboradores, que se distribuyen de la siguiente manera: Un 26% en el área de ventas, quienes tienen mayor personal y trabajan en los diferentes canales de comercialización; un 20% en el área de producción, quienes se encargan de realizar los diferentes productos de la línea, asimismo un 14% en el área de recursos humanos, un 15% en el área de marketing, un 13% en el área de logística, y un 12% en el área de finanzas; las cuales son consideradas áreas de soporte, y con minoría de personal.

Sin embargo, las áreas que mayor reflejo representan con respecto a la productividad, es el área de ventas y producción, dado que como no hay un abastecimiento correcto de personal, se generan diferentes factores como la fatiga laboral, y esto acompañado de la diferencia por géneros, las edades, y los años de servicio; los cuales incrementan el descenso de la productividad.

Según la información del gerente comercial magister: Edwin Palomino Calderón, en la recopilación de datos menciona, que se ha presentado un descenso en su nivel de productividad, el cual se ve reflejado en las ventas, ya que según el informe anual por peso Kg. de los productos en los diferentes segmentos (Exportación, Infraestructura, Predial, Riego), estos reflejan un decrecimiento de 2% afectando los objetivos, aunque existe dos turnos en el área de producción para lograr la entrega de los productos, esto no ha permitido lograr los objetivos. (TIGRE, 2019)

Asimismo, Tigre busca crecer en sus ventas en 10% para el 2018 ya que desde el 2015 su crecimiento ha sido lento de 2% cada año cuando lo estimado era crecer a 3% pero ha habido la desaceleración en las ventas locales generadas por

la contracción del sector minero (factor externo) y productividad (factor interno) (Flores H. , 2015).

Por ello, el problema general en la presente investigación es ¿De qué manera el endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018? Además, el objetivo general es determinar de qué manera el endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018. Se plantea como hipótesis general que el endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Por otro lado, la importancia de la investigación es que si una organización desea lograr obtener buenos resultados necesita que su principal factor interno que son los empleados se sientan motivados, reconocidos, seguros y satisfechos del lugar donde están generando así que su productividad permita lograr las metas de la empresa.

Asimismo, no se presentó limitaciones físicas y económicas en la presente investigación, ya que se pudo visitar a la organización sin problemas, pero si en el acceso a información a nivel del estudio teórico bibliográfico en el contexto internacional, nacional y local, ya que existe un número limitado de trabajos específicos sobre la endomarketing en la productividad en el sector construcción. Esta situación, es una limitante en la presente investigación, porque reduce la profundidad del análisis.

Además, el método de investigación es cuantitativo de alcance descriptivo correlacional. La presente organización cuenta con una población aproximada de 136 trabajadores en la planta de Lurín, se aplicó la fórmula para hallar la muestra

siendo 100 los trabajadores de las siguientes áreas ventas, producción, marketing, logística, recursos humanos y finanzas; a los cuales se realizó la técnica de recolección de datos de la encuesta con la escala de Likert.

Se plantea diferentes capítulos que son los siguientes: En el primer capítulo, se explica el marco teórico a través de los antecedentes, bases teórica y definición de términos básicos. En el segundo capítulo, se observa la hipótesis y variables que formularan. En el tercer capítulo, se desarrolla la metodología la cual se basa en el diseño metodológico, población, operacionalización de las variables, técnicas de recolección de datos, técnicas estadísticas y aspectos éticos. En el cuarto capítulo, se estudia los resultados. En el quinto capítulo, se realiza las discusiones. Finalmente, se plantea las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Diferentes investigaciones sobre el endomarketing y la productividad laboral, tanto en el ámbito nacional como internacional, están orientadas a una mejor estrategia organizacional a través de un marketing interno en donde los colaboradores son los clientes a los cuales se les debe fidelidad y buscar que se internalicen con la organización.

1.1.1 Antecedentes Nacionales

En el ámbito nacional existen investigaciones sobre endomarketing y productividad como de:

Aragon, L. y Davila, T. (2019) publicaron la tesis *“Acciones de endomarketing más valoradas por el personal millennial de Lima Metropolitana que influyen en prolongar el tiempo de permanencia en sus empresas”* a nombre de la Universidad de Peruana de Ciencias Aplicadas. En la cual, analizan como se relaciona el endomarketing con el retener personal de generación millennial peruano entre los 18 a 39 años de Lima metropolitana con metodología cuantitativa mediante encuestas. Demostrándose en los resultados que entre las cuatro acciones de endomarketing como compañía, coordinación, comunicación y costo lo que más valoran este personal es la comunicación que tiene la organización con su personal. En conclusión, esta acción permite que exista un mayor vínculo entre la empresa y sus colaboradores para así lograr brindar ideas a sus jefes, alcanzar las metas y logren permanecer más tiempo en la empresa.

Flores, G. y Ballon, J. (2016) publicaron la tesis *“Implicancias del endomarketing sobre el diseño del programa de incentivos y beneficios para la fidelización del cliente interno: el caso de Ferreyros S.A.”* de la mano de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Esta tesis tuvo como principal objetivo brindar conocimiento acerca del endomarketing como estrategia en un diseño de programa

relacionado a las necesidades del cliente interno generando fidelización. La metodología de la tesis fue mixta siendo los resultados encontrados que el PIB no tenía relación con los intereses de su personal ya que no sienten que la organización este comprometido con ellos. En conclusión, la ausencia de endomarketing en su PIB ha tenido un impacto negativo en la empresa por la realidad que había, por lo que se debe ver al trabajador como un cliente interno al que se le satisfacer para su fidelización y compromiso con la organización.

Chino, L. (2017) publicó la tesis con nombre *“el endomarketing y su influencia en el compromiso organizacional en el personal del Banco de Crédito del Perú – agencia Bolognesi, año 2016”* de la Universidad Privada de Tacna. Posee como objetivo demostrar la relación entre compromiso y el endomarketing. La metodología de la investigación aplicada fue cuantitativa mediante el uso de las encuestas a los colaboradores. Se halló que no existía relación entre las variables debido a las diversas en actividades que realizan los colaboradores en la agencia es con regular compromiso. Por ello, recomienda el autor buscar mejor la comunicación interna e incrementar la percepción de actividades de endomarketing en todos los niveles jerárquicos de la organización.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

En el ámbito internacional existen investigaciones sobre endomarketing y productividad como de:

Cardona, Henriquez, Rada, Martinez y Bonnet (2017) publicaron *“Endomárketing: Estrategia de innovación en las organizaciones el siglo XXI”* en la revista Espacios en la cual explican que en el siglo XXI es importante que las áreas se vean sincronizadas por lo cual la estrategia de aplicar endomarketing permite una mejor relación entre los directivos y los trabajadores estimulando que exista un mayor compromiso, motivación y productividad para alcanzar las metas. Asimismo, se analiza cómo se aplica esto en el sector bancario en el Reino Unido lo cual genera una creación de la marca por la mejorar calidad que los colaboradores van a brindar en los servicios. La aplicación de esta estrategia puede generar costo, pero va a permitir que exista crecimiento en la organización a través de los empleados por lo que se debe ver al endomarketing como un generador de valor.

Fuentes, J. y Reyes, F. (2017) publicaron su artículo acerca de *“ENDOMARKETING: Importancia de una metodología para la elaboración de estrategias comunicacionales y sus beneficios en la mediana y pequeña empresa”*. Esta publicación tiene como objetivo analizar la estrategia en la comunicación del endomarketing en el factor interno. Su instrumento es cuantitativo a través de las encuestas. Se brinda como conclusiones de la investigación que las estrategias de endomarketing en las pymes afecta en la imagen de la organización de manera positiva y aumenta la producción por lo que debe haber esfuerzos estratégicos comunicacionales ya que las áreas deben actuar en conjunto. Por ello, la formulación de la propuesta metodológica se basa en que la organización realice cuatro procesos: manejar la información de sus colaboradores, conexión de las áreas, fidelización y evaluación de lo realizado.

Rivas, G. (2017) publicó su tesis *“Propuesta de Endomarketing como estrategia para fortalecer el Compromiso Organizacional de los colaboradores de la Unidad de Gestión Confecciones de la Fundación Acción Solidaria”*. Su objetivo es promover el compromiso laboral a través del endomarketing, realizó el estudio con método cuantitativo a través de las encuestas. Se dividió en tres grupos A, B y C en la cuales se halló que los valores son identificados debido al sentimiento de pertenencia y el trabajo en equipo en los colaboradores. Esto debido a la existencia de compromiso continuo y normativo. Sin embargo, no hay retribución por parte de la organización en su trabajo que realizan. En síntesis, el autor propone aplicar del endomarketing estrategias fortaleciendo la satisfacción laboral y el compromiso a través de incentivos.

Ochoa, K. (2014) presenta su tesis *“Motivación y productividad laboral Estudio realizado en la Empresa Municipal de Xelaju EMAX”*. Se tiene como objetivo general determinar la influencia de la motivación en la productividad laboral. Por ello, para la recolección de información utiliza la escala de likert mediante un cuestionario a los colaboradores. Se comprobó que la motivación influye la efectividad productividad laboral. Se concluyó que, la motivación se siente más cuando se crea un ambiente familiar lo cual genera un desarrollo integral entre los colaboradores.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 El Endomarketing

En la actualidad, los colaboradores se han convertido en uno de los activos más importantes dentro de organización, ya que permiten el éxito o fracaso. Por ello, conocer el termino endomarketing es importante para una mejor gestión estratégica y de talento humano, por lo que se debe buscar que ellos permanezcan en la organización.

1.2.1.1. Pensamientos y conceptos de Endomarketing

Según Nunes, P. (2012) “el término endomarketing está formado a partir del término marketing y del término griego Endo, que significa movimiento hacia adentro.” (p.1). Por ello, significa marketing interno que es una estrategia organizacional para aplicar a los empleados. Regalado, Allpacca, Baca y Geronimo (2011) cita a Gronroos de 1990 quien sostiene que el marketing interno es una estrategia de comportamiento en las relaciones comerciales ya que, desarrolla un estado mental en los colaboradores que permite eficacia en el servicio al cliente. En tal sentido, es como una gestión estratégica entre los nexos del marketing y recursos humanos.

1.2.1.2. Evolución del Endomarketing

Este término comienza a difundirse en la década de 1990, según (Cobra, 2010) el concepto cliente fue el que se extendió como concepto tradicional denominado el cliente externo, pero se incluyó al cliente interno que era al trabajador de la organización. A partir de esta idea se da origen al marketing interno o endomarketing diferenciándose del marketing tradicional relacionado al cliente externo. Por lo cual, en este enfoque llamado endomarketing se encuentran dos disciplinas el marketing y los recursos humanos. De acuerdo a los autores, el marketing interno permite potenciar al personal sus objetivos para que se sientan motivados por el interés que busca tener la organización hacia sus necesidades de ellos. Por otro lado, Perez, J. (2017) cita a Neto de 2009 que Saul Faingaus Bekin da a conocer los fundamentos del endomarketing por primera vez sustentando que

los trabajadores son los clientes internos. Asimismo, según lo planteado por Mendoza, Hernandez y Tabernero (2011).exponen comparaciones entre el marketing externo e interno (Ver tabla 1).

Tabla 1 Comparación del marketing general e interno

Marketing General	Marketing Interno
Cliente	Colaborador
Producto	Organización
Técnicas de ventas	Comunicación interna
Fuerza de ventas	Equipo directivo/mandos medios
Objetivo	Incrementar la motivación/la productividad
Orientación al mercado	Orientación al marketing interno
Promoción del producto	Promoción de la organización

Fuente: Mendoza, J., Hernández, M., & Tabernero, C. (2011). Retos y oportunidades de la investigación en marketing interno. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XVII (1).

En síntesis, las empresas deben vender las ideas, culturas, políticas, proyectos, etc. a través de las técnicas del marketing interno que permiten a los colaboradores incrementar su productividad y brinden calidad en los servicios o productos al cliente externo (Jimenez & Gamboa, 2016). Por ello, se debe entender las dos orientaciones expuestas en la figura y sus diferencias ya que el marketing general está enfocado en las necesidades del mercado mientras que el marketing interno se enfoca en aspectos endógenos para el mejoramiento de las relaciones internas con sus colaboradores.

1.2.1.3. Modelos de Endomarketing

Existen diferentes modelos endomarketing que se han desarrollado como son:

1.2.1.3.1 Modelo por Berry (1982)

Según Sanchez, L. y Silva, M. (2017) citan el modelo de Berry en la cual se reconoce al trabajador como un cliente que permite una ventaja competitiva organizacional si se desarrolla un marketing interno, en donde los colaboradores se sientan satisfechos, con visión de servicio e involucrados con la organización por el reconocimiento que este les brinde. Asimismo, Regalado, Allpacca, Baca y Geronimo (2011) Berry en su modelo reconoce que para que exista satisfacción tanto interna como externa, se debe ver las tareas de los empleados como productos, ya que se debe incentivar y buscar retener a través de técnicas de marketing donde sientan el reconocimiento de la organización en sus labores que realizan, esto generara que exista vocación de servicio y ventaja competitiva.

1.2.1.3.2 Modelo de Gronroos (1990)

Jimenez, L. y Gamboa, R. (2016) reconoce el endomarketing como una filosofía de management por lo que plantea una estructura de soporte de gestión referente al empleado, en la cual se centra en retener colaboradores a través de la fidelización. Además, considera que el mercado interno en las empresas son los colaboradores a los cuales se les debe satisfacer primero para que no exista riesgo en sus actividades. Por otro lado, el endomarketing es un proceso de *management* holístico que contiene dos finalidades la primera es asegurarse que los trabajadores tengan claro hacia dónde se dirige el negocio creando el “*customer consciousness*”

y el segundo fin es para que los empleados se sientan motivados cuando brindan atención al cliente (Flores & Ballon, 2016).

1.2.1.3.3 Modelo de Rafiq y Ahmed (1993)

En 1993, Rafiq y Ahmed presentaron un modelo combinando diferentes estudios de otros autores para plantear un panorama más amplio sobre el marketing interno. Por ello, Chino, L. (2017) sostiene que Rafiq y Ahmed consideran que se debe aplicar diferentes técnicas del marketing para motivar a los colaboradores. Esto genera que la organización no tan solo sea competitiva en calidad, sino en su posicionamiento de su marca a través de sus colaboradores que son un activo intangible que va permitir lograr los objetivos de la organización con los indicadores.

1.2.1.4. Beneficios del Endomarketing

La gestión de un capital intelectual a través del endomarketing permite diversos beneficios tanto a la organización como a los colaboradores (cliente interno). Por ello, Chino, L. (2017) menciona los siguientes beneficios:

- Mejor comprensión en las acciones de las diversas áreas.
- Mejor comunicación entre los departamentos para que se motive las iniciativas del personal, incrementándose un personal pro activo.
- Minimiza el fracaso de los proyectos.
- Fomenta un mejor ambiente laboral.

- Se incrementa la productividad en los colaboradores, ya que encuentran sentido en lo que hacen.
- Incrementa el logro de los objetivos y la fidelización del personal con la organización a través de la identificación.
- Reduce la rotación de personal
- Reducción de costos
- Incrementa las ventas y utilidades por el cumplimiento de los objetivos.
- Disminuye los índices de ausentismo y presentismo.

1.2.1.5. Pilares del Endomarketing

Lopez, M. (2011) sostiene que “los tres pilares del Endomarketing” son los siguientes:

Integración

La integración permite que los colaboradores comprendan que son participe de los éxitos y fracasos de su organización, por lo cual el trabajo de equipo va a generar se sienta parte de ello. Por ello, el trabajo que cada uno de los colaboradores de la organización son importante y eso se debe transmitir en cada uno para un mejor desarrollo de la empresa. Por lo cual, se utiliza como indicadores en este pilar el nivel de fidelización, cooperación y tolerancia (Lopez M. , 2011).

Motivación

“La productividad del personal es más elevada si las personas se sienten motivadas al ver sus necesidades satisfechas” (ILO, 2016). Para que una organización tenga trabajadores motivados debe entender que no tan solo se

motiva a través de incentivos monetarios, sino que también existen incentivos no monetarios que permiten que se aumente el *engagement*. Por ello, los indicadores para poder evaluar son: el nivel de satisfacción laboral, nivel de compromiso y los reconocimientos (Lopez M. , 2011).

Comunicación

Según Caraballo, R. (2018) menciona que:

El Endomarketing promueve el cambio en los colaboradores, siendo de vital importancia la comunicación bidireccional y fluida, se debe tener la suficiente apertura para aceptar y evaluar propuestas, así como admitir críticas, hay que escuchar lo que tus empleados tienen para decirte, hablando en dos vías (p.1).

Ante lo mencionado se debe buscar efectividad en la información que se les brinda a los trabajadores y saber recepcionar las opiniones de ellos. Asimismo, la comunicación cumple un rol estratégico que no es tan solo operativo, ya que la alta dirección debe promover un ambiente basado en el respeto en sus colaboradores. Se plantea como indicadores el manejo de la empatía, comunicación efectiva y la escucha activa (Lopez M. , 2011). En la actualidad, las compañías a pesar de poseer jerarquías buscan que la estructura se modifique a manejar sistemas horizontales.

1.2.2. La productividad

Se refiere al acto del capital humano en una empresa. Esto se debe a que los colaboradores con su experiencia, conocimientos, innovación y calidad en su

trabajo generan un incremento de la productividad, ya que en ellos está el crecimiento de la empresa (Ochoa, 2014).

1.2.2.1. Definición

(Galindo & Rios, 2015) La productividad permite mejorar un proceso productivo ya que, se mide qué tan eficiente son el trabajo y la capital para generar rentabilidad.

Por lo cual, el factor humano es importante en las operaciones y se debe saber manejar las relaciones. Por otro lado, (Elizondo, 2007) sostiene que se debe entender a la productividad desde una perspectiva más integral en la cual se busca que los trabajadores sean felices lo cual genera que se influya en la parte mental de ellos para que se sientan motivados y produzcan valor agregado en sus actividades.

1.2.2.2. Importancia de la productividad

La productividad es importante ya que permite el crecimiento económico por lo que reduce los costos de producción y eleva los ingresos. En la actualidad, diferentes empresas buscan ser competitivos internacionalmente, pero saben que la productividad muchas veces es lenta por lo que buscan esfuerzos para mejorar. Por ello, se enfocan en tres orientaciones que son: la tecnológica; respecto a los equipos, la administrativa, sobre la aplicación de nuevas herramientas en las operaciones, y finalmente la conductual que se centra en el empleado para que se sienta motivado en lograr las metas (Felsing & Runza, 2002).

1.2.2.3. Factores de medición en la productividad

Los factores de la productividad se pueden dividir en internos y externos (ILO, 2016):

- Los factores internos de la productividad se refieren a los que el propietario de la empresa tiene control. Estos pueden incluir problemas con la mercadería, la calidad del producto, el precio, los equipos, las materias primas, el uso de la energía, las competencias y la motivación de los trabajadores, el almacenamiento, la organización, etc. (ILO, 2016).
- Los factores externos de la productividad se refieren a los que están fuera del control de la empresa como el acceso a la infraestructura, el clima, la situación del mercado, los impuestos, etc. (ILO, 2016).

1.2.2.4. Factores de evaluación en la productividad

Los factores de evaluación de productividad en los puestos se exponen clasificándolos en cuatro campos con la codificación que se indica (Segura & Segura, 2009).

Capacidad

(Rueda, 2014) Menciona que el desarrollar capacidades permite que se mejore las condiciones lo cual genera que el desempeño laboral se incremente ya que, se desarrolla un valor agregado sobre el potencial de cada persona. La capacidad es la máxima velocidad de producción de una operación (Carro & Gonzales, 2014). Por ello, se tiene como indicadores: La autonomía, complejidad, conocimientos, experiencia y formación. (Segura & Segura, 2009).

Responsabilidad

Una organización debe mantener una responsabilidad con sus colaboradores ya que, este es la fuente potencial de productividad. Este stakeholder debe sentir una estabilidad laboral. Se debe mantener una auténtica política de responsabilidad de los colaboradores debido a que, no solo se les debe asegurar empleo remunerado, sino aportar satisfacción, desarrollo personal y promoción profesional (Castaño, 2005). Presenta en la responsabilidad indicadores: Por bienes, confidencialidad, informes, relaciones, resultados y supervisión (Segura & Segura, 2009).

Esfuerzo

Las organizaciones deben fomentar una cultura empresarial competitiva entre sus colaboradores por lo cual la recompensación por el esfuerzo que realizan ellos debe ser motivada. Al recompensar el esfuerzo de los colaboradores poseerán motivación lo cual elevara la productividad (ILO, 2016). Por ello, se presenta como indicadores (Segura & Segura, 2009): la atención, desempeño laboral y tensión del trabajo.

Condiciones

Las condiciones se refieren al cómo está cubierto los espacios con materiales y equipos, los cuales no deben generar saturación sino confortabilidad. Asimismo, para que exista una adecuada productividad se debe cumplir con las normas de salubridad y seguridad ocupacional en la organización. Por ello, las actividades de la productividad deben presentar adecuadas condiciones para que no representen un riesgo para el trabajador (ILO, 2016). Por lo cual, se presenta indicadores como: el medio de trabajo y riesgos (Segura & Segura, 2009)

1.3. Definición de términos básicos

Se presenta la definición de los siguientes términos (RAE, 2018):

- Productividad: Cualidad de productivo.
- Capacidad: Aptitud para ejercer personalmente el cumplimiento de algo.
- Responsabilidad: Cargo u obligación moral que resulta para alguien del posible asunto determinado.
- Esfuerzo: Empleo enérgico de la fuerza física contra algún impulso o resistencia.
- Tensión: Estado de oposición u hostilidad latente entre personas o grupos humanos, como naciones, clases, razas, etc.
- Integración: Acción y efecto de integrar o integrarse.
- Desempeñar: Ejercer las obligaciones inherentes a una profesión, cargo u oficio.
- Motivación: Conjunto de factores internos o externos que determinan en parte la satisfacción de una persona.
- Comunicación: Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
- Fidelización: Acción y efecto de fidelizar.
- Satisfacción: Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria.
- Autonomía: Condición de quien, para ciertas cosas, no depende de nadie
- Experiencia: Práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo.
- Formación: Acción y efecto de formar o formarse.
- Supervisión: Ejercer la inspección superior en trabajos realizados por otros.

- Empatía: Capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas

Se plantea las siguientes hipótesis según lo expuesto:

2.1.1 Hipótesis General

El endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

2.1.2 Hipótesis Específicos

La integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

La comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

La motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

2.2. Variables y definición operacional

Se presenta las variables y definición operacional en los siguientes puntos:

2.2.1 Variable Independiente: Endomarketing

(Sanchez & Silva, 2017) Define que en el marketing interno la organización debe buscar cubrir las necesidades de los empleados, ya que es como un mercado interno vital que permite que se logren los objetivos de la organización. (Lopez M. , 2011) Los tres pilares del endomarketing son: la integración, comunicación y motivación.

DIMENSIONES

1. Integración

Indicadores:

- Nivel de fidelización
- Nivel de cooperación
- Nivel de tolerancia

2. Comunicación

Indicadores:

- Empatía
- Comunicación efectiva
- Escucha activa

3. Motivación

Indicadores:

- Nivel satisfacción laboral
- Nivel de compromiso
- Nivel de reconocimientos

2.2.2 Variable Dependiente: Productividad

Permite mejorar un proceso productivo, ya que se mide qué tan eficiente es el trabajo y la capital de una persona que generar ganancias (Galindo & Rios, 2015). Los factores de evaluación de productividad en los puestos se exponen clasificándolos en cuatro campos con la codificación que se indica: capacidad, responsabilidad, esfuerzo y condiciones (Segura & Segura, 2009).

DIMENSIONES:

1. Esfuerzo

Indicadores:

- Atención
- Desempeño laboral
- Tensión del trabajo

2. Capacidad

Indicadores:

- Autonomía
- Experiencia
- Formación

3. Responsabilidad

Indicadores:

- Por relaciones
- Por resultados
- Por supervisión

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

En base al problema y los objetivos planteados, el tipo de investigación que se realizará, utiliza un diseño metodológico descriptivo correlacional debido a que se tiene como finalidad describir cómo se relacionan el endomarketing y la productividad en la empresa Tigre Perú S.A.

3.1.1. Enfoque

Cuantitativo, porque se utiliza para medir y predecir lo que sucede dentro de la organización.

3.1.2 Alcance

Descriptivo Correlacional, porque se busca identificar la relación o grado de asociación que existe entre el endomarketing con la productividad de la empresa antes mencionada.

3.1.3. Tipo

Aplicativa, porque se va a evaluar en un contexto para determinar si existe relación entre dos variables.

3.1.4. Diseño

No experimental, porque se observará las variables tal y como suceden en la realidad de la empresa antes mencionada.

3.2. Diseño muestral

A continuación, se presentará de manera detallada el diseño muestral aplicado al presente trabajo de investigación.

3.2.1. Población

En el presente trabajo de investigación la población está constituida por 136 colaboradores pertenecientes que laboran en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima. Esta empresa líder se dedica en el área de construcción civil a fabricar tubos, conexiones y diferentes accesorios de PVC que son productos para infraestructura, obras y riego (TIGRE, 2019).

En la población se aplicó los criterios de inclusión considerándose el gran número de colaboradores pertenecientes a las áreas de marketing, recursos humanos, producción, ventas, logística y finanzas.

3.2.2. Muestra

Para determinar la muestra de colaboradores conociéndose la población su tamaño se aplicó la fórmula a través del Excel obteniéndose como resultado lo siguiente (Ver tabla 2):

Tabla 2 Valores Z

Valores Z:

Niveles de confianza:	α	$Z(1-\alpha/2)$	
90%	10%	$Z(0.95)=$	1.64485
95%	5%	$Z(0.975)=$	1.95996
99%	1%	$Z(0.995)=$	2.57583

Fuente: Elaboración Propia

Datos:	
Z(0.975)=	1.95996
Z2 =	3.84146
N =	4000
N-1 =	3999
P =	0.6
Q =	0.4
E =	0.05
E2 =	0.0025

Fuente: Elaboración Propia

$$N = \frac{(3.84146) \times (0.60) (0.40) (136)}{(0.0025) \times (135) + (3.84146) (0.60) (0.40)}$$

$$N = 100$$

Por lo tanto, la muestra para realizar el estudio, presenta como margen de error de 5% y nivel de confianza de 95%, requiere un mínimo de 100 encuestas válidas para el desarrollo de la investigación. El procedimiento que se empleará es el no probabilístico debido a que todos los colaboradores de las diferentes áreas de la organización tienen la oportunidad de ser elegidos (Ver Tabla 3).

3.3. Técnica de recolección de datos

La presente investigación empleará una encuesta de la Escala de Likert dirigida a los empleados de la empresa Tigre Perú S.A., en Lima por lo que se podrá registrar los datos necesarios y recoger información para poder analizar la relación entre el endomarketing y la productividad (Ver tabla 4).

Tabla 3 Técnica e instrumento de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos	Instrumentos de recolección de datos
La encuesta	Guía de cuestionario

Fuente: Elaboración Propia

Según (Murillo, 2006) menciona que: “En este tipo de escalas se ofrece una afirmación al sujeto y se pide que la califique del 0 al 4 según su grado de acuerdo con la misma. Estas afirmaciones pueden reflejar actitudes positivas hacia algo o negativas. Las primeras se llaman favorables y las segundas desfavorables. Es muy importante que las afirmaciones sean claramente positivas o negativas, toda afirmación neutra debe ser eliminada.”(pág.6)

Por ello, para el presente instrumento se va a manejar la escala de Likert con alternativas desde totalmente acuerdo hasta totalmente en desacuerdo.

3.3.1. Confiabilidad del instrumento

La tasa del Alfa de Cronbach refleja un 0.928 lo que indicada que los ítems del instrumento presentan una correcta construcción y que las respuestas obtenidas por parte de la muestra tienen una relación y un factor en común (Ver tabla 5)

Esta tasa indicará a futuros investigadores que el presente estudio tiene un carácter representativo de ser considerada una referencia bibliográfica. Se concluye que el instrumento es altamente confiable para la presente investigación.

Tabla 4 Prueba de Fiabilidad

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>			
Alfa	de	N	de
Cronbach		elementos	
0,928		54	

Fuente: Elaboración Propia del SPSS

3.3.2. Validez del instrumento

La validez del cuestionario se realizó a través de juicio de expertos del cual se solicitó a dos profesores que tenían experiencia en asesoría de tesis y de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres que revisaron el instrumento.

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

En el presente trabajo de investigación se empleó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario, dirigida a los empleados de la empresa Tigre Perú S.A. en Lima; sujeto a la escala de Likert, basado en el cuestionario, mediante el cual se enuncian las preguntas de forma cuantitativa son valoradas por puntajes de acuerdo o desacuerdo dependiendo de sus respuestas. Se realizó la matriz de tabulación en Excel y de los datos obtenidos se procesó en SPSS-22 teniendo un análisis exploratorio de datos, se continuó con la prueba de fiabilidad del Alfa de Cronbach en el SPSS y para analizar la relación de las dimensiones se hizo la prueba del Chi Cuadrado de Pearson.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

La presente investigación está basada en el endomarketing y la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018; se decidió utilizar el método cuantitativo mediante la técnica de la encuesta, para la recolección de la información pertinente, el instrumento a utilizar fue el cuestionario, estructurado con 54 preguntas realizadas a 100 trabajadores.

Para ello, fue necesario presentar una carta de consentimiento informado al jefe comercial, haciendo hincapié que todos los datos obtenidos en el procedimiento de la encuesta serán utilizados solo para la investigación y que la identidad del trabajador encuestado será anónima.

4.1.1 Descripción de la muestra

Se aplicó el instrumento de recolección de datos a una muestra de 100 trabajadores en la que participan de diferentes áreas de la empresa TIGRE S.A. como recursos humanos, marketing, ventas, producción, logística y finanzas. A continuación, se presentan los datos recabados de la muestra:

Tabla 5 Criterios de inclusión y exclusión para la selección de la muestra

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Hombres y mujeres	Gerentes o supervisores
Trabajadores pertenecientes las diferentes áreas como producción, ventas, logística, recursos humanos y marketing	Trabajadores que son jefes o gerentes
Tiempo de servicio desde menos de 1 año a más de 5 años	No tener ningún tiempo de servicio
Edad desde los 18 años hasta más de 50 años	Menores de 18 años

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6 Características de la muestra

Muestra	Área de trabajo	Sexo
100 trabajadores	Producción	Hombres y mujeres
	Ventas	
	Logística	
	Recursos Humanos	
	Finanzas	
	Marketing	

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Existe mayor porcentaje de hombres en la población que de mujeres, teniendo una diferencia casi de la mitad de 35 individuos a 65 individuos (Ver figura 1)

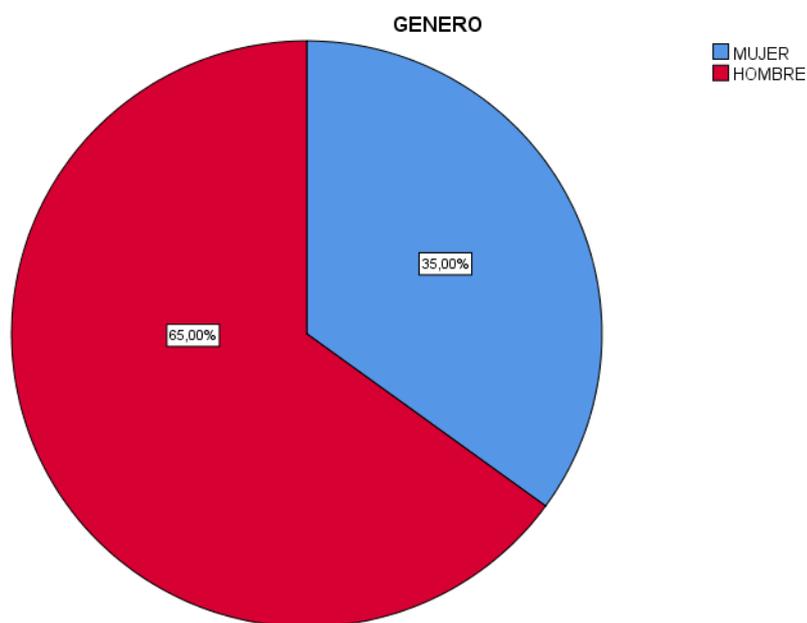


Figura 1 Género

Fuente: Elaboración Propia del SPSS

Interpretación

La media superior se encuentra en personas de 26 a 39 años de edad, dejando solo un poco para el valor mínimo y el máximo (Ver figura 2).

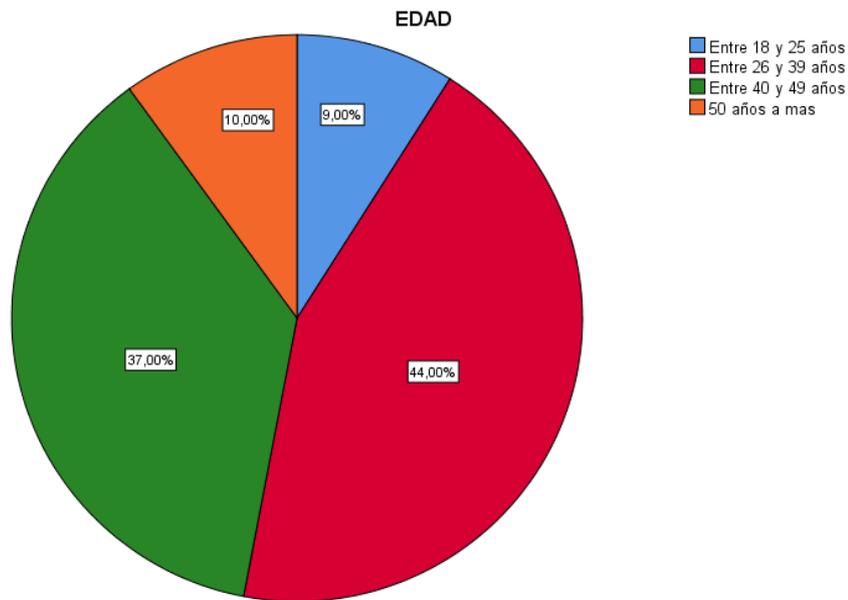


Figura 2 Edad

Fuente: Elaboración Propia del SPSS

Interpretación

La mayoría se concentra marcando un 39 de individuos, que van laborando en la empresa de 3 a 5 años, es decir que se tiene personal estable (Ver figura 3).

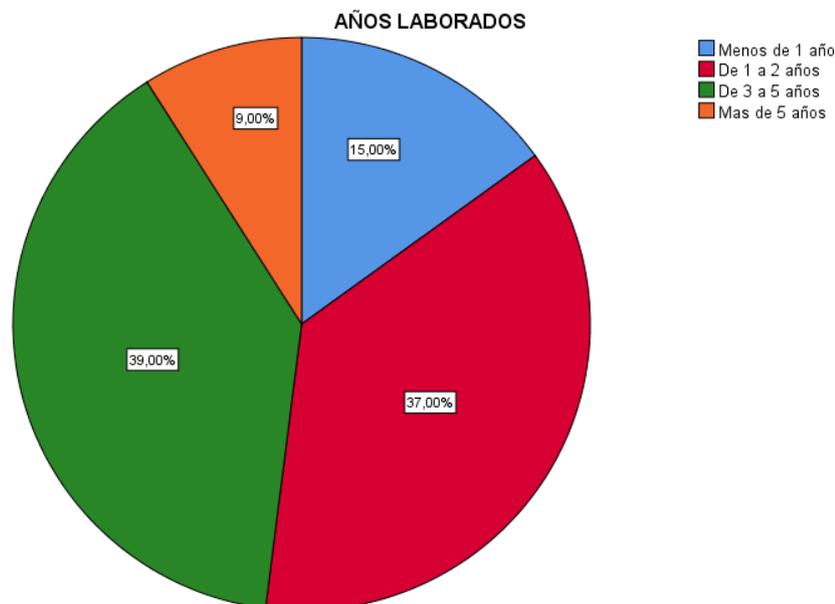


Figura 3 Años Laborados

Fuente: Elaboración Propia del SPSS

Interpretación

No existen muchas diferencias entre áreas, sin embargo, el máximo concentrado está en ventas, y el mínimo en Finanzas (Ver figura 4).

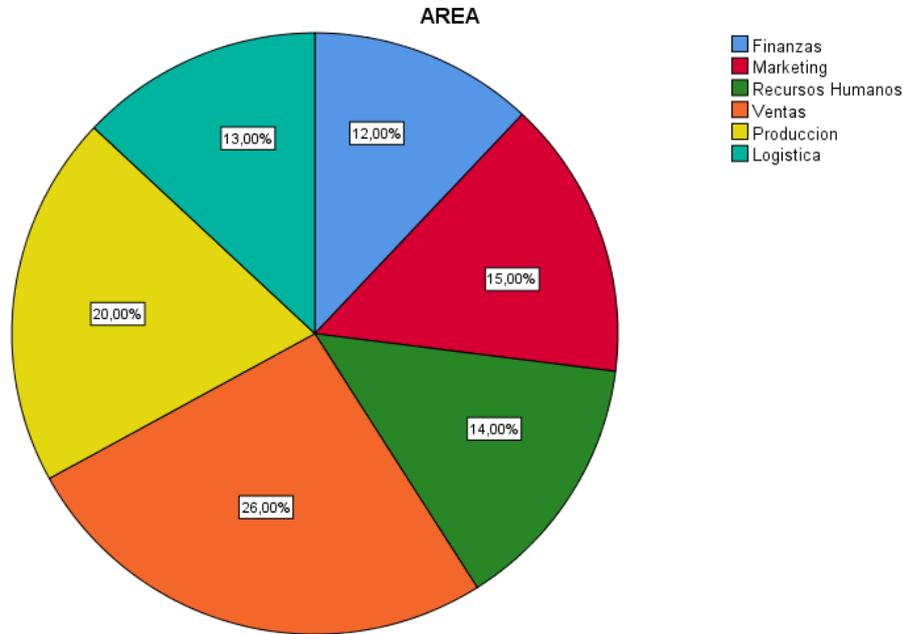


Figura 4 Área de la Empresa
Fuente: Elaboración Propia del SPSS

Tabla 7 Análisis de tendencia central de la muestra

	GENERO	EDAD	AÑOS LABORADOS	AREA
N Válido	100	100	100	100
Perdidos	0	0	0	0
Media	2	2	3	4
Mediana	2,0000	2,0000	2,0000	4,0000
Moda	2,00	2,00	3,00	4,00
Mínimo	1,00	1,00	1,00	1,00
Máximo	2,00	4,00	4,00	6,00

Fuente: Elaboración Propia del SPSS

Análisis

La media indica el promedio en cada ítem:

En género, el promedio que tiene mayor presencia son hombres.

En edad, el promedio que tiene mayor presencia es de 26 a 39 años.

En años laborados, el promedio que tiene mayor presencia es de 3 a 5 años.

En área, el promedio que tiene mayor presencia es el área de ventas.

4.1.2 Análisis exploratorio

Se realizó el análisis exploratorio de campo mediante las encuestas con escala de likert a una muestra de 100 personas hallado mediante una formula. Segundo, se procesó la información y tabulo los datos en el Excel para que pueda ser pasado al software estadístico SPSS versión 21.

Se aplicó la prueba de fiabilidad mediante el calculó del alfa de Cronbach presentando como resultado 0.928 demostrándose que la información es fiable para el análisis de los resultados. En relación al proyecto, se debe usar una prueba no paramétrica, como el Chi-Cuadrado de Pearson. Por lo tanto, para el estudio de correlación se aplica el estudio Chi-Cuadrado de Pearson, que permite medir independencia entre ítems del instrumento de investigación y ver la asociación de dos variables, y así poder poner a prueba hipótesis.

Prueba de Normalidad

Como se tiene una muestra de más de 50 personas, se usa la prueba: Kolmogorov, que indica si la distribución de la población es normal, es decir que las personas encuestadas no presentan datos extremos.

Interpretación:

Se tiene un Sig. De menos de 0.05, lo que indica una normalidad en la muestra estudiada (Ver tabla 9).

Tabla 9 Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
P1. ¿Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa?	,290	100	,000	,866	100	,000
P2. ¿Se siente comprometido con los objetivos de la empresa?	,339	100	,000	,757	100	,000
P3. ¿Se siente identificado con la empresa?	,378	100	,000	,675	100	,000
P4. ¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área?	,359	100	,000	,791	100	,000

P5. ¿Se siente parte de un equipo?	Ud.,355	100	,000	,805	100	,000
P6. ¿Considera que las actividades que realiza están en función con el puesto que ocupa?	Ud.,390	100	,000	,749	100	,000
P7. ¿Considera que existe una buena relación con su jefe inmediato y superiores?	Ud.,360	100	,000	,798	100	,000
P8. ¿Considera que existe un adecuado clima laboral?	Ud.,358	100	,000	,796	100	,000
P9. ¿Cree que se le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones?	Ud. que se,354	100	,000	,798	100	,000
P10. ¿Cree que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la empresa?	Ud. que,285	100	,000	,870	100	,000
P11. ¿Considera que existe confiabilidad y cumplimiento de expectativas entre los trabajadores?	Ud.,359	100	,000	,791	100	,000

P12. ¿Considera Ud. que existe confianza sobre las capacidades de los demás integrantes del equipo?	Ud.,385	100	,000	,761	100	,000
P13. ¿Considera Ud. que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa?	Ud.,369	100	,000	,787	100	,000
P14. ¿Cree Ud. que tiene la oportunidad de expresar sus necesidades?	Ud.,360	100	,000	,789	100	,000
P15. ¿Considera Ud. que la empresa lo mantiene informado acerca de los incentivos monetarios y no monetarios?	Ud.,388	100	,000	,757	100	,000
P16. ¿Considera Ud. que la empresa toma en cuenta sus opiniones o intereses personales?	Ud.,310	100	,000	,848	100	,000

P17. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (horizontal) con sus compañeros?	,389	100	,000	,598	100	,000
P18. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores?	,378	100	,000	,760	100	,000
P19. ¿Cree Ud. que recibe una retroalimentación del desempeño que viene teniendo en su empresa?	,355	100	,000	,805	100	,000
P20. ¿Considera Ud. que se le brinda los materiales y el equipo necesario para hacer su trabajo?	,360	100	,000	,789	100	,000
P21. ¿Considera Ud. que la organización se preocupa por su satisfacción laboral?	,332	100	,000	,822	100	,000
P22. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su progreso?	,363	100	,000	,782	100	,000

P23. ¿Considera Ud. que se corrigió sus errores de manera adecuada y con un aprendizaje continuo?	Ud.,285	100	,000	,870	100	,000
P24. ¿Considera Ud. que el soporte brindado por su organización influye en su compromiso?	Ud.,358	100	,000	,796	100	,000
P25. ¿Cree Ud. que su empresa deba reconocer el esfuerzo de sus colaboradores?	Ud.,329	100	,000	,789	100	,000
P26. ¿Considera Ud. que se reconoce el trabajo que realizan los colaboradores de esta empresa?	Ud.,305	100	,000	,853	100	,000
P27. ¿Cree Ud. que la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente?	Ud.,355	100	,000	,794	100	,000
P28. ¿Considera Ud. que la empresa recompensa adecuadamente su esfuerzo?	Ud.,358	100	,000	,796	100	,000

P29. ¿Considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo?	,352	100	,000	,799	100	,000
P30. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su bienestar?	,355	100	,000	,805	100	,000
P31. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por el esfuerzo físico que realiza en su trabajo?	,285	100	,000	,870	100	,000
P32. ¿Cree Ud. que se le brinda un ambiente de trabajo cómodo para laborar?	,385	100	,000	,759	100	,000
P33. ¿Usted. Tiene claro sobre los indicadores de desempeño de su organización?	,283	100	,000	,871	100	,000
P34. ¿Considera Ud. que existe fatiga laboral?	,369	100	,000	,787	100	,000

P35. ¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa?	Ud.,358	100	,000	,796	100	,000
P36. ¿Considera Ud. que sus jefes inmediatos o superiores buscan resolver las situaciones de tensión de manera adecuada?	Ud.,359	100	,000	,791	100	,000
P37. ¿Considera Ud. que las actividades de trabajo son apoyadas por otras áreas?	Ud.,355	100	,000	,805	100	,000
P38. ¿Considera Ud. que se le motiva en su creatividad en el desempeño del puesto?	Ud.,358	100	,000	,796	100	,000
P39. ¿Considera Ud. que se le permite implantar nuevas técnicas o métodos para mejorar su trabajo?	Ud.,378	100	,000	,760	100	,000
P40. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en que aumente su knowhow?	Ud.,290	100	,000	,866	100	,000

P41. ¿Considera Ud. que la empresa le ha brindado información completa respecto a su trabajo?	,339	100	,000	,757	100	,000
P42. ¿Considera que la empresa le ofrece un conocimiento completo respecto a las técnicas que debe manejar en su actividad laboral?	,360	100	,000	,798	100	,000
P43. ¿Considera Ud. que la empresa brinda adecuados cursos de capacitación para su especialidad?	,378	100	,000	,675	100	,000
P44. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan le ha ayudado en su carrera profesional?	,389	100	,000	,598	100	,000
P45. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su crecimiento profesional?	,378	100	,000	,675	100	,000
P46. ¿Cree usted que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa?	,358	100	,000	,796	100	,000

P47. ¿Considera Ud. que se brinda importancia a las interacciones entre empleados?	Ud.,385	100	,000	,761	100	,000
P48. ¿La empresa motiva a trabajar con responsabilidad social?	,290	100	,000	,866	100	,000
P49. ¿Considera que la empresa le inspira a dar lo mejor de usted?	,354	100	,000	,798	100	,000
P50. ¿Considera Ud. que la empresa le da oportunidades de ascender?	,358	100	,000	,796	100	,000
P51. ¿Considera Ud. que existe equidad y justicia en los beneficios que le ofrece la empresa?	,283	100	,000	,871	100	,000
P52. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los colaboradores?	,360	100	,000	,798	100	,000

P53. ¿Considera Ud. que existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores?	,358	100	,000	,796	100	,000
P54. ¿Existe una adecuada asignación de las tareas y coordinación de ellas en su empresa?	,359	100	,000	,791	100	,000
GENERO	,417	100	,000	,603	100	,000
EDAD	,256	100	,000	,860	100	,000
AÑOS LABORADOS	,231	100	,000	,871	100	,000
AREA	,176	100	,000	,919	100	,000

Fuente: Elaboración Propia por SPSS

Se tuvo una muestra de 100 personas, y en la descripción de la muestra podremos ver cada información recolectada del personal:

Tabla 10 Valores Perdidos

	GENERO	EDAD	AÑOS LABORADOS	AREA
N Válido	100	100	100	100
Perdidos	0	0	0	0

Fuente. Elaboración Propia por SPSS

No se tienen valores perdidos, porque todos fueron participes de la aplicación del instrumento (Ver tabla 10).

4.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

Hipótesis específica 1: La integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

La integración de los trabajadores

Del 100% de los encuestados realizado a las diferentes áreas como producción, ventas, marketing, recursos humanos, finanzas y logística respecto al nivel de fidelización hacia la organización se observó que el 73% está de acuerdo, 18% totalmente de acuerdo, 5% indiferente y 4% en desacuerdo se identifica con la empresa (Ver figura 5).

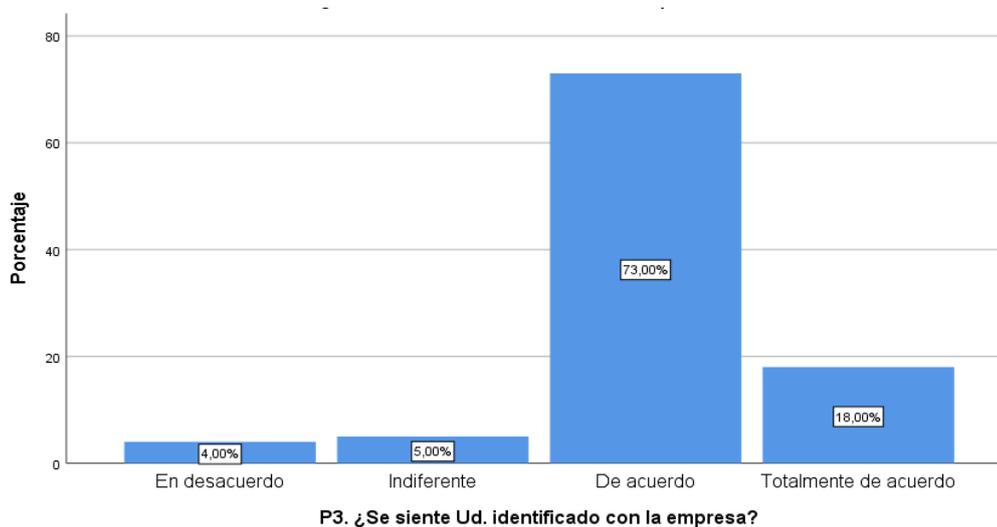
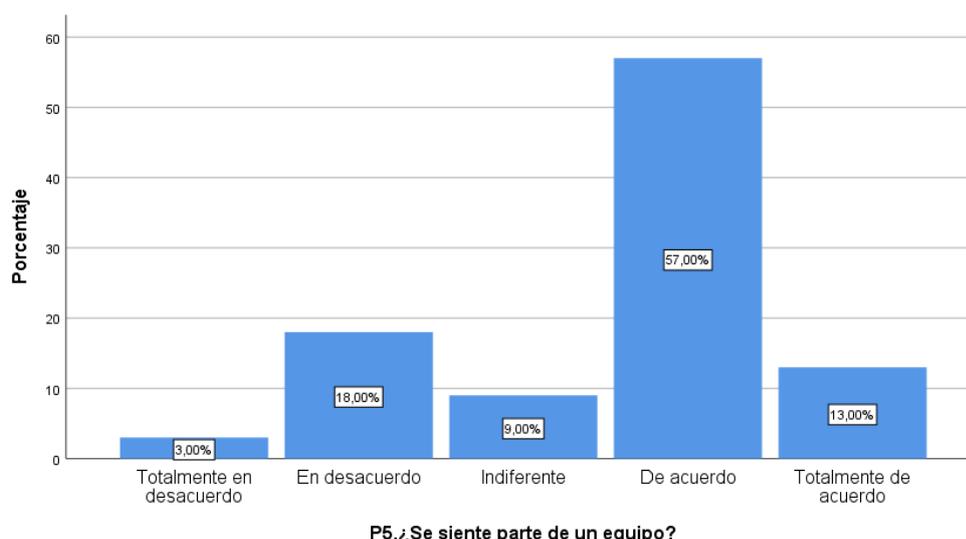


Figura 5 Fidelización
Fuente: Elaboración propia

Según la encuesta realizada a las diferentes áreas como producción, ventas, marketing, recursos humanos, finanzas y logística respecto al nivel cooperación se observó que el 57% está de acuerdo, 13% totalmente de acuerdo, 9% indiferente, 18% en desacuerdo, y 3% totalmente en desacuerdo se siente parte de un equipo (Ver figura 6).

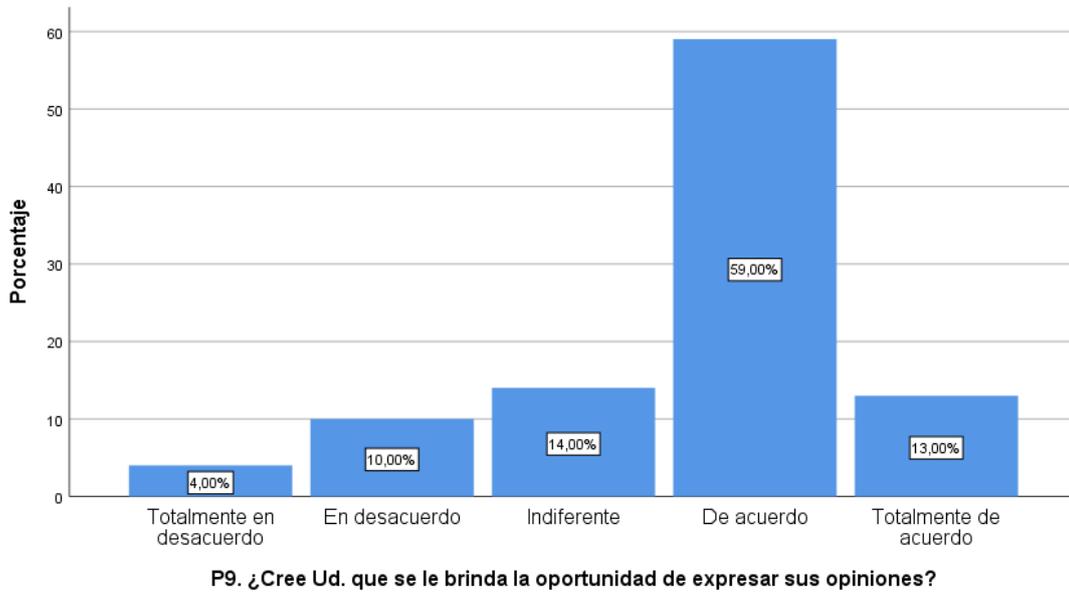
Figura 6 Cooperación



Fuente. Elaboración propia

Según la encuesta realizada a las diferentes áreas como producción, ventas, marketing, recursos humanos, finanzas y logística respecto al nivel tolerancia se observó que el 59% está de acuerdo, 13% totalmente de acuerdo, 14% indiferente, 10% en desacuerdo, y 4% totalmente en desacuerdo creen que la organización le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones (Ver figura 7).

Figura 7 Tolerancia



Fuente. Elaboración Propia

Esfuerzo de los Trabajadores

Según la encuesta realizada a las diferentes áreas como producción, ventas, marketing, recursos humanos, finanzas y logística respecto a la atención se observó que el 55% están de acuerdo, 20% totalmente de acuerdo, 7% indiferente, 13% en desacuerdo, y 5% totalmente en desacuerdo que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo (Ver Figura 8).

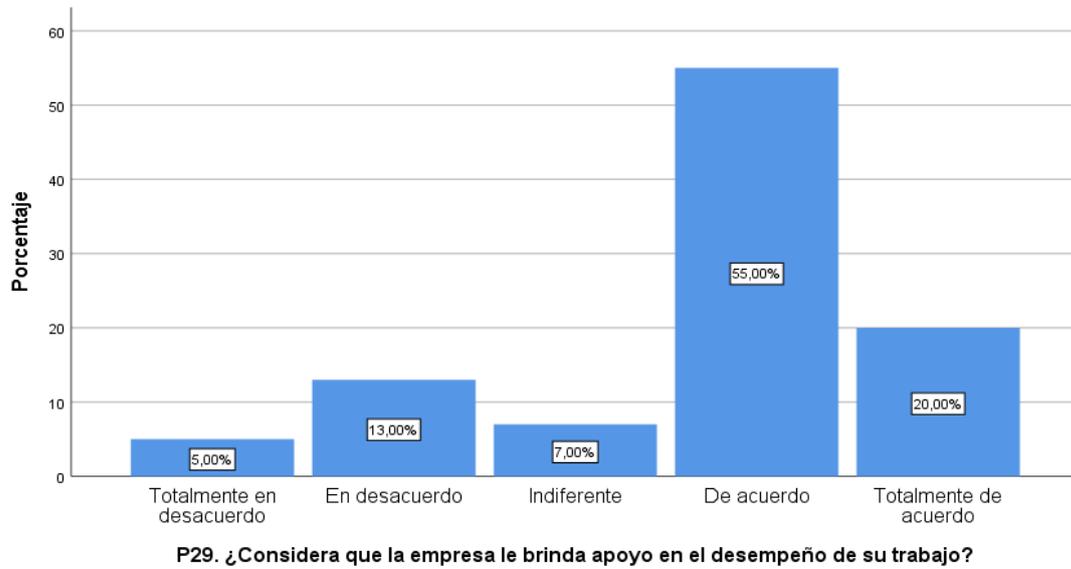
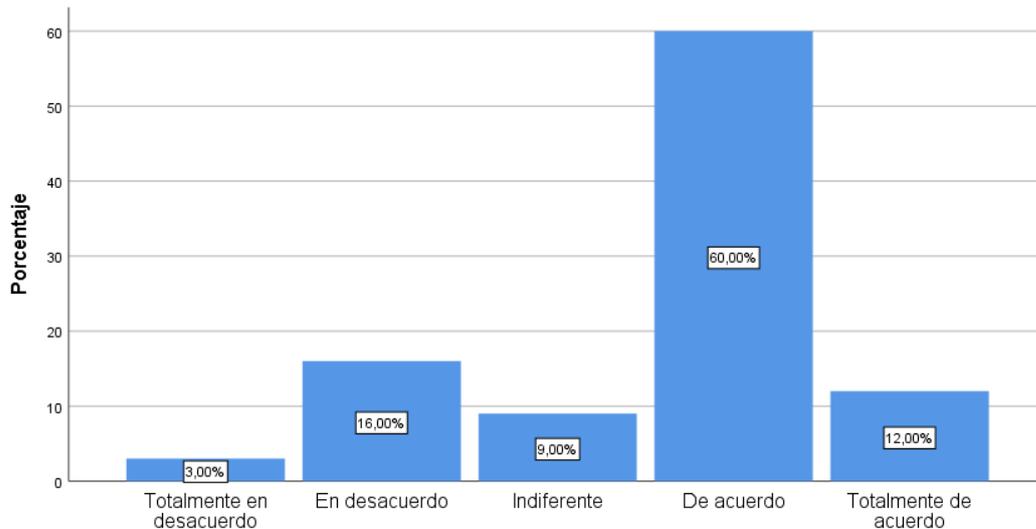


Figura 8 Atención

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto a la tensión del trabajo el 60% están de acuerdo y 12% totalmente de acuerdo consideran que existe fatiga laboral mientras que 9% es indiferente, 16% en desacuerdo y 3% totalmente en desacuerdo (Ver figura 9).

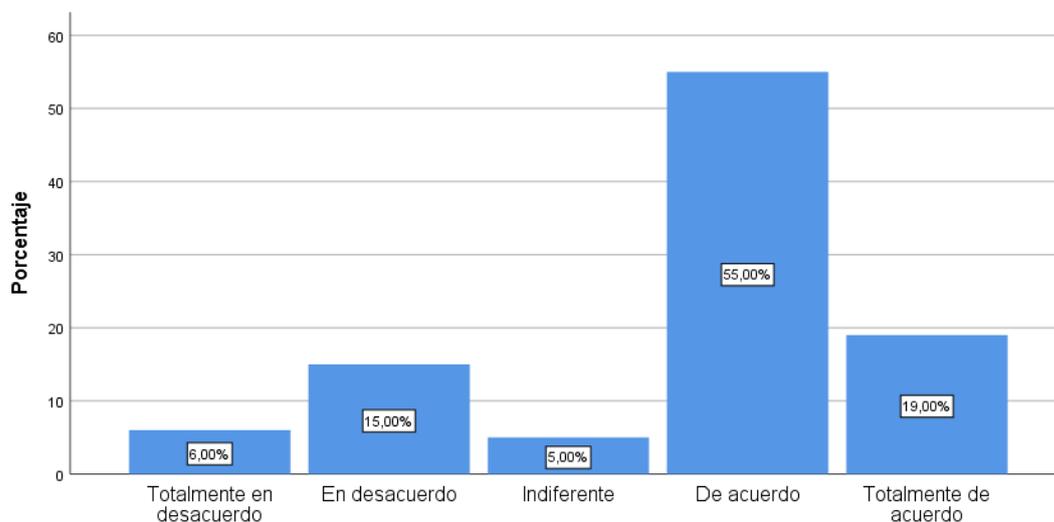


P34. ¿Considera Ud. que existe fatiga laboral?

Figura 9 Tensión de Trabajo

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados el 55% están de acuerdo y 19% totalmente de acuerdo que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa mientras que 5% es indiferente, 15% en desacuerdo y 6% totalmente en desacuerdo (Ver figura 10)



P35. ¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa?

Figura 10 Conflictos internos en Tensión de Trabajo

Fuente: Elaboración propia

Validación de hipótesis

Se realizó la prueba de la hipótesis específica 1 a través del Chi cuadrado de Pearson que es una prueba estadística para hallar la relación entre 2 variables.

Hipótesis específica 1:

La integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Ha=La integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

H0= La integración no se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Tabla 11 Nivel de significancia de chi-cuadrado de Pearson de hipótesis específica 1

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	487,282 ^a	361	,000
Razón de verosimilitud	260,990	361	1,000
Asociación lineal por lineal	41,673	1	,000
N de casos válidos	100		

a. 400 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que a un nivel de significancia de 0.00 la integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 11).

Tabla 12 Nivel de coeficiente de la Hipótesis específica 1

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coeficiente de contingencia	,911	,000
	N de casos válidos	100	

Fuente: Elaboración propia

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que a un nivel de significancia de 0.00, existe una relación fuerte entre la integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 12).

Hipótesis específica 2:

La comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Comunicación con los trabajadores

Del 100% de los encuestados respecto a la empatía el 45% están de acuerdo y 15% totalmente de acuerdo que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la

empresa mientras que, 17% es indiferente, 17% en desacuerdo y 6% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 11).

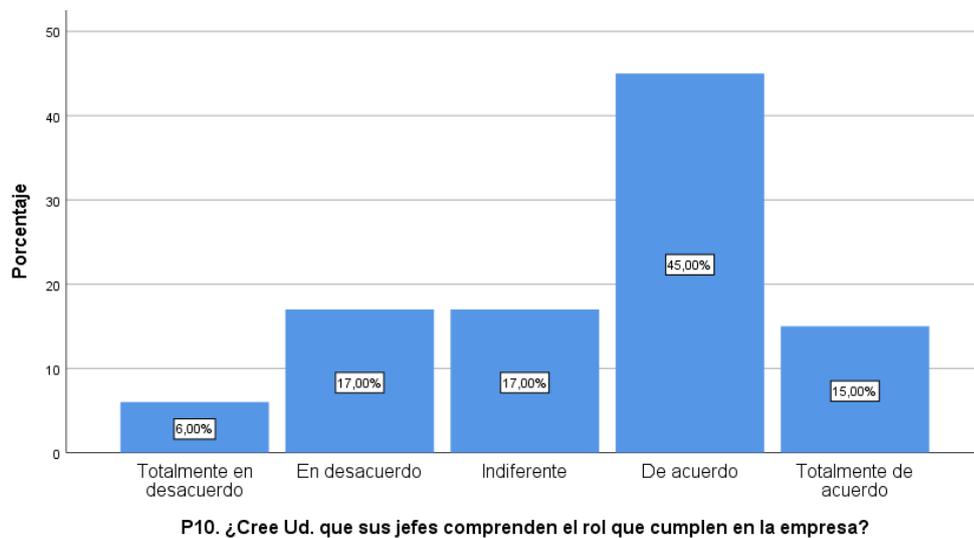
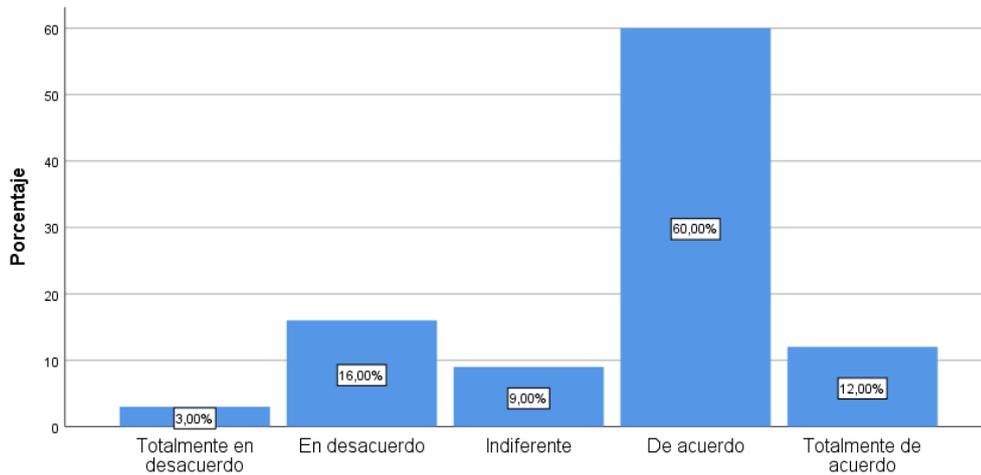


Figura 11 Empatía

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto a la comunicación efectiva el 60% están de acuerdo y 12% totalmente de acuerdo consideran que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa mientras que, 9% es indiferente, 16% en desacuerdo y 3% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 12).

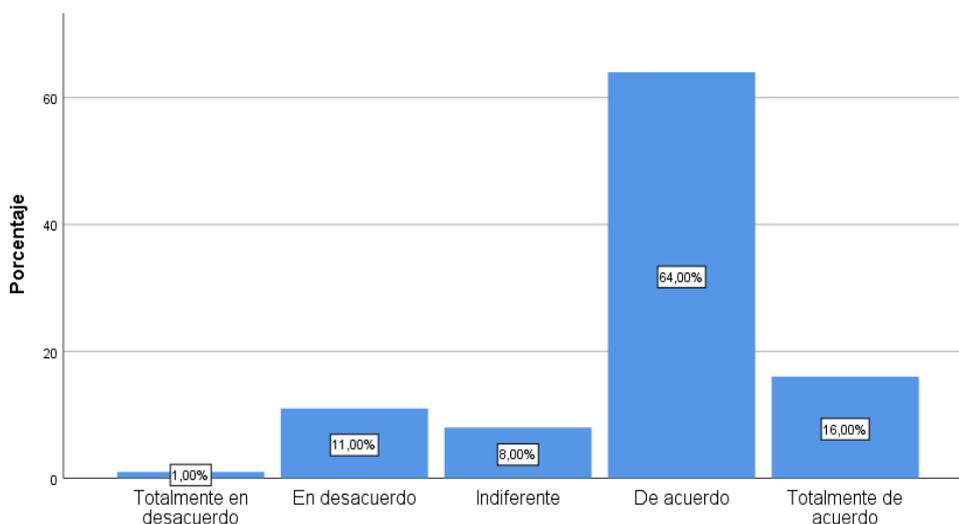
Figura 12 Comunicación Efectiva



P13. ¿Considera Ud. que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa?

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto a la escucha activa el 64% están de acuerdo y 16% totalmente de acuerdo consideran que se maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores mientras que, 8% es indiferente, 11% en desacuerdo y 1% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 13).



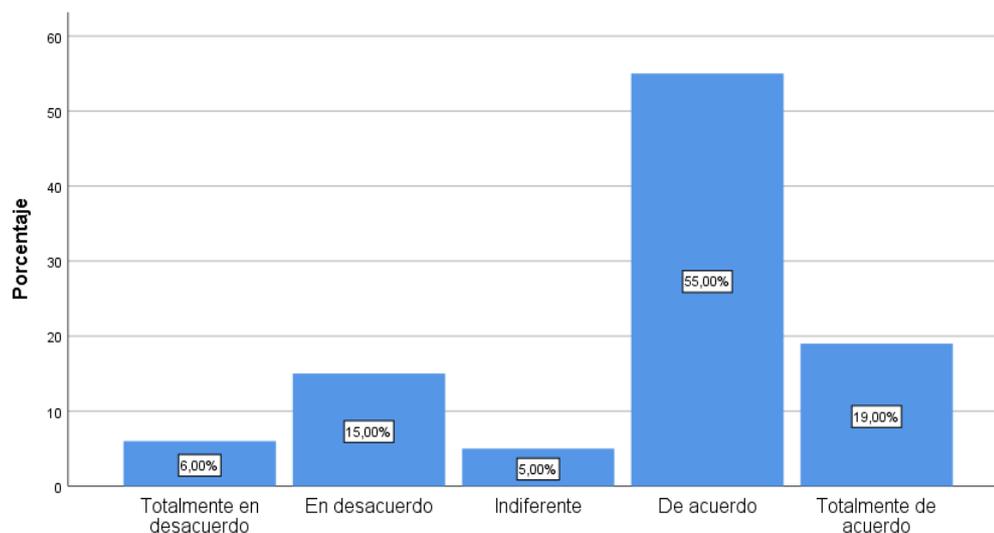
P18. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores?

Figura 13 Escucha Activa

Fuente: Elaboración propia

Capacidad de los trabajadores

Del 100% de los encuestados respecto a la autonomía el 55% están de acuerdo y 19% totalmente de acuerdo consideran que se le motiva en su creatividad en el desempeño del puesto mientras que, 5% es indiferente, 15% en desacuerdo y 6% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 14).



P38. ¿Considera que se le motiva en su creatividad en el desempeño del puesto?

Figura 14 Autonomía

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto a la formación el 73% están de acuerdo y 18% totalmente de acuerdo consideran que la empresa brinda adecuados cursos de capacitación para su especialidad mientras que, 5% es indiferente y 4% en desacuerdo (Ver Figura 15).

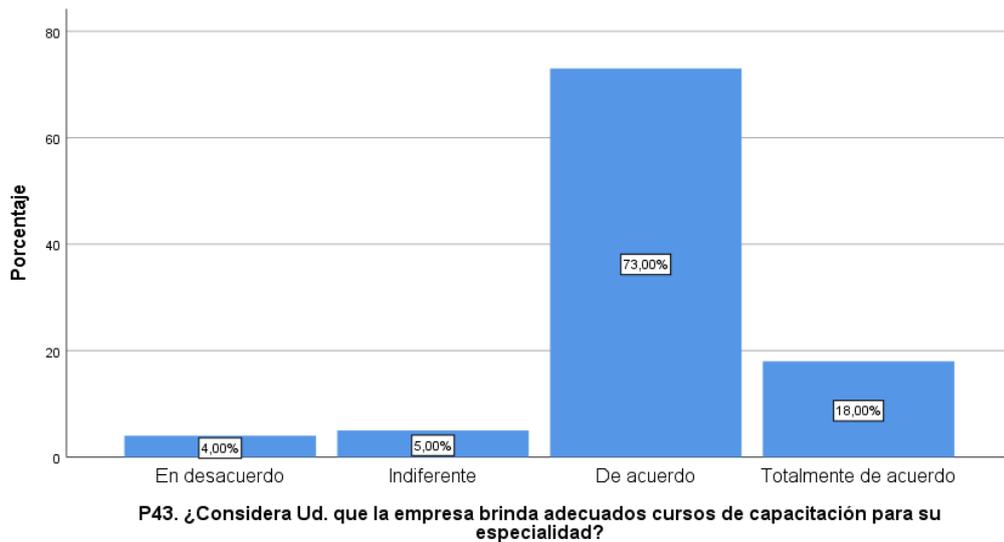


Figura 15 Formación

Fuente: Elaboración propia

Validación de hipótesis

Se realizó la prueba de la hipótesis específica 2 a través del Chi cuadrado que es una prueba estadística para hallar la relación entre 2 variables.

Hipótesis específica 2:

La comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Ha=La comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

H0= La comunicación no se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Tabla 13 Nivel de significancia de Chi-cuadrado de Pearson de hipótesis específica 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	453,208 ^a	306	,000
Razón de verosimilitud	217,103	306	1,000
Asociación lineal por lineal	54,810	1	,000
N de casos válidos	100		

a. 342 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que a un nivel de significancia de 0.00 la comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 13).

Tabla 14 Nivel de coeficiente contingencia de la hipótesis específica 2

	Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal Coeficiente de contingencia	,905	,000
N de casos válidos	100	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que a un nivel de significancia de 0.00, existe una relación fuerte entre la comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 14).

Hipótesis específica 3

La motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Motivación de los trabajadores

Del 100% de los encuestados respecto al nivel de satisfacción laboral el 55% están de acuerdo y 19% totalmente de acuerdo consideran que la organización se preocupa por su satisfacción laboral mientras que, 13% es indiferente, 11% en desacuerdo y 2% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 16).

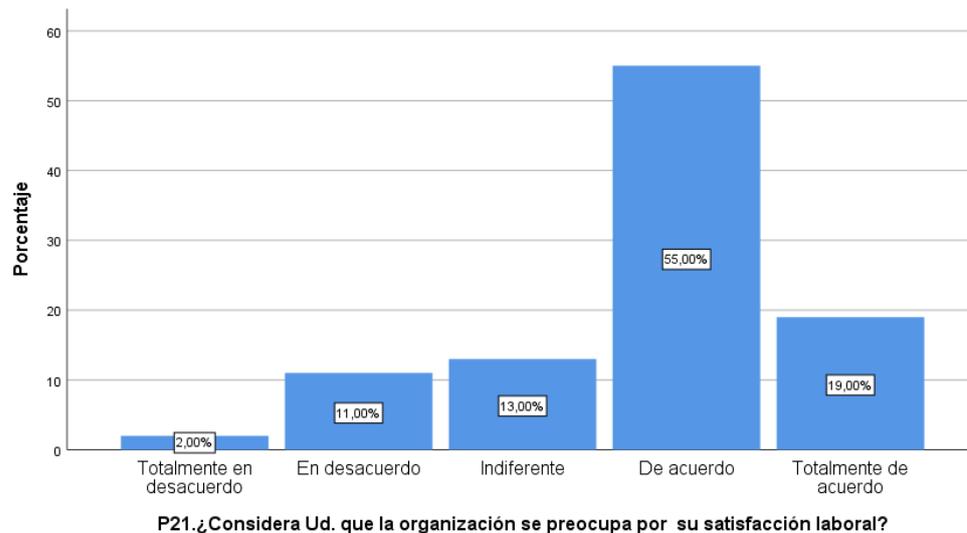


Figura 16 Nivel de satisfacción laboral

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto al nivel de compromiso el 61% están de acuerdo y 12% totalmente de acuerdo consideran que la empresa se preocupa por su progreso mientras que, 14% es indiferente, 9% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 17).

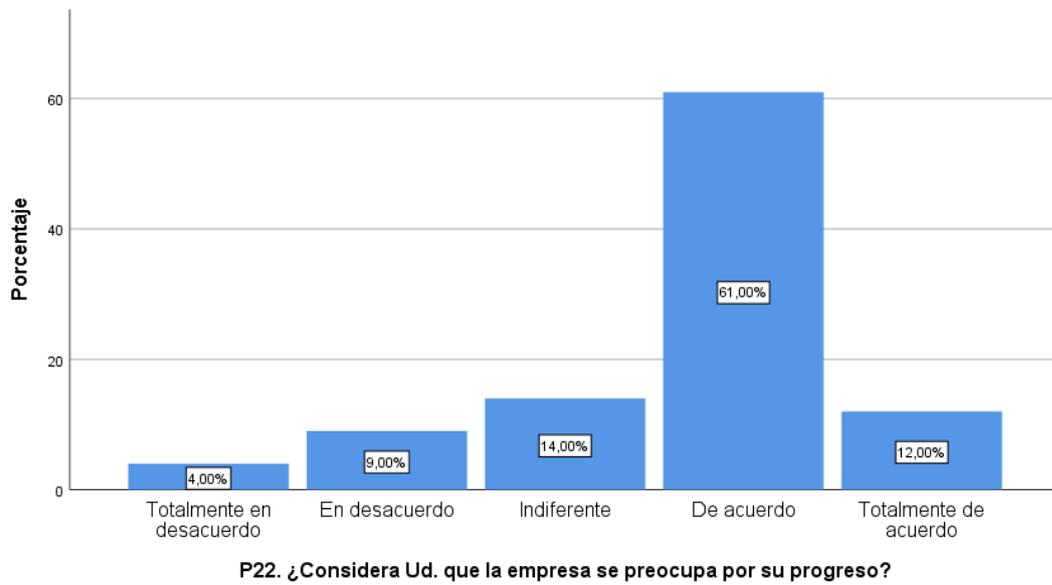


Figura 17 Nivel de Compromiso

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto al nivel de reconocimientos el 59% están de acuerdo y 12% totalmente de acuerdo consideran que la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente mientras que, 14% es indiferente, 10% en desacuerdo y 5% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 18).

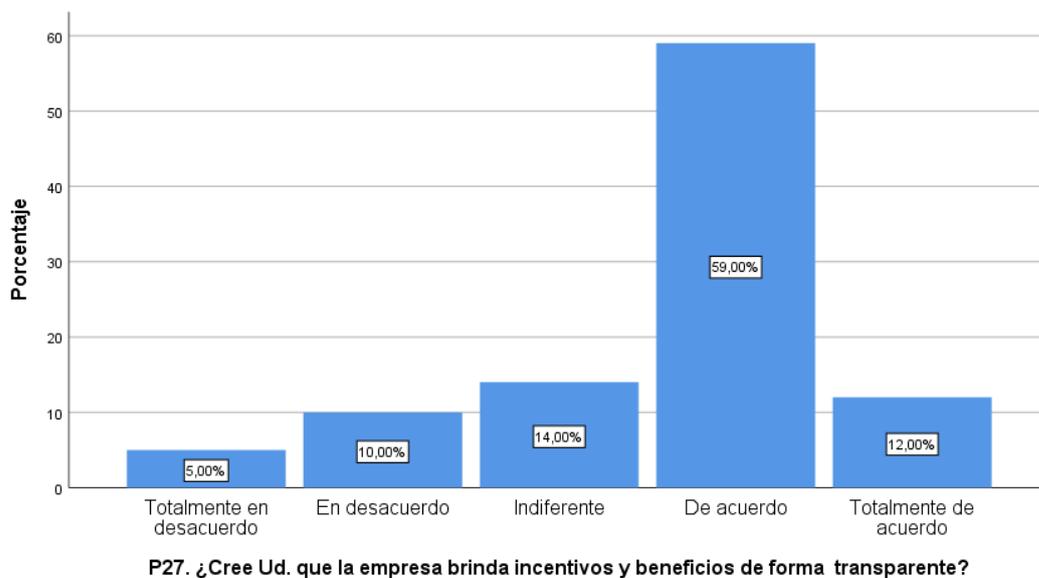


Figura 18 Nivel de Reconocimientos

Fuente: Elaboración propia

Responsabilidad de los trabajadores

Del 100% de los encuestados respecto a la responsabilidad por relaciones el 55% están de acuerdo y 19% totalmente de acuerdo consideran que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta mientras que, 5% es indiferente, 15% en desacuerdo y 6% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 19).

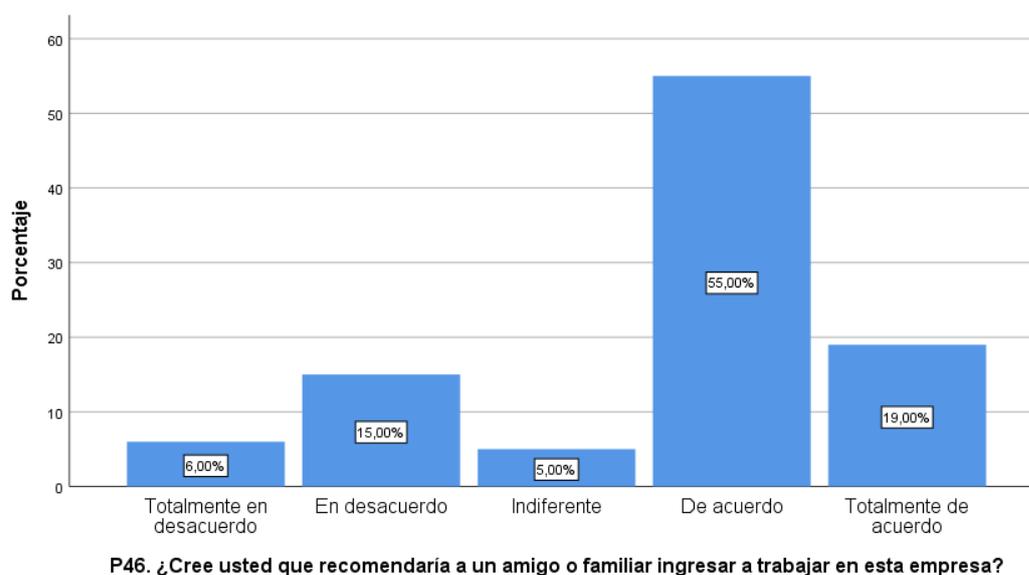
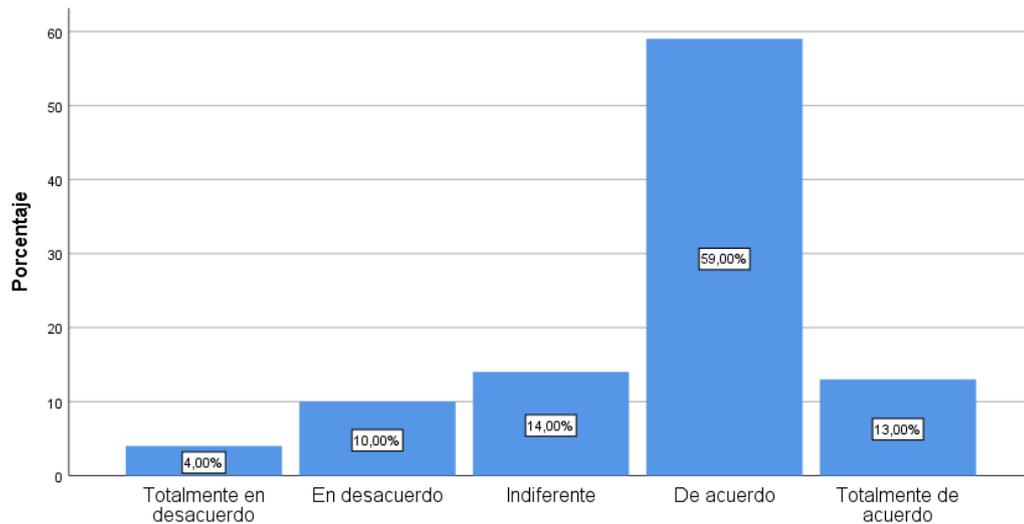


Figura 19 Por relaciones
Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto a la responsabilidad por resultados el 59% están de acuerdo y 13% totalmente de acuerdo consideran que la empresa le inspira a dar lo mejor mientras que, 14% es indiferente, 10% en desacuerdo y 4% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 20).

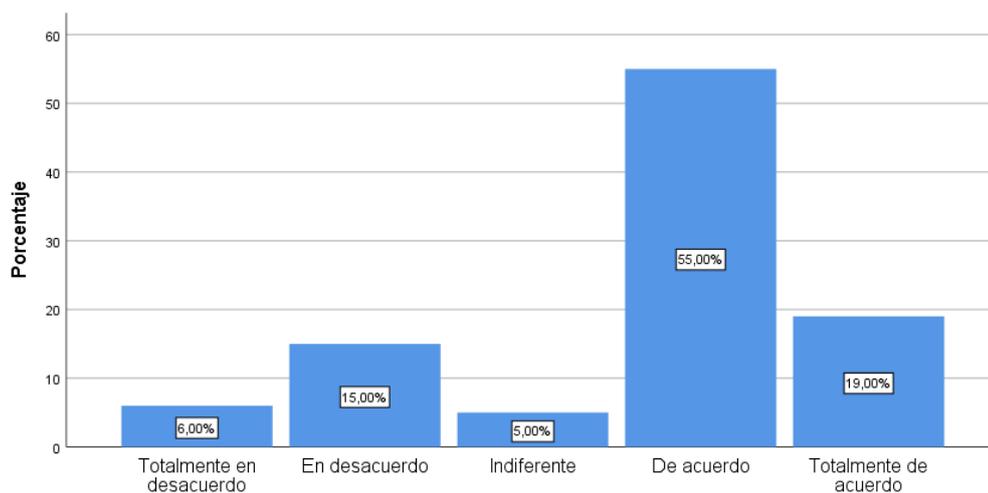


P49. ¿Considera que la empresa le inspira a dar lo mejor de usted?

Figura 20 Por resultados

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados respecto a la responsabilidad por supervisión el 55% están de acuerdo y 19% totalmente de acuerdo consideran que existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores mientras que, 5% es indiferente, 15% en desacuerdo y 6% totalmente en desacuerdo (Ver Figura 21).



P53. ¿Considera Ud. que existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores?

Figura 21 Por supervisión

Fuente: Elaboración propia

Validación de hipótesis

Se realizó la prueba de la hipótesis específica 3 a través del Chi cuadrado que es una prueba estadística para hallar la relación entre 2 variables.

Hipótesis específica 3:

La motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Ha=La motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

H0= La motivación no se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Tabla 15 Nivel de significancia de Chi Cuadrado de Pearson de hipótesis específica 3

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	633,412 ^a	399	,000
Razón de verosimilitud	326,917	399	,997
Asociación lineal por lineal	75,625	1	,000
N de casos válidos	100		

a. 440 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que a un nivel de significancia de 0.00 la motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 15).

Tabla 16 Nivel de coeficiente contingencia de la hipótesis específica 3

		Valor	Significación aproximada
Nominal	por Coeficiente	de,929	,000
Nominal	contingencia		
N de casos válidos		100	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que a un nivel de significancia de 0.00, existe una relación fuerte entre la motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 16).

Hipótesis general

El endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Validación de hipótesis

Se realizó la prueba de la hipótesis general a través del Chi cuadrado que es una prueba estadística para hallar la relación entre 2 variables.

El endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Ha=El endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

H0= El endomarketing no se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Tabla 17 Nivel de significancia de Chi-cuadrado de Pearson de hipótesis general

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1839,020 ^a	1716	,020
Razón de verosimilitud	514,429	1716	1,000
Asociación lineal por lineal	78,604	1	,000
N de casos válidos	100		

a. 1800 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como el nivel de significancia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que a un nivel de significancia de 0.020 El endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 17).

Tabla 18 Tabla de nivel de coeficiente de la hipótesis general

		Valor	Significación aproximada
Nominal	por Coeficiente	de,974	,020
Nominal	contingencia		
N de casos válidos		100	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como el coeficiente de contingencia es menor que 0.05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna, luego se concluye que, a un nivel de significancia de 0.020, existe una relación fuerte entre el endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 (Ver tabla 18).

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

En el presente acápite se presenta la discusión de resultados del análisis realizado para estudiar el endomarketing y la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 para una muestra 100 trabajadores de las diferentes áreas como marketing, ventas, recursos humanos, finanzas, logística y producción. Según los resultados de la muestra se refleja que existe una mayor población de colaboradores hombres que mujeres lo cual refleja que contratan más personal masculino por los productos que manejan que pertenecen al sector construcción.

Discusión del Objetivo Especifico 1

Analizar de qué manera la integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

En primer lugar, respecto a la hipótesis específica 1 “La integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018”, según el resultado de los encuestados más del 50% considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo esto refleja que sienten la importancia de los jefes inmediatos por brindar atención al trabajo que realiza cada colaborador por lo que existe un buen grado de nivel de fidelización lo que generaría que no exista un alto índice de rotación de personal influyendo en el esfuerzo, dicho resultado se relaciona con lo mencionado por (Jimenez & Gamboa, 2016) quienes reconocen que el endomarketing como una filosofía de management se centra en retener colaboradores a través de la fidelización.

Además, según los encuestados consideran que existe fatiga laboral esto demostraría que se está sobreexponiendo la salud de los trabajadores en sus actividades diarias por lo que no se está cumpliendo por completo en la empresa Tigre S.A. lo que menciona (ILO, 2016) que al satisfacer el esfuerzo de los colaboradores poseerán motivación, lo cual elevará la productividad al sentir ellos que cubren sus necesidades.

Por otro lado, una gran parte de los encuestados consideran que la organización le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones, lo cual demuestra que la organización busca desarrollar un buen vínculo de cooperación en la realización de sus proyectos y objetivos con sus colaboradores a través de la libertad de expresión para generar mayores ideas. Esto va a permitir que se cumpla lo sostenido por Lopez, M. (2011) los altos mandos deben buscar mentalizar a sus colaboradores que son participe de los éxitos y fracasos de su organización.

En síntesis, se halló que la integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 ya que el nivel de significancia es 0.00 ($0,000 < 0,05$) por lo que se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

Discusión del Objetivo Especifico 2

Determinar de qué manera la comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

En segundo lugar, respecto a la hipótesis especifica 2 “La comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.” Existe coincidencias en los resultados ya que según (Aragon & Davila,

2019) sostuvieron que al aplicarse una buena comunicación como una de las acciones del endomarketing en el personal millennial entre los 18 a 39 años de Lima metropolitana habría retención laboral, ya que crea un mayor vínculo con la empresa, por lo que se relaciona con el resultado de la muestra que la mayoría de empleados son jóvenes en las áreas expuestas y han estado trabajando de 3 a 5 años.

En los resultados respecto a la escucha activa más del 60% de los encuestados consideran que se maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores porque no existe mucha jerarquía o barreras que limite a los trabajadores a tener confianza en comunicarse con los altos mandos.

Además, los encuestados consideran que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van a ocurrir en la empresa porque los colaboradores saben la realidad de lo que va a suceder en la organización demostrándose transparencia ante los futuros cambios que pueda sufrir el área donde están laborando y ellos se sientan preparados. Ambos resultados mencionados se relacionan con lo mencionado por (Caraballo, 2018) respecto al endomarketing al realizarse con comunicación bidireccional genera que exista confianza con los trabajadores.

Por otro lado, en los resultados de los encuestados consideran que la empresa brinda adecuados cursos de capacitación para su especialidad, porque los colaboradores puedan aplicar nuevos conocimientos en sus funciones influyendo en su capacidad. Esto va a permitir que cada colaborador no tenga miedo a desarrollar y demostrar su capacidad, ya que como (Rueda, 2014) menciona que el desarrollar capacidades genera que el desempeño laboral se incremente.

En síntesis, según los resultados hallados el nivel de significancia es 0.00 demostrándose que la comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

Discusión del Objetivo Especifico 3

Determinar de qué manera la motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

En tercer lugar, respecto a la hipótesis específica 3 “La motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018”. Según los resultados de la mayoría de los encuestados consideran que la organización se preocupa por su satisfacción laboral porque sienten que la empresa busca brindarle calidad de vida a través de reconocimientos y ascensos por lo que se permite que se eleve la productividad (ILO, 2016).

Asimismo, según los encuestados la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente porque existe la confianza en los trabajadores sobre el logro de sus metas y la obtención de oportunidades. Esto demuestra que no tan solo el trabajador se preocupa por lo no monetario como es que exista transparencia y ética en las acciones de su organización (Lopez M. , 2011).

Además, más del 60% de los encuestados mencionan que la empresa se preocupa por su progreso porque la organización considera muy importante que sus colaboradores puedan tener crecimiento en su vida profesional por lo que

apoya en los estudios. Estos resultados se relaciona con que la organización debe mantener una auténtica política de responsabilidad con los colaboradores debido a que, no solo se les debe asegurar empleo remunerado, sino aportar satisfacción, desarrollo personal y promoción profesional (Castaño, 2005).

Asimismo, más del 50% consideran que la empresa le inspira a dar lo mejor porque se promueve a los colaboradores un clima laboral y logro de oportunidades que le permite su crecimiento personal esto se relaciona con lo mencionado por (Ochoa, 2014) en la cual comprobó que la motivación influye la efectividad productividad laboral.

Por lo tanto, se concluye que a un nivel de significancia de 0.00 la motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 por lo que se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

Discusión del Objetivo General

Determinar de qué manera el Endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.

Finalmente, en la hipótesis general podemos concluir que a un nivel de significancia de 0.020 El endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 por lo que se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

La mayoría de los encuestados consideran que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa porque existe fidelización en los colaboradores o gratitud relacionándose con que las empresas deben vender las ideas, culturas, políticas, proyectos, etc. a través de las técnicas del marketing interno (Jimenez & Gamboa, 2016). Asimismo, los encuestados sienten que la organización promueve a que den lo mejor de ellos por lo que se relaciona con lo mencionado por (Elizondo, 2007) que en la productividad laboral debe promoverse que los trabajadores sean felices en el lugar donde están produzcan valor agregado en sus actividades.

CONCLUSIONES

1. La integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 debido a que los trabajadores sienten que los altos mandos toman en cuenta sus opiniones y brindan atención a su trabajo lo cual hacen que se incremente su desempeño laboral y cooperación en los objetivos de la organización, aunque sientan fatiga laboral.

2. La comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 debido a que no existe jerarquías que limiten que la comunicación sea fluida entre los stakeholders internos. Además, la organización se preocupa por el desarrollo personal y que aumente su know how a través de las capacitaciones.

3. La motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 ya que existe preocupación en la organización por brindar satisfacción laboral a sus colaboradores a través de los reconocimientos y ascensos por lo que sienten la preocupación por su crecimiento personal.

4. En conclusión, el endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018 debido al sentimiento generado en los trabajadores por el trato que la organización les brinda creando en ellos la fidelización por la marca y se sientan bien en su trabajo.

RECOMENDACIONES

1. Según el análisis realizado en la presente investigación para combatir la fatiga laboral se debe establecer un horario de trabajo ordenado y el área de recursos humanos a través de bienestar social promover que pasen los trabajadores por revisiones con nutricionistas. Asimismo, realizar pausas activas que son actividades como mimos, clown o brindarle clases de yoga en un determinado horario que no afecte las actividades de la organización permitiendo que los colaboradores se sientan más relajados y su esfuerzo mejore en su desempeño laboral.
2. La organización debe buscar aplicar talleres de coach para vincular a todo el personal y se mantenga el trabajo en equipo en conjunto con los altos mandos. Además, los espacios por área pueden llegar a ser más abiertos para que exista la facilidad de comunicación entre el personal y estos se sientan cómodos en contacto constante.
3. La empresa Tigre S.A. debe de continuar manteniendo la motivación a través de estímulos como tarjetas de consumo, cupones de viaje o medias becas de estudio para MBA o especializaciones con convenios en las mejores universidades para que los colaboradores sientan que la organización se preocupa por cubrir sus necesidades de desarrollo personal.
4. Tigre S.A. debe seguir promoviendo la motivación y fidelización en su personal a través de los incentivos como desarrollo educativo o ascensos que ofrece para que los empleados sientan a la organización como su propia marca y su productividad pueda elevarse reflejándose en las ventas. También, se recomienda continuar las investigaciones sobre el endomarketing para mejorar

el talento humano a través de ello la productividad en nuestro país pueda aumentar para una mejor competitividad.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aragon, L., & Davila, T. (2019). *Acciones de endomarketing más valoradas por el personal millennial de Lima Metropolitana que influyen en prolongar el tiempo de permanencia en sus empresas*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625161/Aragon_LL.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Caraballo, R. (2018). *Descubre el poder del EndoMarketing en tu empresa*. Obtenido de <https://www.cubica.co/marketing-digital/descubre-el-poder-del-endomarketing-en-tu-empresa/>
- Cardona, D., Henríquez, G., Rada, J., Martínez, J., & Bonnet, M. (2017). *Endomárketing: Estrategia de innovación en las organizaciones el siglo XXI. Espacios*.
- Carro, R., & Gonzales, D. (2014). *Capacidad y Distribucion fisica*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Mar de Plata.
- Castaño, R. (2005). *La Gestion Integral de Recursos Humanos*. Universidad de ALCALA.
- Chino, L. (2017). *El endomarketing y su influencia en el compromiso organizacional en el personal del Banco de Credito del Peru - Agencia Bolognesi, año 2016*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Cobra, M. (2010). *Novo marketing*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Davila, A. (2013). *La satisfaccion del cliente interno a traves del Endomarketing*. Bogota: Universidad EAN.
- Elizondo, R. (2007). *Mejoramiento de la productividad a traves de la administracion participativa* (T. Empresarial, Ed.) Obtenido de <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-PrimeroHacemosGenteAntesQueProductosYServiciosMejo-5761518.pdf>

- Felsinger, E., & Runza, P. (2002). Obtenido de https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2002/Felsinger_MADE.pdf
- Flores, G., & Ballon, J. (2016). *Implicancias del endomárketing sobre el diseño del programa de incentivos y beneficios para la fidelización del cliente interno: el caso de Ferreyros S.A.* Lima: PUCP.
- Flores, H. (2015). *Conozca los planes del grupo brasileño Tigre en el Perú.*
- Fuentes, J., & Reyes, F. (2017). *ENDOMARKETING: Importancia de una metodología para la elaboración de estrategias comunicacionales y sus beneficios en la mediana y pequeña empresa.* Obtenido de <file:///C:/Users/user/Downloads/3159-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6609-5-10-20180111.pdf>
- Galindo, M., & Rios, V. (2015). Productividad. *Serie de Estudios Economicos, I.*
- ILO. (2016). *El recurso humano y la productividad.* Organizacion Internacional del Trabajo, 4-124.
- Jimenez, L., & Gamboa, R. (2016). El Endomarketing: aplicado al talento clave interno en el sector salud. *Revista Mundo FESC*(12), 8-19.
- Lopez, A. (2017). *Endomarketing: El compromiso interno en tiempos de cólera.* Mecado Negro.
- Lopez, M. (2011). *Endomarketing.* Obtenido de <https://es.slideshare.net/shlungemberg/endomarketing-8053647>
- Mendoza, J., Hernandez, M., & Tabernerero, C. (2011). *Revista de Ciencia Sociales.* (B. d. UCA, Ed.) Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28022755010.pdf>
- Meza, L. (2017). *¿Por qué y para qué aplicar Endomarketing en tu empresa?*
- Murillo, F. (2006). *Cuestionario y escalas de actitudes.* Madrid: Universidad Autonoma de Madrid.
- Nunes, P. (2012). *Endomarketing.* Ciencias Economicas y Comerciales.
- Ochoa, K. (2014). *Motivacion y productividad laboral (Estudio realizado en la Empresa Municipal Aguas de Xelaju EMAX.* Quetzaltenango: Universidad Rafael Landivar.
- Peñaranda, C. (2018). *Productividad laboral apenas avanza 0.5% en el 2017.* Obtenido de

https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion817/edicion_817.pdf

- Perez, J. (2017). *Endomarketing como estrategia de desarrollo de la productividad y crecimiento de las ventas: un enfoque desde las principales empresas de seguros de vida en Colombia*. (U. M. Granada, Ed.) Obtenido de <https://marketinginterno.wordpress.com/>
- Picota, F., & Pinzon, E. (2014). *Endomarketing: Decisión estratégica efectiva para vincular y aprovechar los recursos más importantes agregar valor y sacar lo mejor de las organizaciones a la luz pública*. V(1).
- RAE. (2018). *Real Academia Española*.
- Ramon, K. (2017). *¿Por que implementar el endomarketing en las empresas? II Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica*, 438-448.
- Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Geronimo, M. (2011). *Endomarketing: estrategias de relacion con el cliente interno*. Lima: ESAN Ediciones.
- Rivas , G. (2017). *Propuesta de Endomarketing como estrategia para fortalecer*. Guayaquil: Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil.
- Rueda, J. (2014). *El desarrollo de capacidades un enfoque central de la cooperacion al desarrollo*. Obtenido de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/66912/1/Memoria_Julian_Rueda_Bouillon.pdf
- Sanchez, L., & Silva, M. (2017). *Percepción de los colaboradores sobre el endomarketing en la empresa Agroexportadora Caynarachi S.A*. Tarapoto: Universidad Peruana Union.
- Segura, S., & Segura, J. (2009). *Diseño del sistema salarial en la empresa de hoy* (Segunda ed.). Lima: ViaLux Group.
- TIGRE. (2019). Obtenido de <http://www.tigre.com.uy>
- Universidad de San Martin de Porres. (2008). *Código de ética de la Universidad de San Martin de Porres*. Obtenido de <http://www.usmp.edu.pe/nuesuniv/pdf/CODIGO%20DE%20ETICA.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:	El endomarketing y la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	SOSTENIBILIDAD
AUTOR(ES):	Shirley Stefani Grande Tello

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿De qué manera el Endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la	Determinar de qué manera el Endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la	El Endomarketing se relaciona con la productividad de los trabajadores en la	Vi: Endomarketing	Integración Comunicación Motivación	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada

empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018?	empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.	empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.			<p>Alcance: Descriptivo Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Unidad de investigación: Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.</p>
			Vd: Productividad	Esfuerzo Capacidad Responsabilidad	Fuente de Información
¿De qué manera la integración se relaciona con el esfuerzo de los	Analizar de qué manera la integración se relaciona con el esfuerzo de los	La integración se relaciona con el esfuerzo de los trabajadores en la	Integración	-Nivel de fidelización -Nivel de cooperación	Encuestas Estructuradas en base a la escala de likert

trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018?	trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.	empresa Tigre Perú en Lima, 2018.	Esfuerzo	<ul style="list-style-type: none"> -Nivel de tolerancia -Atención -Desempeño laboral -Tensión del trabajo
¿De qué manera la comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018?	Determinar de qué manera la comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.	La comunicación se relaciona con la capacidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú en Lima, 2018.	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> -Empatía -Comunicación efectiva -Escucha activa
			Capacidad	<ul style="list-style-type: none"> -Autonomía -Experiencia -Formación

<p>¿De qué manera la motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018?</p>	<p>Determinar de qué manera la motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018.</p>	<p>La motivación se relaciona con la responsabilidad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú en Lima, 2018.</p>	<p>Motivación</p> <p>Responsabilidad</p>	<p>-Nivel satisfacción laboral</p> <p>-Nivel de compromiso</p> <p>-Nivel de reconocimientos</p> <p>-Por relaciones</p> <p>-Por resultados</p> <p>-Por supervisión</p>	
--	--	--	--	---	--

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de la variable 1

Variable: Endomarketing		
Definición conceptual: significa marketing interno que es una estrategia organizacional para aplicar a los empleados (Regalado, Allpacca, Baca, & Geronimo, 2011).		
Instrumento: Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú S.A.		Técnica: La encuesta
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Integración	Indicador 1: Nivel de fidelización Mide el nivel de lealtad de una persona en un periodo determinado.	¿Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa? ¿Se siente Ud. comprometido con los objetivos de la empresa? ¿Se siente Ud. identificado con la empresa?
	Indicador 2: Nivel de cooperación Mide en conjunto la participación de las capacidades de las personas.	¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área? ¿Se siente parte de un equipo? ¿Considera Ud. que las actividades que realiza están

		en función con el puesto que ocupa?
	<p>Indicador 3: Nivel de tolerancia</p> <p>Mide el nivel óptimo de éxito estrategias prosociales para predecir la adaptación al grupo de iguales.</p>	<p>¿Considera Ud. que existe una buena relación con su jefe inmediato y superiores?</p> <p>¿Considera Ud. que existe un adecuado clima laboral?</p> <p>¿Cree Ud. que se le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones?</p>
Comunicación	<p>Indicador 1: Empatía</p> <p>Mide la capacidad de confianza que posee una persona de lograr entender y vivencia el estado de ánimo que tiene la otra persona.</p>	<p>¿Cree Ud. que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la empresa?</p> <p>¿Considera Ud. que existe confiabilidad y cumplimiento de expectativas entre los trabajadores?</p> <p>¿Considera Ud. que existe confianza sobre las capacidades de los demás integrantes del equipo?</p>
	<p>Indicador 2: Comunicación efectiva</p> <p>Mide el resultado de la comunicación y responsabilidad por el efecto en el receptor (no por las intenciones del emisor).</p>	<p>¿Considera Ud. que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa?</p> <p>¿Cree Ud. que tiene la oportunidad de expresar sus necesidades?</p>

		¿Considera Ud. que la empresa lo mantiene informado acerca de los incentivos monetarios y no monetarios?
	Indicador 3: Escucha activa Mide en el entendimiento del oyente sobre el hablante.	¿Considera Ud. que la empresa toma en cuenta sus opiniones o intereses personales? ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (horizontal) con sus compañeros? ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores?
Motivación	Indicador 1: Nivel de satisfacción laboral Mide la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto mediante el estado emocional positivo y placentero.	¿Cree Ud. que recibe una retroalimentación del desempeño que viene teniendo en su empresa? ¿Considera Ud. que se le brinda los materiales y el equipo necesario para hacer su trabajo? ¿Considera Ud. que la organización se preocupa por su satisfacción laboral?

	<p>Indicador 2: Nivel de compromiso</p> <p>Mide las actitudes de los empleados por ser parte de la organización.</p>	<p>¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su progreso?</p> <p>¿Considera Ud. que se corrigió sus errores de manera adecuada y con un aprendizaje continuo?</p> <p>¿Considera Ud. que el soporte brindado por su organización influye en su compromiso?</p>
	<p>Indicador 3: Nivel de reconocimientos</p> <p>Mide las acciones para reconocer a una persona.</p>	<p>¿Cree Ud. que su empresa deba reconocer el esfuerzo de sus colaboradores?</p> <p>¿Considera Ud. que se reconoce el trabajo que realizan los colaboradores de esta empresa?</p> <p>¿Cree Ud. que la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente?</p>

Tabla 2

Operacionalización de la variable 2

Variable: Productividad		
Definición conceptual: (Felsing & Runza, 2002)mencionan que: “La productividad del trabajo es una relación entre la producción y el personal ocupado y refleja que tan bien se está utilizando el personal en el proceso productivo.” (p.3).		
Instrumento: Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú S.A.		Técnica: Encuesta
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Esfuerzo	Indicador 1: Atención Mide la concentración a lo largo de la jornada.	¿Considera Ud. que la empresa recompensa adecuadamente su esfuerzo? ¿Considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo? ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su bienestar?

	<p>Indicador 2: Desempeño laboral</p> <p>Mide el rendimiento de un trabajador al realizar sus actividades.</p>	<p>¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por el esfuerzo físico que realiza en su trabajo?</p> <p>¿Cree Ud. que se le brinda un ambiente de trabajo cómodo para laborar?</p> <p>¿Usted tiene claro sobre los indicadores de desempeño de su organización?</p>
	<p>Indicador 3: Tensión del trabajo</p> <p>Mide el efecto de una sobre otra persona que realiza el trabajo y el ambiente que se genera.</p>	<p>¿Considera Ud. que existe fatiga laboral?</p> <p>¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa?</p> <p>¿Considera Ud. que sus jefes inmediatos o superiores buscan resolver las situaciones de tensión de manera adecuada?</p>
<p>Capacidad</p>	<p>Indicador 1: Autonomía del trabajo</p> <p>Mide la iniciativa, creatividad o criterio que demanda el desempeño del puesto.</p>	<p>¿Considera que las actividades de trabajo son apoyadas por otras áreas?</p> <p>¿Considera que se le motiva en su creatividad o iniciativa en el desempeño del puesto?</p> <p>¿Considera Ud. que se le permite implantar nuevas técnicas o métodos para mejorar su trabajo?</p>

	<p>Indicador 2: Experiencia</p> <p>Mide la posesión del <i>knowhow</i> e información concerniente al trabajo, trátase de técnicas, especificaciones, procedimientos, métodos u otras reglas.</p>	<p>¿Considera que la empresa se preocupa en que aumente su <i>knowhow</i>?</p> <p>¿Considera Ud. que la empresa le ha brindado información completa respecto a su trabajo?</p> <p>¿Considera que la empresa le ofrece un conocimiento completo respecto a las técnicas que debe manejar en su actividad laboral?</p>
	<p>Indicador 3: Formación</p> <p>Mide los distintos niveles de educación que podrían exigirse en el puesto.</p>	<p>¿Considera Ud. que la empresa brinda adecuados cursos de capacitación para su especialidad?</p> <p>¿Considera que las capacitaciones que le brindan le ha ayudado en su carrera profesional?</p> <p>¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su crecimiento profesional?</p>
<p>Responsabilidad</p>	<p>Indicador 1: Por relaciones</p> <p>Mide el grado en que las interacciones con los clientes, proveedores u otros terceros afectan la gestión empresarial o los resultados.</p>	<p>¿Cree usted que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa?</p> <p>¿Considera Ud. que se brinda importancia a las interacciones entre empleados?</p>

		¿La empresa motiva a trabajar con responsabilidad social?
	<p>Indicador 2: Por resultados</p> <p>Evalúa la tensión psicológica que genera el puesto como consecuencia de la responsabilidad de evitar desviaciones que perjudiquen los resultados, procesos u operaciones.</p>	<p>¿Considera que la empresa le inspira a dar lo mejor de usted?</p> <p>¿Considera Ud. que la empresa le da oportunidades de ascender?</p> <p>¿Considera Ud. que existe equidad y justicia en los beneficios que le ofrece la empresa?</p>
	<p>Indicador 3: Por supervisión</p> <p>Se refiere a la exigencia del ocupante del puesto de comandar un grupo humano y de asumir cabalmente responsabilidad por los resultados de trabajo de este.</p>	<p>¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los colaboradores?</p> <p>¿Considera Ud. que existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores?</p> <p>¿Existe una adecuada asignación de las tareas y coordinación de ellas en su empresa?</p>

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Nombre del Instrumento:		Cuestionario a los trabajadores de empresa Tigre Perú S.A. en Lima		
Autor del Instrumento:		Shirley Stefani Grande Tello		
Definición Conceptual:		Según Murillo (2006) menciona que: “En este tipo de escalas se ofrece una afirmación al sujeto y se pide que la califique del 0 al 4 según su grado de acuerdo con la misma. Estas afirmaciones pueden reflejar actitudes positivas hacia algo o negativas. Las primeras se llaman favorables y las segundas desfavorables. Es muy importante que las afirmaciones sean claramente positivas o negativas, toda afirmación neutra debe ser eliminada.” (pag.6)		
Población:		Los trabajadores de la empresa Tigre Perú S.A. en Lima		
Variable	Dimensión			Escalas

		Indicador	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Totalmente de acuerdo
				1	2	3	4	5
Endomarketing - Variable independiente	D1 Integración	I1 Nivel de fidelización	1 ¿Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa?					
			2 ¿Se siente Ud. comprometido con los objetivos de la empresa?					
			3 ¿Se siente Ud. identificado con la empresa?					
		I2 Nivel de cooperación	1 ¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área?					

			2¿Se siente parte de un equipo?					
			3¿Considera Ud. que las actividades que realiza están en función con el puesto que ocupa?					
		I3 Nivel de tolerancia	1¿Considera Ud. que existe una buena relación con su jefe inmediato y superiores?					
			2¿Considera Ud. que existe un adecuado clima laboral?					
			3¿Cree Ud. que se le brinda la oportunidad de expresar					

			<p>sus opiniones?</p>					
	D2 Comunicación	I1 Empatía	<p>1¿Cree Ud. que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la empresa?</p>					
			<p>2¿Considera Ud. que existe confiabilidad y cumplimiento de expectativas entre los trabajadores?</p>					
			<p>3¿Considera Ud. que existe confianza sobre las capacidades de los demás integrantes del equipo?</p>					
		I2	<p>1¿Considera Ud. que</p>					

		Comunicación efectiva	existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa ?					
			2¿Cree Ud. que tiene la oportunidad de expresar sus necesidades?					
			3¿Considera Ud. la empresa lo mantiene informado acerca de los incentivos monetarios y no monetarios ?					
		I3 Escucha activa	1¿Considera Ud. que la empresa toma en cuenta sus					

			opiniones o intereses personales?					
			2¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (horizontal) con sus compañeros?					
			3¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores?					
	D3 Motivación	I1 Nivel de satisfacción laboral	1¿Cree Ud. que recibe una retroalimentación del desempeño que viene teniendo en su empresa?					

			2¿Considera Ud. que se le brinda los materiales y el equipo necesario para hacer su trabajo?					
			3¿Considera Ud. que la organización se preocupa por su satisfacción laboral?					
		I2 Nivel de compromiso	1¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su progreso?					
			2¿Considera Ud. que se corrigió sus errores de manera adecuada y con un aprendizaje continuo?					

			3 ¿Considera Ud. que el soporte brindado por su organización influye en su compromiso?					
		I3 Nivel de reconocimientos	1¿Cree Ud. que una empresa deba reconocer el esfuerzo de sus colaboradores?					
			2¿Considera Ud. que se reconoce el trabajo que realiza los colaboradores de esta empresa?					
			3¿Cree Ud. que el sistema de					

			incentivos y beneficios de forma transparente?					
Productividad-Variable dependiente	D1 Esfuerzo	I1 Atención	1¿Considera Ud. que la empresa recompensa adecuadamente su esfuerzo?					
			2¿Considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo?					
			3¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su bienestar?					
		I2 Desempeño laboral	1¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por el					

			esfuerzo físico que realiza en su trabajo?					
			2¿Cree Ud. que se le brinda un ambiente de trabajo cómodo para laborar?					
			3¿Usted tiene claro sobre los indicadores de desempeño de su organización?					
		I3 Tensión del trabajo	1¿Considera Ud. que existe fatiga laboral?					
			2 ¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera					

			adecuada en su empresa?					
			3¿Considera Ud. que sus jefes inmediatos o superiores buscan resolver las situaciones de tensión de manera adecuada?					
	D2 Capacidad	I1 Autonomía	1¿Considera Ud. que las actividades de trabajo son apoyadas por otras áreas?					
			2¿Considera que se le motiva en su creatividad en el desempeño del puesto?					

			3¿Considera Ud. que se le permite implantar nuevas técnicas o métodos para mejorar su trabajo?					
		I2 Experiencia	1¿Considera que se la empresa se preocupa en que aumente su <i>knowhow</i> ?					
	2 ¿Considera Ud. que la empresa le ha brindado información completa respecto a su trabajo?							
	3¿Considera que la empresa le ofrece un conocimiento completo							

			respecto a las técnicas que debe manejar en su actividad laboral?					
		I3 Formación	1 ¿Considera Ud. que la empresa brinda adecuados cursos de capacitación para su especialidad?					
			2¿Considera que las capacitaciones que le brindan le ha ayudado en su carrera profesional?					
			3¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su					

			crecimiento profesional?					
	D3 Responsabilidad	I1 Por relaciones	1 ¿Cree usted que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa?					
			2 ¿Considera Ud. que se brinda importancia a las interacciones entre empleados?					
			3 ¿La empresa motiva a trabajar con responsabilidad social?					
		I2 Por resultados	1 ¿Considera que la empresa le inspira a dar					

			lo mejor de usted?					
			2¿Considera Ud. que la empresa le da oportunidades de ascender?					
			3¿Considera Ud. que existe equidad y justicia en los beneficios que le ofrece la empresa?					
		I3 Por supervisión	1¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los					

			colaboradores?					
			2¿Considera Ud. existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores?					
			3¿Existe una adecuada asignación de las tareas y coordinación de ellas en su empresa?					

ANEXO 4: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA APLICAR

INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Cuestionario sobre el endomarketing y la productividad de los trabajadores en la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018

La presente investigación, intenta recoger su opinión a fin de determinar la influencia del endomarketing en la productividad de los trabajadores de la empresa Tigre Perú S.A. La información obtenida es absolutamente confidencial. Responda con absoluta libertad y con la mayor veracidad posible.

Marque con una X la alternativa elegida por usted. La escala utilizada es del 1 (totalmente en desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo).

IDENTIFICACIÓN

1. Sexo

a) Mujer

b) Hombre

2. Edad en años cumplidos:

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 39 años

Entre 40 y 49 años

50 años a más

3. Tiempo que trabaja en la empresa:

a) Menos de 1 año

b) De 1 a 2 años

c) De 3 a 5 años

5) Más de 5 años

4. Área de trabajo:

a) Finanzas

b) Marketing

c) Recursos Humanos

d) Ventas

e) Producción

f) Logística

Nº	Pregunta	(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Indiferente	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
ENDOMARKETING						

INTEGRACION					
	NIVEL DE FIDELIZACIÓN				
1	¿Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa?				
2	¿Se siente Ud. comprometido con los objetivos de la empresa?				
3	¿Se siente Ud. identificado con la empresa?				
	NIVEL DE COOPERACIÓN				
4	¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área?				
5	¿Se siente parte de un equipo?				
6	¿Considera Ud. que las actividades que realiza están en función con el puesto que ocupa?				
	NIVEL DE TOLERANCIA				

7	¿Considera Ud. que existe una buena relación con su jefe inmediato y superiores?					
8	¿Considera Ud. que existe un adecuado clima laboral?					
9	¿Cree Ud. que se le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones?					
B. COMUNICACIÓN						
	EMPATÍA					
10	¿Cree Ud. que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la empresa?					
11	¿Considera Ud. que existe confiabilidad y cumplimiento de expectativas entre los trabajadores?					
12	¿Considera Ud. que existe confianza sobre las capacidades de los					

	demás integrantes del equipo?					
	COMUNICACIÓN EFECTIVA					
13	¿Considera Ud. que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa?					
14	¿Cree Ud. que tiene la oportunidad de expresar sus necesidades?					
15	¿Considera Ud. que la empresa lo mantiene informado acerca de los incentivos monetarios y no monetarios?					
	ESCUCHA ACTIVA					
16	¿Considera Ud. que la empresa toma en cuenta sus opiniones o					

	intereses personales?					
17	¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (horizontal) con sus compañeros?					
18	¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores?					
<i>C. MOTIVACION</i>						
	NIVEL DE SATISFACCION LABORAL					
19	¿Cree Ud. que recibe una retroalimentación del desempeño que viene teniendo en su empresa?					
20	¿Considera Ud. que se le brinda los materiales y el equipo necesario para hacer su trabajo?					

21	¿Considera Ud. que la organización se preocupa por su satisfacción laboral?					
	NIVEL DE COMPROMISO					
22	¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su progreso?					
23	¿Considera Ud. que se corrigió sus errores de manera adecuada y con un aprendizaje continuo?					
24	¿Considera Ud. que el soporte brindado por su organización influye en su compromiso?					
	NIVEL DE RECONOCIMIENTOS					
25	¿Cree Ud. que una empresa deba reconocer el					

	esfuerzo de sus colaboradores?					
26	¿Considera Ud. que se reconoce el trabajo que realiza los colaboradores de esta empresa?					
27	¿Cree Ud. que la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente?					
III. PRODUCTIVIDAD						
D. ESFUERZO						
	ATENCIÓN					
28	¿Considera Ud. que la empresa recompensa adecuadamente su esfuerzo?					
29	¿Considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo?					
30	¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su bienestar?					

	DESEMPEÑO LABORAL					
31	¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por el esfuerzo físico que realiza en su trabajo?					
32	¿Cree Ud. que se le brinda un ambiente de trabajo cómodo para laborar?					
33	¿Usted tiene claro sobre los indicadores de desempeño de su organización?					
	TENSIÓN DEL TRABAJO					
34	¿Considera Ud. que existe fatiga laboral?					
35	¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa?					

36	¿Considera Ud. que sus jefes inmediatos o superiores buscan resolver las situaciones de tensión de manera adecuada?					
E. CAPACIDAD						
	AUTONOMÍA					
37	¿Considera Ud. que las actividades de trabajo son apoyadas por otras áreas?					
38	¿Considera Ud. que se le motiva su creatividad en el desempeño del puesto?					
39	¿Considera Ud. que se le permite implantar nuevas técnicas o métodos para mejorar su trabajo?					
	EXPERIENCIA					
40	¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en que					

	aumente su knowhow?					
41	¿Considera Ud. que la empresa le ha brindado información completa respecto a su trabajo?					
42	¿Considera que la empresa le ofrece un conocimiento completo respecto a las técnicas que debe manejar en su actividad laboral?					
	FORMACIÓN					
43	¿Considera Ud. que la empresa brinda adecuados cursos de capacitación para su especialidad?					
44	¿Considera que las capacitaciones que le brindan le han ayudado en su carrera profesional?					
45	¿Cree Ud. que la empresa se					

	preocupa por su crecimiento profesional?					
F. RESPONSABILIDAD						
	POR RELACIONES					
46	¿Cree usted que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa?					
47	¿Considera Ud. que se brinda importancia a las interacciones entre empleados?					
48	¿La empresa motiva a trabajar con responsabilidad social?					
	POR RESULTADOS					
49	¿Considera Ud. que reconoce la empresa su desempeño laboral con responsabilidad?					

50	¿Considera Ud. que la empresa le da oportunidades de ascender?					
51	¿Considera Ud. que existe equidad y justicia en los beneficios que le ofrece la empresa?					
	POR SUPERVISIÓN					
52	¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los colaboradores?					
53	¿Considera Ud. existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores?					
54	¿Existe una adecuada asignación de las tareas y					

	coordinación de ellas en su empresa?					
--	--	--	--	--	--	--

Muchas gracias por su participación

ANEXO 5: FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO EXPERTOS Y PERFIL DE VALIDADORES

8

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Endomarketing)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Autor del Instrumento	Shirley Stefani Grande Tello					
Variable 1:	Independiente					
Población:	Trabajadores de la empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Integración						
Indicador 1: Nivel de fidelización	1. ¿Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Se siente Ud. comprometido con los objetivos de la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	3. ¿Se siente Ud. identificado con la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 2: Nivel de cooperación	1. ¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Se siente parte de un equipo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	

	3. ¿Considera Ud. que las actividades que realiza están en función con el puesto que ocupa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
Indicador 3: Nivel de tolerancia	1. ¿Considera Ud. que existe una buena relación con su jefe inmediato y superiores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	2. ¿Considera Ud. que exista un adecuado clima laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	3. ¿Cree Ud. que se le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
D2 Comunicación					
Indicador 1: Empatía	1. ¿Cree Ud. que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	2. ¿Considera Ud. que existe confiabilidad y cumplimiento de expectativas entre los trabajadores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	3. ¿Considera Ud. que existe confianza sobre las capacidades de los demás integrantes del equipo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo	4	4	4	4

	5) Totalmente de acuerdo				
Indicador 2: Comunicación efectiva	1. ¿Considera Ud. que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	2. ¿Cree Ud. que tiene la oportunidad de expresar sus necesidades? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	3. ¿Considera Ud. que la empresa lo mantiene informado acerca de los incentivos monetarios y no monetarios? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
Indicador 3: Escucha activa	1. ¿Considera Ud. que la empresa toma en cuenta sus opiniones o intereses personales? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	2. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (horizontal) con sus compañeros? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	3. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
D3 Motivación					

Indicador 1: Nivel del desempeño laboral	1. ¿Cree Ud. que recibe una retroalimentación del desempeño que viene teniendo en su empresa?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	2. ¿Usted. Tiene claro sobre los indicadores de desempeño de su organización?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	3. ¿Considera Ud. que la organización se preocupa por su desempeño laboral?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
Indicador 2: Nivel de compromiso y errores cometidos	1. ¿Considera Ud. que se maneja una adecuada política respecto a las sanciones en caso de errores del trabajador?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	2. ¿Considera Ud. que se corrige sus errores de manera adecuada y con un aprendizaje continuo?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	3. ¿Considera Ud. que el soporte brindado por su organización influye en su compromiso?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
Indicador 3: Nivel de reconocimientos	1. ¿Cree Ud. que una empresa debe reconocer el esfuerzo de sus colaboradores?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo				

3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					
2. ¿Considera Ud. que se reconoce el trabajo que realizan los colaboradores de esta empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	Por la gran oferta inmediata.
3. ¿Cree Ud. que la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	

Validado por:
pagina

Apellidos y Nombres	Firma
Gaetano Guevara	
Fecha	
21 Mayo 2014	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (Productividad)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Autor del instrumento	Shirley Stefani Grande Tello					
Variable 2:	dependiente					
Población:	Trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Dimensión / Indicador	Items	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Esfuerzo						
Indicador 1: Atención	1. ¿Considera Ud. que la empresa recompensa adecuadamente su esfuerzo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	3. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su bienestar? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 2: Esfuerzo físico	1. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por el esfuerzo físico que realiza en su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Cree Ud. que se le brinda un ambiente de trabajo cómodo para laborar? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo	4	4	4	4	

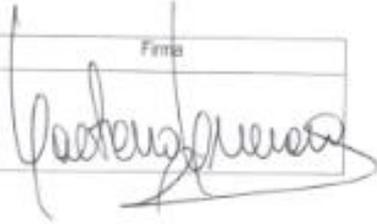
	5) Totalmente de acuerdo				
	3. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su salud? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
Indicador 2: Tensión del trabajo	1. ¿Considera Ud. que existe fatiga laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	2. ¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	3. ¿Considera Ud. que sus jefes inmediatos o superiores buscan resolver las situaciones de tensión de manera adecuada? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
D2 Capacidad					
Indicador 1: Autonomía del trabajo	1. ¿Considera que las actividades de trabajo son apoyadas por otras áreas? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	2. ¿Considera que se le motiva en su creatividad en el desempeño del puesto? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	3. ¿Considera Ud. que se le permite implantar nuevas técnicas o métodos para mejorar su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4

	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					
Indicador 2: Conocimientos	1. ¿Considera que la empresa se preocupa en que aumente su knowhow? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Considera Ud. que la empresa le ha brindado información completa respecto a la información concerniente con su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	3. ¿Considera que la empresa le ofrece un conocimiento completo respecto a las técnicas que debe manejar en su actividad laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 3: Formación	1. ¿Considera Ud. que se promueve la impartición de cursos de capacitación? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan le ha ayudado en su carrera profesional? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	3. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su crecimiento profesional? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	

D3 Responsabilidad					
Indicador 1: Por relaciones	1. ¿Cree usted que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	2. ¿Considera Ud. que se brinda importancia a las interacciones entre empleados?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	3. ¿La empresa motiva a trabajar con responsabilidad social?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
Indicador 2: Por resultados	1. ¿Considera que reconoce la empresa su desempeño laboral?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	2. ¿Considera Ud. que la empresa le da oportunidades de ascender?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
	3. ¿Considera Ud. que existe equidad y justicia en los beneficios que le ofrece la empresa?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
Indicador 3: Por supervisión	1. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los colaboradores?	4	4	4	4
	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente				

4) Acuerdo					
5) Totalmente de acuerdo					
2. ¿Considera Ud. existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores?	4	4	4	4	
1) Totalmente en desacuerdo					
2) En desacuerdo					
3) Indiferente					
4) Acuerdo					
5) Totalmente de acuerdo					
3. ¿Existe una adecuada asignación de las tareas y coordinación de ellas en su empresa?	4	4	4	4	
1) Totalmente en desacuerdo					
2) En desacuerdo					
3) Indiferente					
4) Acuerdo					
5) Totalmente de acuerdo					

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Gaevara Gaetano	
Fecha:	
21 Mayo 2019	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo () [Docente USMP]			
Apellidos y nombres:	Guevara Bergna Gaetano César			
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()			
Profesión:	Oficial de Marina			
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro <input checked="" type="checkbox"/> Doctor ()			
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más <input checked="" type="checkbox"/>			
Solamente para validadores externos				
Organización donde labora:				
Cargo actual:				
Área de especialización				
N° telefónico de contacto				
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:			
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()			



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; el grado de licenciado solamente es válido para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Endomarketing)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Autor del Instrumento	Shirley Starani Grande Tello					
Variable 1:	Independiente					
Población:	Trabajadores de la empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Dimensión / Indicador	Items	Buficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Integración						
Indicador 1: Nivel de fidelización	1. ¿Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Se siente Ud. comprometido con los objetivos de la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	3. ¿Se siente Ud. identificado con la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 2: Nivel de cooperación	1. ¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Se siente parte de un equipo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	

	<p>3. ¿Considera Ud. que las actividades que realiza están en función con el puesto que ocupa?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	4	4	4
Indicador 3: Nivel de tolerancia	<p>1. ¿Considera Ud. que existe una buena relación con su jefe inmediato y superiores?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	4	4	4
	<p>2. ¿Considera Ud. que existe un adecuado clima laboral?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	4	4	4
	<p>3. ¿Cree Ud. que se le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	4	4	4
D2 Comunicación					
Indicador 1: Empatía	<p>1. ¿Cree Ud. que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la empresa?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	4	4	4
	<p>2. ¿Considera Ud. que existe confiabilidad y cumplimiento de expectativas entre los trabajadores?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	4	4	4
	<p>3. ¿Considera Ud. que existe confianza sobre las capacidades de los demás integrantes del equipo?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo</p>	4	4	4	4

	5) Totalmente de acuerdo						
Indicador 2: Comunicación efectiva	<p>1. ¿Considera Ud. que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurriendo en la empresa?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	9	9	9	9		
	<p>2. ¿Cree Ud. que tiene la oportunidad de expresar sus necesidades?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	9	9	9	9		
	<p>3. ¿Considera Ud. la empresa lo mantiene informado acerca de los incentivos monetarios y no monetarios?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	9	9	9	9		
Indicador 3: Escucha activa	<p>1. ¿Considera Ud. que la empresa toma en cuenta sus opiniones o intereses personales?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	9	9	9	9		
	<p>2. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (horizontal) con sus compañeros?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	4	4	4		
	<p>3. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	9	9	9	9		
D3 Motivación							

Indicador 1: Nivel del desempeño laboral	1. ¿Cree Ud. que recibe una retroalimentación del desempeño que viene teniendo en su empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Usted Tiene claro sobre los indicadores desempeño de su organización? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	3. ¿Considera Ud. que la organización se preocupa por su desempeño laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 2: Nivel de compromiso y errores cometidos	1. ¿Considera Ud. que se maneja una adecuada política respecto a las sanciones en caso de errores del trabajador? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					no se
	2. ¿Considera Ud. que se corrige sus errores de manera adecuada y con un aprendizaje continuo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					no se
	3. ¿Considera Ud. que el soporte brindado por su organización influye en su compromiso? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					no se
Indicador 3: Nivel de reconocimientos	1. ¿Cree Ud. que una empresa deba reconocer el esfuerzo de sus colaboradores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo	4	4	7	4	

3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					
2. ¿Considera Ud. que se reconoce el trabajo que realiza los colaboradores de esta empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
3. ¿Cree Ud. que la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	

Validado por:
pagina

Apellidos y Nombres	Firma
Pichling Lizare, Alexandre	
Fecha: 22/05/2019	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (Productividad)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A					
Autor del instrumento	Shirley Stefani Grande Tello					
Variable 2	dependiente					
Población:	Trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Esfuerzo						
Indicador 1: Atención	1. ¿Considera Ud. que la empresa recompensa adecuadamente su esfuerzo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	2. ¿Considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
	3. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su bienestar? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 2: Esfuerzo físico	1. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por el <u>esfuerzo físico</u> que realiza en su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					<i>mas</i>
	2. ¿Cree Ud. que se le brinda un ambiente de trabajo cómodo para laborar? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo					<i>mas</i>

	5) Totalmente de acuerdo				
	3. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su salud? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
Indicador 3: Tensión del trabajo	1. ¿Considera Ud. que existe fatiga laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				nisiw
	2. ¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	3. ¿Considera Ud. que sus jefes inmediatos o superiores buscan resolver las situaciones de tensión de manera adecuada? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
D2 Capacidad					
Indicador 1: Autonomía del trabajo	1. ¿Considera que las actividades de trabajo son apoyadas por otras áreas? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4
	2. ¿Considera que se le motiva en su creatividad en el desempeño del puesto? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	1	1	1	1
	3. ¿Considera Ud. que se le permite implantar nuevas técnicas o métodos para mejorar su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4

		1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					
Indicador Conocimientos	2.	1. ¿Considera que se la empresa se preocupa en que aumente su knowhow? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
		2. ¿Considera Ud. que la empresa le ha brindado información completa respecto a la información concerniente con su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
		3. ¿Considera que la empresa le ofrece un conocimiento completo respecto a las técnicas que debe manejar en su actividad laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 3: Formación		1. ¿Considera Ud. que se promueve la impartición de cursos de capacitación? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
		2. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan le ha ayudado en su carrera profesional? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
		3. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su crecimiento profesional? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	

D3 Responsabilidad							
Indicador 1: Por relaciones	1.	1. ¿Cree usted que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	<u>Recomendación</u>
		2. ¿Considera Ud. que se brinda importancia a las interacciones entre empleados? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
		3. ¿La empresa motiva a trabajar con responsabilidad social? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	2	4	
Indicador 2: Por resultados	2.	1. ¿Considera que reconoce la empresa su desempeño laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
		2. ¿Considera Ud. que la empresa le da oportunidades de ascender? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
		3. ¿Considera Ud. que existe equidad y justicia en los beneficios que le ofrece la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	4	4	4	
Indicador 3: Por supervisión	3.	1. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los colaboradores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente	4	4	4	4	

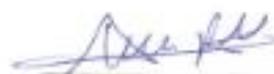
4) Acuerdo					
5) Totalmente de acuerdo					
2. ¿Considera Ud. existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores?	4	7	4	4	
1) Totalmente en desacuerdo					
2) En desacuerdo					
3) Indiferente					
4) Acuerdo					
5) Totalmente de acuerdo					
3. ¿Existe una adecuada asignación de las tareas y coordinación de ellas en su empresa?	4	7	4	4	
1) Totalmente en desacuerdo					
2) En desacuerdo					
3) Indiferente					
4) Acuerdo					
5) Totalmente de acuerdo					

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Alexandra Patricia Miquen	
Fecha	
22/05/2019	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	Pichling Inga, Alexandre
Sexo:	Hombre () Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	docente, comunicador
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más ()
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; el grado de licenciado solamente es válido para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Endomarketing)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Autor del instrumento:	Shirley Stefani Grande Tello					
Variable 1:	Independiente					
Población:	Trabajadores de la empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Integración						
Indicador 1: Nivel de satisfacción	1. ¿Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Se siente Ud. comprometido con los objetivos de la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	3. ¿Se siente Ud. identificado con la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	4	
Indicador 2: Nivel de cooperación	1. ¿Se siente participe de los éxitos y fracasos de su área? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Se siente parte de un equipo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	

	<p>3. ¿Considera Ud. que las actividades que realiza están en función con el puesto que ocupa?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	3	3	3
Indicador 3: Nivel de tolerancia	<p>1. ¿Considera Ud. que existe una buena relación con su jefe inmediato y superiores?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	3	3	3
	<p>2. ¿Considera Ud. que existe un adecuado clima laboral?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	3	3	3
	<p>3. ¿Cree Ud. que se le brinda la oportunidad de expresar sus opiniones?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	3	3	3
	D2 Comunicación				
Indicador 1: Empatía	<p>1. ¿Cree Ud. que sus jefes comprenden el rol que cumplen en la empresa?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	3	3	3
	<p>2. ¿Considera Ud. que existe confiabilidad y cumplimiento de expectativas entre los trabajadores?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo</p>	4	3	3	3
	<p>3. ¿Considera Ud. que existe confianza sobre las capacidades de los demás integrantes del equipo?</p> <p>1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo</p>	4	3	3	3

	5) Totalmente de acuerdo					
Indicador 2: Comunicación efectiva	1. ¿Considera Ud. que existe una comunicación eficaz respecto a los cambios que van ocurrir en la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Cree Ud. que tiene la oportunidad de expresar sus necesidades? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	3. ¿Considera Ud. la empresa lo mantiene informado acerca de los incentivos monetarios y no monetarios? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
Indicador 3: Escucha activa	1. ¿Considera Ud. que la empresa toma en cuenta sus opiniones o intereses personales? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (horizontal) con sus compañeros? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	3. ¿Maneja un nivel óptimo de comunicación (vertical) con sus jefes inmediatos o superiores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
D3 Motivación						

Indicador 1: Nivel del desempeño laboral	1. ¿Cree Ud. que recibe una retroalimentación del desempeño que viene teniendo en su empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Usted. Tiene claro sobre los indicadores desempeño de su organización? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	3. ¿Considera Ud. que la organización se preocupa por su desempeño laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
Indicador 2: Nivel de compromiso y errores cometidos	1. ¿Considera Ud. que se maneja una adecuada política respecto a las sanciones en caso de errores del trabajador? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Considera Ud. que se corrige sus errores de manera adecuada y con un aprendizaje continuo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	3. ¿Considera Ud. que el soporte brindado por su organización influye en su compromiso? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
Indicador 3: Nivel de reconocimientos	1. ¿Cree Ud. que una empresa deba reconocer el esfuerzo de sus colaboradores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo	4	3	3	3	

3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo					
2. ¿Considera Ud. que se reconoce el trabajo que realiza los colaboradores de esta empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
3. ¿Cree Ud. que la empresa brinda incentivos y beneficios de forma transparente? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	

Validado por:
pagina

Apellidos y Nombres	Firma
MAG. PAUL GARCÍA CHARBONNAN	
Fecha	
21-05-2019	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (Productividad)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario dirigido a los trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Autor del instrumento	Shirley Stefani Grande Tello					
Variable 2:	dependiente					
Población:	Trabajadores de la Empresa Tigre Perú - Tubos y Conexiones S.A.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Esfuerzo						
Indicador 1: Atención	1. ¿Considera Ud. que la empresa recompensa adecuadamente su esfuerzo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Considera que la empresa le brinda apoyo en el desempeño de su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	3. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa por su bienestar? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
Indicador 2: Esfuerzo físico	1. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por el esfuerzo físico que realiza en su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3	
	2. ¿Cree Ud. que se le brinda un ambiente de trabajo cómodo para laborar? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo	4	3	3	3	

	5) Totalmente de acuerdo				
	3. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su salud? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
Indicador 3: Tensión del trabajo	1. ¿Considera Ud. que exista fatiga laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	2. ¿Considera Ud. que se maneja los conflictos internos de una manera adecuada en su empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	3. ¿Considera Ud. que sus jefes inmediatos o superiores buscan resolver las situaciones de tensión de manera adecuada? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
D2 Capacidad					
Indicador 1: Autonomía del trabajo	1. ¿Considera que las actividades de trabajo son apoyadas por otras áreas? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	2. ¿Considera que se le motiva en su creatividad en el desempeño del puesto? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	3. ¿Considera Ud. que se le permite implantar nuevas técnicas o métodos para mejorar su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3

	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
Indicador 2: Conocimientos	1. ¿Considera que se le preocupa en que aumente su knowhow? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	2. ¿Considera Ud. que la empresa le ha brindado información completa respecto a la información concierne con su trabajo? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	3. ¿Considera que la empresa le ofrece un conocimiento completo respecto a las técnicas que debe manejar en su actividad laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
Indicador 3: Formación	1. ¿Considera Ud. que se promueve la impartición de cursos de capacitación? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	2. ¿Considera que las capacitaciones que le brindan le ha ayudado en su carrera profesional? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	3. ¿Cree Ud. que la empresa se preocupa por su crecimiento profesional? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3

D3 Responsabilidad					
Indicador 1: Por relaciones	1. ¿Cree usted que recomendaría a un amigo o familiar ingresar a trabajar en esta empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	2. ¿Considera Ud. que se brinda importancia a las interacciones entre empleados? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	3. ¿La empresa motiva a trabajar con responsabilidad social? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
Indicador 2: Por resultados	1. ¿Considera que reconoce la empresa su desempeño laboral? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	2. ¿Considera Ud. que la empresa le da oportunidades de ascender? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
	3. ¿Considera Ud. que existe equidad y justicia en los beneficios que le ofrece la empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
Indicador 3: Por supervisión	1. ¿Considera Ud. que la empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los colaboradores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente	3	3	3	

4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo				
2. ¿Considera Ud. existe un adecuado trato en las supervisiones de sus jefes inmediatos o superiores? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3
3. ¿Existe una adecuada asignación de las tareas y coordinación de ellas en su empresa? 1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indiferente 4) Acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	4	3	3	3

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
MAG. PAUL GABRIEL CHARBONNEAU	
Fecha: 21-05-2019	

Validado por:

Tipo de validador:	Interno <input checked="" type="checkbox"/> Externo () [Docente USMP]	
Apellidos y nombres:	GARCIA CHARBONNEAU PAUL	
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()	
Profesión:	LICENCIADO EN CIENCIAS MARITIMAS	
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro <input checked="" type="checkbox"/> Doctor ()	
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más <input checked="" type="checkbox"/>	
Solamente para validadores externos		
Organización donde labora:	/	
Cargo actual:		
Área de especialización		
N° telefónico de contacto		
Correo electrónico de contacto		Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo		Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto

¹ Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; el grado de licenciado solamente es válido para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno.