

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración

“ENDOMARKETING Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS DE LIMA NORTE DURANTE EL PERIODO DE PANDEMIA 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Autoras:

Nicolý Sayury Alvares Lira
Katherine Meliza Rodriguez Rodriguez

Asesor:

Mg. José Antonio Coral Morante

Lima - Perú

2022

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. MÉTODO.....	20
CAPÍTULO III. RESULTADOS	24
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	49
REFERENCIAS	52
ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Alfa de Cronbach</i>	24
Tabla 2. <i>Frecuencias del ítem 1</i>	25
Tabla 3. <i>Frecuencias del ítem 2</i>	26
Tabla 4. <i>Frecuencias del ítem 3</i>	27
Tabla 5. <i>Frecuencias del ítem 4</i>	28
Tabla 6. <i>Frecuencias del ítem 5</i>	29
Tabla 7. <i>Frecuencias del ítem 6</i>	30
Tabla 8. <i>Frecuencias del ítem 7</i>	31
Tabla 9. <i>Frecuencias del ítem 8</i>	32
Tabla 10. <i>Frecuencias del ítem 9</i>	33
Tabla 11. <i>Frecuencias del ítem 10</i>	34
Tabla 12. <i>Frecuencias del ítem 11</i>	35
Tabla 13. <i>Frecuencias del ítem 12</i>	36
Tabla 14. <i>Frecuencias del ítem 13</i>	37
Tabla 15. <i>Frecuencias del ítem 14</i>	38
Tabla 16. <i>Frecuencias del ítem 15</i>	39
Tabla 17. <i>Frecuencias del ítem 16</i>	40
Tabla 18. <i>Frecuencias del ítem 17</i>	41
Tabla 19. <i>Frecuencias del ítem 18</i>	42
Tabla 20. <i>Frecuencias del ítem 19</i>	43
Tabla 22. <i>Prueba de Kolgomorov-Smirnov</i>	44
Tabla 23. <i>Contrastación de hipótesis general</i>	45
Tabla 15. <i>Contrastacion de hipotsis especifica N° 1</i>	46
Tabla 16. <i>Contrastación de hipótesis especifica N° 2</i>	47
Tabla 17. <i>Contrastación de hipótesis especifica N° 3</i>	48

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Porcentaje del ítem 1	25
<i>Figura 2.</i> Porcentaje del ítem 2.....	26
<i>Figura 3.</i> Porcentaje del ítem 3.....	27
<i>Figura 4.</i> Porcentaje del ítem 4.....	28
<i>Figura 5.</i> Porcentaje del ítem 5.....	29
<i>Figura 6.</i> Porcentaje del ítem 6.....	30
<i>Figura 7.</i> Porcentaje del ítem 7.....	31
<i>Figura 8.</i> Porcentaje del ítem 8.....	32
<i>Figura 9.</i> Porcentaje del ítem 9.....	33
<i>Figura 10.</i> Porcentaje del ítem 10	34
<i>Figura 11.</i> Porcentaje del ítem 11	35
<i>Figura 12.</i> Porcentaje del ítem 12	36
<i>Figura 13.</i> Porcentaje del ítem 13	37
<i>Figura 14.</i> Porcentaje del ítem 14.....	38
<i>Figura 15.</i> Porcentaje del ítem 15	39
<i>Figura 16.</i> Porcentaje del ítem 16	40
<i>Figura 17.</i> Porcentaje del ítem 17	41
<i>Figura 18.</i> Porcentaje del ítem 18	42
<i>Figura 19.</i> Porcentaje del ítem 19	43

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre el Endomarketing y compromiso organizacional en las empresas de Lima Norte durante el periodo de Pandemia 2022. Para ello se desarrolló abajo una metodología de tipo No experimental, con alcance descriptivo correlacional y un enfoque cuantitativo, en la cual se desarrolló como instrumento el cuestionario y la técnica la encuesta conformado por 19 preguntas aplicadas a una muestra de 384 trabajadores de las empresas de Lima Norte. El estudio determinó que existe relación significativa, dado a un coeficiente de correlación de $Rho = 0.602$ y un nivel de significancia 0.00 menor a 0.005 lo cual indica una correlación positiva moderada, determinando así que existe relación entre el Endomarketing y el compromiso organizacional, así mismo, la dimensión que tiene mayor relación es las condiciones laborales, esto por un coeficiente de 0.559, lo cual indica que a mayor condiciones laborales eficientes mayor será el compromiso organizacional.

Palabras clave: Desarrollo, pandemia, Endomarketing, compromiso

NOTA DE ACCESO

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

REFERENCIAS

- Araque, D. L., Sánchez, J. M., & Uribe R.. (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 95–101. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.005>
- Armijos, F., Bermudez, A. y Mora, N. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(4) 163-170. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n4/2218-3620-rus-11-04-163.pdf>
- Banco Mundial. (17 de 02 de 2021). *Banco Mundial*. Obtenido de Cómo la COVID-19 (coronavirus) afecta a las empresas en todo el mundo: <https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2021/02/17/how-covid-19is-affecting-companies-around-the-world>
- Baez, R., Zayas, P. M., Velázquez, R., & Lao, Y. (2019). Modelo conceptual del compromiso organizacional en empresas cubanas Conceptual model of organizational commitment in Cuban. *Ingeniería Industrial*, XL(1), 14–23. http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/cpi-ch/manual_de_capacitacion.__tomo_ii.pdf
- Hernández, S., Baptista, P. y Fernández, C. (2010) *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Buelvas, L. M. Í., Oviedo-Trespalacios, O., & Amaya, C. L. (2013). Condiciones de trabajo que impactan en la vida laboral. *Salud Uninorte*, 29(3), 542–560. <http://www.scielo.org.co/pdf/sun/v29n3/v29n3a06.pdf>
- Calderón Mafud, J., Laca Arocena, F., Pedroza Cabrera, F., & Pando Moreno, M. (2015). Efecto De La Socialización Organizacional Sobre El Compromiso Organizacional En Trabajadores Mexicanos. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 18(3), 1011–1034. <https://doi.org/10.17081/psico.18.34.503>
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima Segunda Reimpresión

- Cardona, A., Henriquez, F., Rada, J., Martinez, J., & Bonnett, M. (2017). Endomárketing: Estrategia de innovación en las organizaciones el siglo XXI. *Espacios*, 38(57).
- Cleber, C., & Seide, L. (2017). ADMINISTRAÇÃO IMED Afinal , o que é Endomarketing ? Estudo das Estratégias de Endomarketing de uma Universidade Comunitária do Rio Grande do Sul What is Internal Marketing ? Study of Internal Marketing Strategies of a Community University of Rio Grande do. *Administración IMED*, 7(1), 114–136. <https://doi.org/doi.org/10.18256/2237-7956/raimed.v7n1p114-136>
- Cortina, E. (2016). El rol mediador del Compromiso Organizacional entre la Satisfacción Laboral y la Intención de Permanencia en el sector de Contact Centers. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 33(2), 94–107. <https://doi.org/10.21772/ripo.v33n2a02>
- Dávila de León, C., & Jiménez García, G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar TT - Sense of belonging and organizational commitment: prediction of well-being. *Revista de Psicología (PUCP)*, 32(2), 271–302. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92472014000200004&lang=es%0Ahttp://www.scielo.org.pe/pdf/psico/v32n2/a04v32n2.pdf
- Didier, N., Pérez, C., & Valdenegro, D. (2014). Capacitación y capital humano: análisis de las últimas dos décadas. *Revista de Psicología*, 22(2), 87–99. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2013.30856>
- Delgado, H., & Medina, I. (01 de 05 de 2018). *Trome*. Obtenido de Más de un 30% de peruanos no está contento con sus actividades y compañeros de trabajo: <https://trome.pe/actualidad/30-peruanos-contento-actividades-companeros-clima-laboral-82222>
- Deloitte. (2018). *Gestión de RRHH en América Latina Compensaciones salariales, perfiles y retos*. Quito, Ecuador: Consulting
- Freyre, E. (22 de 11 de 2021). *Mayor compromiso de los trabajadores: el reto del 2022*. Obtenido de Vinatea & Toyama:

<https://www.vinateatoyama.com/blog/actualidad/mayor-compromiso-de-los-trabajadores-el-reto-del-2022/>

Faría, M., Salazar, C., & Castellano, M. (2017). Endomarketing: Strategy for social responsibility revitalizing the university sector | Endomarketing: Estrategia dinamizadora para la responsabilidad social del sector universitario. *Espacios*, 38(1). <https://doi.org/10.1145/1067268.1067348>

Flores, R. (2008). Factores que originan la rotación de personal en las empresas mexicanas. *International Journal of Good Conscience*, 3(1), 65–99. <https://doi.org/10.5121/ijdkp.2015.5205>

Fonseca Herrera, J. M. G., Cruz Torres, C. E., & Chacón Gutiérrez, L. (2019). Validación del instrumento de compromiso organizacional en México: evidencias de validez de constructo, criterio y confiabilidad. *Revista de Psicología*, 37(1), 7–29. <https://doi.org/10.18800/psico.201901.001>

Gavidia, D. (22 de 02 de 2021). *Pese a la pandemia, Perú es uno de los países con mayor rotación laboral*. Obtenido de Sudaca: <https://sudaca.pe/noticia/emprende/pese-a-la-pandemia-peru-es-uno-de-los-paises-con-mayor-rotacion-laboral/>

García, E., Barros, A., & Valle, A. (2018). Endomarketing desde el paradigma de la sostenibilidad organizacional. *Desarrollo Gerencial*, 10(2), 65–82. <https://doi.org/10.17081/dege.10.2.3219>

Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La Relación Entre Los Estilos De Liderazgo, La Satisfacción Laboral Y Su Efecto En El Compromiso Organizacional. *INNOVA Research Journal*, 1(10), 134–144. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n10.2016.106>

Heredia, M. (2019). *Diseño de un plan de Endomarketing en la empresa Ernst&Young del Ecuador en el año 2019*. (Tesis de Maestría) Pontificia Universidad Católica del Ecuador. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37815/salavdor_ll.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R., Fuster, F., & Maldonado, H. (2019). Marketing interno y compromiso organizacional de centros de entretenimiento del Perú. *Revista Psicol*, 9(2), 55-67. <https://revistas.ucsp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/514/372>.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (09 de 01 de 2020). *¿En qué cono de Lima Metropolitana se gana más?* Obtenido de RPP Noticias: <https://rpp.pe/economia/economia/en-que-cono-de-lima-metropolitana-se-gana-mas-noticia-1238598?ref=rpp>

Komm, A., Pollner, F., & Schaninge, B. (12 de 03 de 2021). *El nuevo posible: cómo Recursos Humanos puede ayudar a construir la organización del futuro*. Obtenido de McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights/the-new-possible-how-hr-can-help-build-the-organization-of-the-future/es-ES>

Louffat, E. (24 de 02 de 2021). *¿Qué desafíos enfrenta el área de Recursos Humanos con la prolongación del teletrabajo?* Obtenido de Conexión ESAN: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2021/02/24/que-desafios-enfrenta-el-area-de-recursos-humanos-con-la-prolongacion-del-teletrabajo/>

Marchiori, M. (2011). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. *Ciencias de La Información*, 42(2), 49–54. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181422294008%0ACómo>

Palomino, D. (2018). *Relación entre el Marketing interno y el compromiso organizacional e el Call Center IBR Perú 2018*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Esan. Perú. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1490/2018_ADYDE_18-2_06_TI.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Pantaleón, I. (04 de 10 de 2020). *Así es el reto de las empresas durante la pandemia del Covid-19*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/negocios-coronavirus-retos-latam-pandemia/>

Quiroz, L. (2017). *Marketing Interno y Compromiso Organizacional en el Personal Administrativo de la Universidad Privada –Lima, 2016*. (Tesis de Maestría) Escuela de Posgrado Cesar Vallejo. Perú.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22034/Quiroz_LLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Rosario, E., & Rovira, L. (2016). Usando el modelo de ecuaciones estructurales review of the psychometric properties and internal structure of the. *Revista Puertorriqueña de Psicología*, 27(1), 166–182.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5891719>

Ruizalba Robledo, J. L. (University of W. L. (2013). El Compromiso Organizacional : Un Valor Personal Y Empresarial En El Marketing Interno Organizational Commitment : a Personal and Business Value in the Internal. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 1, 67–86.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5089649.pdf>

Salvador, L. (2019). *Marketing Interno y Compromiso Organizacional* de la Empresa Pacifico Trujillo SAC. Trujillo-2019. (Tesis de Maestría) Escuela de Posgrado Cesar Vallejo. Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37815/salavdor_ll.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sanchez Cruz, C., & Jiménez Iglesias, E. R. (2015). Procedimiento para la capacitación y desarrollo del capital humano. *Ventana Informática*, 33, 73–89.
http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/cpi-ch/manual_de_capacitacion.__tomo_ii.pdf

Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral. (03 de 11 de 2021). *Más de 348 mil trabajadores de Lima Norte contarán con servicios de inspección de la SUNAFIL*. Obtenido de Gobierno del Perú:
<https://www.gob.pe/institucion/sunafil/noticias/551514-mas-de-348-mil-trabajadores-de-lima-norte-contaran-con-servicios-de-inspeccion-de-la-sunafil>

Villa, L. (2018). Endomarketing : a tool for integration of internal customer with the organizational strategy Resumen. *Hojas y Hablas*, 15, 143–156.
<https://doi.org/10.29151/hojasyhablasn.15a9>

Weller, J. (2020). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. (Informe de CEPAL) Naciones Unidas CEPAL.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387_es.pdf

Zárate, L. y Sánchez, E. (2021). Incertidumbre en la gestión de capital humano ante la contingencia covid-19 en la industria automotriz del estado de Guanajuato, México. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo Educativo*, 12(22), 1–23. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v11n22/2007-7467-ride-11-22-e053.pdf>