



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“EL ENDOMARKETING Y LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE EN EL SECTOR REATIL. UNA  
REVISIÓN SISTEMÁTICA CIENTÍFICA EN LOS  
ULTIMOS 18 AÑOS”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

**Bachiller en Administración y Gestión Comercial**

**Autor:**

William Edward Varela González

**Asesor:**

Dr. Jean Zapata Rojas

Trujillo - Perú

2018

### Tabla de contenido

<b>ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>3</b>
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b>	<b>21</b>
REFERENCIAS	34
ANEXOS	37

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tipo de artículo	Pg. 23
Tabla 2	Tipo de muestra	Pg. 23
Tabla 3	Tipo de análisis del artículo	Pg. 24
Tabla 4	Situación de resultados	Pg. 25
Tabla 5	Nombre de las investigaciones analizadas, autores y año de publicación.	Pg. 25
Tabla 6	Dimensiones del Endomarketing en el mundo empresarial.	Pg. 26

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Estrategias de Endomarketing	Pg. 19
----------	------------------------------	--------

## RESUMEN

Describir todo lo que se conoce sobre el endomarketing y la satisfacción del cliente interno en el sector retail, en una revisión de la literatura en los últimos 20 años, se realizó una revisión sistemática de la literatura científica, con base en adaptación de la metodología PRISMA. La recopilación de información primaria tuvo lugar en el periodo de agosto - diciembre del año 2018, teniendo en cuenta como criterios de inclusión (1) que los artículos sean estudios experimentales y que cuenten con una versión online, y (2) que su fecha de publicación sea a partir del año 2000 en español. La pregunta de investigación es: ¿Qué se conoce sobre el endomarketing y la satisfacción del cliente interno en el sector retail, en una revisión de la literatura en los últimos 20 años? Los instrumentos utilizados fueron las tablas en excel para clasificar los libros y papers de las distintas fuentes. Con la finalidad de iniciar el procedimiento de búsqueda de la unidad de análisis, se han empleado palabras claves como: estrategias, endomarketing, marketing interno, mercado retail. Al revisar el material bibliográfico disponible respecto al tema de estudio, se encuentra que: El Endomarketing influye positivamente en la calidad de servicio brindada al cliente por los trabajadores bien motivados. La procedencia de las diversas fuentes de investigación consultadas se encuentra ubicada entre Perú, Colombia, España, México. La mejora del clima Interno (Endomarketing) tiene repercusiones sobre una serie de resultados asociados a la respuesta de los clientes. Si los trabajadores se encuentran más satisfechos y motivados, más orientados hacia los clientes y hacia el servicio con una mayor capacitación y flexibilidad, comprometidos con los objetivos de la empresa.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.**

## Referencias

- Bervenotti, F. C. (2001). O Endomarketing: uma estratégia de mercado. *Augusto Guzzo Revista Acadêmica*, (3), 41–48.
- Birck, K. (2013). ENDOMARKETING : como diferencial competitivo. *Contribuciones a La Economía*, (2013-05), 14.
- Bohnenberger, M. C. (2005). *Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. Universitat de les Illes Balear.
- Brum, A. M. (2010). Endomarketing de A a Z. *1 Edição São Paulo*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Diniz, L. L., Souza, L. G. A. de, Conceição, L. R. da, Faustini, M. R., & Sarraceni, J. M. (2011). Endomarketing. *Revista Científica Do Unisalesiano*, 120–127.
- Fernandes, A. R., Ferreira, K. A. R., & Lebarcky, F. da V. (2011). Gestão da Diversidade e Endomarketing : Existe uma Relação? *Encontro Nacional Da ANPAD - EnANPAD*.
- Fuentes Jiménez, P. A. (2009). Operativa del marketing interno: propuesta de modelo de endomarketing. *Perspectivas*. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)
- Guzmán, N. U. (2013). Endomarketing una ventaja competitiva para las empresas colombianas. *Publicidad: Revista Latinoamericana de Publicidad*.
- Hauschild, R. E., & Nova, V. (2002). Endomarketing - Uma ferramenta a ser explorada para obter vantagens competitivas. *Read*.
- Hernández-Díaz, A., Calderon-Abreu, T., Amador-Dumois, M., & Córdova-Claudio, M.

(2017). Internal marketing and customer-contact employees' attitudinal outcomes.

*Academia Revista Latinoamericana de Administración.*

<https://doi.org/10.1108/ARLA-08-2015-0190>

López, M. del R., Solís, M. de los Á., & Aguirre, G. (2017). Estrategias de marketing interno para incrementar la motivación del cliente interno - PDF. *Revista Iberoamericana de Ciencias.*

PERALTA, E. O. (2017). La tendencia del Endomarketing: mercadeo interno. *La Raza.*

Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2013). *Endomárketing: estrategias de relación con el cliente interno. Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Ruiz de Alba-Robledo, J. L. (2013). El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época. Número.*

Ruizalba Robledo, J. L., Vallespín Arán, M., & Pérez-Aranda, J. (2015). Gestión del conocimiento y orientación al marketing interno en el desarrollo de ventajas competitivas en el sector hotelero. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa.* <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.03.001>

Silva, W. T. Da, OLIVEIRA, A. A., & AQUINO, M. D. C. (2016). O endomarketing como estratégia na gestão de pessoas: influências de clima e cultura nas organizações. *REVISTA E3*, 2(1), 24.

Souza Junior, A. M. de, Figueiredo Neto, L. F., Mendonça, P. S. M., & Lima Filho, D. de O. (2005). O endomarketing no Banco do Brasil: até que ponto a empresa acredita na



eficiência do seu marketing interno? In *XXV Encontro Nacional de Eng. de Produção*.

Urrú Tia, G., & Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis. *Med Clin (Barc)*, 135(11), 507–511. <https://doi.org/10.1016/j.medcli.2010.01.015>

Weirich, C. F., Munari, D. B., & Bezerra, A. L. Q. (2004). Endomarketing: ensaio sobre possibilidades de inovação na gestão em enfermagem. *Revista Brasileira de Enfermagem*. <https://doi.org/10.1590/S0034-71672004000600026>