

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**El marketing interno en los colaboradores de la empresa
metalmecánica Espiasa**

Trabajo de investigación para obtener el Grado Académico
de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Joan Mishel Flores Huanachea
Giosselin Milagros Moran Aliaga

Asesor:

Mg Ricardo Elias Jarama Soto

Lima, Julio 2020

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Ricardo Elías Jarama Soto, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “**EL MARKETING INTERNO EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA METAL MECANICA ESPIASA**” constituye la memoria que presenta el (la) estudiante Joan Mishel Flores Huanachea y Giosselin Milagros Moran Aliaga para aspirar al Grado Académico de Bachiller en Administración y negocios Internacionales, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 22 días del mes de diciembre del año 2020



Mg Ricardo Elías Jarama Soto

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a 21 días.... días del mes de.....julio.....del año 2020.... siendo las 14:30 horas, se reunieron en la Sala Virtual Zoom, de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del jurado: ... Mg. Karina Elizabeth Paredes Abanto..., el secretario:Mtro. David Junior Elias Aguilar Panduro y el miembro: Mg. Ricardo Elias Jarama Soto y el asesor..... con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de investigación titulado:

.....: "El marketing interno en los colaboradores de la empresa metal mecánica Espiasa S.A.C"de los estudiantes: a)... Flores Huanachea, Joan Mishel....b) Moran Aliaga, Giosselin Milagros.... conducente a la obtención del grado académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales..... con-mención-en..... El Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el (la) / (los) (las) candidato (a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado. Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Flores Huanachea, Joan Mishel.....

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy bueno

Candidato (b): Moran Aliaga, Giosselin Milagros.....

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy bueno

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó a los (las) / (al) (a la) candidato (a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente



Secretario

Asesor

Miembro

Miembro

Candidato/a (a)

Candidato/a (b)

INDICE

Resumen.....	5
1. Introducción.....	6
2. Revisión de la Literatura.....	7
2.1. Marketing interno.....	7
2.1.1. Desarrollo.....	8
2.1.2. Contratación y retención.....	8
2.1.3. Adecuación al trabajo.....	9
2.1.4. Comunicación interna.....	9
3. Método.....	9
3.1. Diseño metodológico.....	9
3.2. Muestra población.....	9
3.3. Procedimiento de la recolección de datos.....	9
4. Resultados.....	10
Discusión.....	13
Referencias.....	16

El marketing interno en los colaboradores de la Empresa Metalmecánica Espiasa

Internal marketing in the collaborators of the Metalmecanica Espiasa Company

Joan Mishel Flores Huanachea ^{a 1}, Giosselin Milagros Moran Aliaga ^b

^a*Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Carretera Central Km 19.5 Lurigancho, Lima, Perú*

^b*Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión, Carretera Central Km 19.5 Lurigancho, Lima, Perú*

Resumen

El objetivo de este trabajo es determinar el nivel de percepción del marketing interno de los trabajadores de la Empresa Metal Mecánica Espiasa. El estudio es de nivel descriptivo de diseño no experimental y de corte transversal. Para medir la percepción del marketing interno en una muestra de 100 colaboradores se utilizó el instrumento de Bohnenberger traducido por Zegarra (2014) que consta de las dimensiones: desarrollo, contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo, comunicación interna, con una consistencia interna aceptable de $\alpha = 0.72$ y un KMO de 0.75. Para obtener los resultados se aplicó estadística de medida central. Respecto a las características demográficas de los colaboradores, se encontró que la mayoría es de género masculino y tiene entre 30 y 40 años edad, así mismo la mayoría tiene de 11 años a más como experiencia laboral en la empresa con un nivel de formación de grado de bachiller. Tanto el marketing como sus dimensiones fueron percibidas en un nivel moderado esto implica que los colaboradores ven como necesario una actividad planificada que permite el conocimiento previo de los clientes, así como la selección y adecuación del personal, la correspondencia del puesto y el trabajador y la comunicación. Además, los colaboradores valoran, respecto a la dimensión desarrollo, la capacitación y la información del cliente antes de atenderlo; en la dimensión contratación y retención de empleados, aprecian que sus funciones son bien definidas, logrando reconocimiento de sus superiores; en cuanto a la adecuación al trabajo perciben que pueden solicitar cambio de funciones y la promoción de actividades que desarrollen sus habilidades, y por último en cuanto a la comunicación piensan que favorable conocer los resultados de su área de trabajo y los cambios con anticipación.

Palabras clave: Contratación y retención de los empleados; comunicación interna; adecuación al trabajo; desarrollo
