



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN
ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO - 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

PALOMINO ESPINOZA DAVID

ASESOR:

Mgtr. CASMA ZÁRATE, CARLOS ANTONIO

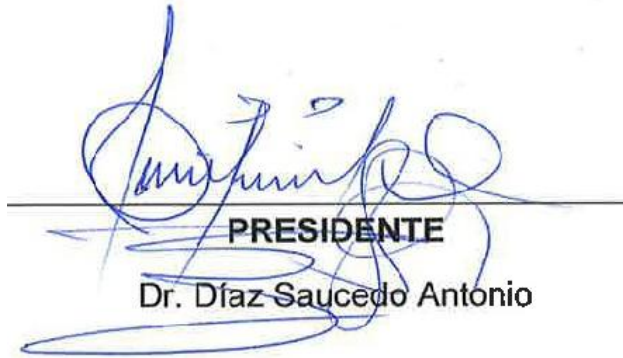
LÍNEA DE INVESTIGACION:

MÁRKETING

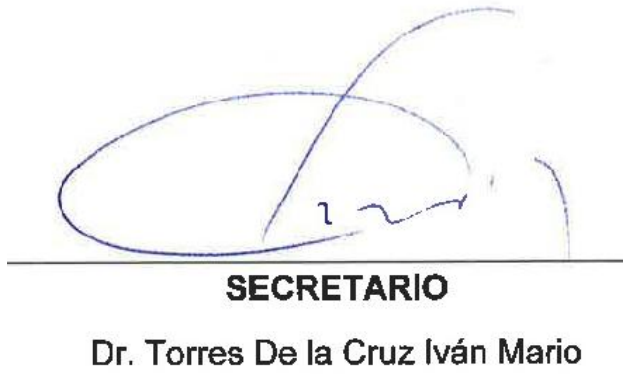
LIMA-PERÚ

2018

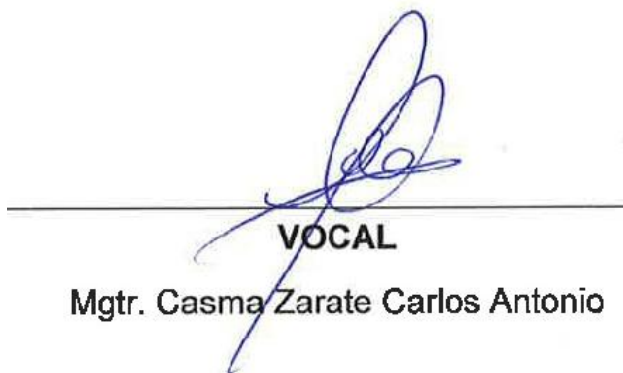
PAGINA DEL JURADO



PRESIDENTE
Dr. Díaz-Saucedo Antonio



SECRETARIO
Dr. Torres De la Cruz Iván Mario



VOCAL
Mgtr. Casma Zarate Carlos Antonio

DEDICATORIA

A Dios por estar siempre en cada momento de mi vida y permitido haber llegado con salud para cumplir uno de mis sueños el de ser profesional y una persona de bien para la sociedad. A mis padres por apoyarme en cada decisión, inculcarme valores y ser fuente de inspiración para dar lo mejor de mí, A mi María por estar siempre en los momentos más difíciles de mi vida y darme su amor y apoyo

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme vida y salud cada día. A la universidad Cesar Vallejo por dar la oportunidad de estudiar a jóvenes y adultos que trabajan esforzándose cada día para obtener un futuro mejor. A mi asesor de tesis Mg. Carlos Antonio Casma Zarate por su asesoría y apoyo brindado en el término de mi proyecto de tesis y sus sabios consejos que ayudaron a no darme por vencido y seguir adelante en los dos últimos ciclos de mi carrera.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo David Palomino Espinoza con DNI N° 43767975, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 8 de abril del 2018



Palomino Espinoza David

43767975

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “El Endomarketing y su relación con la Gestión Administrativa de los trabajadores de la empresa Lamsac, Surco 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y esperando que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Así mismo, agradezco a los docentes de Universidad Privada César Vallejo sede norte, por todas sus enseñanzas en estos 5 años y a las personas que de alguna manera han contribuido en el presente trabajo de investigación.

Palomino Espinoza David

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene objetivo principal en determinar la relación entre el Endomarketing con la Gestión Administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018. Para el respectivo análisis se utilizó el diseño descriptivo correlacional, con una muestra de 60 trabajadores de diversas áreas a quienes se aplicó como instrumento de evaluación el cuestionario de endomarketing. Estos instrumentos fueron sometidos a juicio de expertos dando como resultado pruebas válidas y confiables. Los resultados indicaron que existe correlación entre las variables con un valor de 0.889%, lo cual indica una correlación positiva considerable entre el endomarketing y la gestión administrativa en la muestra que fue dirigida a los empleados de la empresa y procesados mediante el programa estadístico SPSS 24 mostrados en las tablas de frecuencia y gráficos facilitando su comprensión. Por consiguiente se dio a conocer con los resultados obtenidos que si existe una correlación significativa entre estas variables Endomarketing y Gestión Administrativa.

Palabras clave: Endomarketing y Gestión Administrativa

ABSTRACT

The present research work has main objective in determining the relationship between Endomarketing with the Administrative Management of the company Lamsac, Surco - 2018. For the respective analysis, the correlational descriptive design was used, with a sample of 60 workers from different areas to whom the endomarketing questionnaire was applied as an evaluation instrument. These instruments were submitted to expert judgment resulting in valid and reliable tests. The results indicated that there is a correlation between the variables with a value of 0.889%, which indicates a considerable positive correlation between the endomarketing and the administrative management in the sample that was addressed to the employees of the company and processed by the statistical program SPSS 24 shown in the frequency tables and graphics facilitating their understanding. Therefore it was announced with the results obtained that there is a significant correlation between these variables Endomarketing and Administrative Management.

Keywords: Endomarketing and Administrative Management

ÍNDICE

Pág.

GENERALIDADES

Titulo

Autor

Asesor

Tipo de investigación

Línea de investigación

Localidad

Duración de la investigación

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática 13

1.2 Trabajos previos 15

1.3 Teorías relacionadas al tema 21

1.4 Formulación del problema 22

1.4.1 Problema General 22

1.4.1 Problema Específicos 22

1.5 Justificación del estudio 23

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General 24

1.6.2 Objetivos Específicos 24

1.7 Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General 24

1.7.2 Hipótesis Específicas 24

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación 25

2.2 Variables, Operacionalización 25

2.3 Población y Muestra 26

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos 27

2.4.1. Validez y confiabilidad 28

| | | |
|-----------------|---|----|
| 2.5 | Métodos de análisis de datos | 30 |
| 2.6 | Aspectos éticos | 30 |
| III. RESULTADOS | | |
| 3.1 | Resultados de la variable endomarketing | 31 |
| 3.2 | Resultados de la variable gestión administrativa | 35 |
| 3.3 | Prueba de Hipótesis | 39 |
| IV. | DISCUSIÓN | 44 |
| V. | CONCLUSIÓN | 48 |
| VI. | RECOMENDACIONES | 49 |
| VII. | REFERENCIAS | 50 |
| VIII. ANEXOS | | |
| Anexo 1 | Matriz de consistencia | 53 |
| Anexo 2 | Cuestionario | 54 |
| Anexo 3 | Matrices de Validación para la obtención de datos | 56 |
| Anexo 4 | Presentación de aplicación del turnitin | 62 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | Pág. |
|---|------|
| Tabla 1.- Operacionalización de variables | 25 |
| Tabla 2.- Validez del instrumento mediante jueces | 28 |
| Tabla 3.- Resumen de fiabilidad del instrumento | 29 |
| Tabla 4.- Nivel de confiabilidad | 29 |
| Tabla 5.- Frecuencias de respuestas de la variable Endomarketing | 31 |
| Tabla 6.- Frecuencias de respuestas de la dimensión clima organizacional | 32 |
| Tabla 7.- Frecuencias de respuestas de la dimensión desarrollo profesional | 33 |
| Tabla 8.- Frecuencias de respuestas de la dimensión compromiso organizacional | 34 |
| Tabla 9.- Frecuencias de respuestas de la variable Gestión Administrativa | 35 |
| Tabla 10.- Frecuencias de respuestas de la dimensión Planeación | 36 |
| Tabla 11.- Frecuencias de respuestas de la dimensión Dirección | 37 |
| Tabla 12.- Frecuencias de respuestas de la dimensión Organización | 38 |
| Tabla 13.- Prueba de normalidad de las variables endomarketing y gestión administrativa | 39 |
| Tabla 14.- Coeficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables Endomarketing y Gestión Administrativa | 40 |
| Tabla 15.- Coeficiente de correlación de Rho Spearman de la dimensión clima organizacional y la variable y la gestión administrativa | 41 |
| Tabla 16.- Coeficiente de correlación de Rho Spearman de la dimensión Desarrollo Profesional y la variable gestión administrativa | 42 |
| Tabla 17.- Coeficiente de correlación de Rho Spearman de la dimensión compromiso organizacional y la gestión administrativa | 43 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | Pág. |
|---|-------------|
| Figura 1.- Frecuencias de respuestas de la variable Endomarketing | 31 |
| Figura 2.- Frecuencias de respuestas de la dimension clima organizacional | 32 |
| Figura 3.- Frecuencias de respuestas de la dimension desarrollo profesional | 33 |
| Figura 4.- Frecuencias de respuestas de la dimension compromiso organizacional | 34 |
| Figura 5.- Gestión Administrativa Frecuencias de respuestas de la variable Gestion Administrativa | 35 |
| Figura 6.- Frecuencias de respuestas de la dimensión Planeacion | 36 |
| Figura 7.- Frecuencias de respuestas de la dimension Dirección | 37 |
| Figura 8.- Frecuencias de respuestas de la dimension Organización | 38 |

I.- INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

A nivel internacional el endomarketing es una herramienta utilizada por varias empresas siendo el Perú no ajeno a ello. Este proceso de cambio en muchas empresas, es producto de la fuerte competencia, globalización y desarrollo tecnológico, entre otras. Las empresas son conscientes del gran valor e implementan al endomarketing para aprovechar los recursos humanos y los estratégicos.

El concepto de “marketing” ha ido evolucionando, debido a que antes este solo se enfocaba en la parte externa del negocio y competía únicamente por vender los productos ofrecidos. En cambio, actualmente hace referencia a las empresas de servicios y procesos, porque para funcionar adecuadamente, el personal que ofrece el servicio es responsable de interactuar con el cliente y brindar un servicio que proporcione satisfacción al usuario.

En el Perú el endomarketing viene implementándose por entidades financieras, de productos y empresas de servicios que buscan elevar su reputación y ser reconocidas como buenos empleadores. Es por eso que las organizaciones generan un vínculo más estrecho con sus colaboradores que generen mayores recursos económicos, todo se logra a partir de la aplicación de las estrategias de endomarketing y entienden que es una estrategia para fortalecer los vínculos entre persona y organización. Las organizaciones concuerdan en el endomarketing o marketing interno es una herramienta que ofrece ventaja competitiva entre las empresas que ofrecen productos y servicios, prestando atención a las necesidades de los empleados y orientarlas hacia el mercado interno.

Es así que las empresas deben de considerar al capital humano como el activo más valioso trabajar con ellos e implementar estrategias diferenciadoras sostenibles conllevando así al logro de sus objetivos en el corto plazo. El establecer políticas que permitan enfocar sus iniciativas en gestión del personal garantizando así su

implementación y continuidad. La relación empleados y recursos económicos van de la mano en la planificación de toda organización. Es así como esta herramienta llamada endomarketing beneficia en gran medida a la gestión administrativa, considerando al trabajador como un aliado para su desarrollo.

Trabajando en este aspecto de la organización, sin una adecuada gestión administrativa por parte de la empresa no se podrá llevar a cabo los demás procesos como la dirección y control importantes para encaminar a la organización hacia el logro de los objetivos, implementar nuevos métodos que mejoren, corrijan y se apliquen a todos los niveles, monitorear y analizar en donde la empresa se encuentra y hacia donde desea llegar, contribuyendo de esta forma al logro de sus objetivos. Por otro lado, la empresa Lamsac, dedicada al servicio administración y mantenimiento del servicio de cobro de peaje dentro de su ámbito de concesión, se identifica ciertas particularidades en la comunicación con el personal de las demás áreas disminuyendo así su efectividad y operacionalidad. El aplicar el endomarketing al personal impactaría positivamente al atraer, retener talento humano para la sustentabilidad de los negocios.

Es por ello que la presente investigación busca establecer la relación e importancia que posee el endomarketing o marketing interno con la gestión administrativa del personal de la empresa Lamsac, Surco – 2018 para que sea usado como modelo y de esta manera pueda alinear a todo el personal en las distintas gerencias y puedan alcanzar sus metas teniendo como finalidad involucrar a toda la organización durante este proceso y obtener resultados. Deben de utilizarse las estrategias de las áreas de marketing y recursos humanos para ser aplicados a los empleados, optimizando la gestión administrativa de la empresa. Es por ello la necesidad de aplicar esta herramienta en aras de mejorar la atención a los usuarios y orientación del cliente interno a comprometerse con la empresa.

1.2 Trabajos Previos

En el presente trabajo de investigación se han podido encontrar diversas investigaciones, respecto al tema a tratar y por ende, se mencionan a continuación:

Toledo (2010) en su tesis de maestría “La importancia de la gestión de marketing interno como un proceso continuo y su repercusión en la organización y el mercado: un enfoque aplicado a empresas del Sector Servicios en Argentina, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina 2010” estableció el objetivo general de analizar la importancia de implementar en forma continua planes de marketing interno especialmente en organizaciones de servicios en el contexto del país, profundizando en la comprensión de la relación entre el marketing interno y su repercusión en el mercado. Para alcanzar este objetivo emplea los conceptos propuestos por la administración con aportes de la psicología aplicada a las organizaciones y sobre la importancia de la gestión del marketing interno como un proceso continuo, que se filtra hacia todos los niveles de la organización conformándola por completo, permitiendo que sus clientes internos transmitan una estrategia conjunta y entendida por todos, reflejándola en la satisfacción del cliente externo. Así mismo, el autor empleó la investigación tipo exploratoria cuali-cuantitativa y un diseño de investigación no experimental, ubicándose en el nivel de investigación descriptivo.

Finalmente, concluyó que es necesario reforzar la vinculación de los clientes internos con la empresa líder, equipo y tareas a realizar, conectando a los empleados con la organización e indagando en la medida que responde a sus aspiraciones personales y profesionales.

Esta investigación permite entender la gran importancia del marketing interno como proceso interno y continuo de acuerdo a la necesidad de cada empresa, así como también influye en la gestión empresarial con el objetivo de ofrecer mejores servicios a los usuarios y mejorar el compromiso con los colaboradores, como parte de su cultura.

Recari (2015) en su tesis de licenciatura “Gestión administrativa en los departamentos de compras y contrataciones del ministerio de gobernación de Guatemala, Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango, Guatemala 2015” establece el objetivo general de determinar cómo es la gestión administrativa en los departamentos de compras y contrataciones del ministerio de gobernación de la ciudad de Quetzaltenango al año 2015. Para alcanzar este objetivo empleó los conceptos propuestos por el proceso administrativo tales como la planeación, organización y el control sobre la gestión administrativa en la empresa, para que de esta manera encontrar las deficiencias administrativas y plantear sugerencias que ayuden a mejorar los procesos de compras y contrataciones. Así mismo, el autor empleó la investigación tipo aplicada cuali-cuantitativa y un diseño de investigación no experimental, ubicado en el nivel de investigación explicativa.

Finalmente, concluyó que la gestión administrativa en los departamentos de compras del ministerio de gobernación es engorrosa y lenta debido a los controles administrativos implementados con el fin de transparentar los procesos de cotización y licitación.

Esta investigación permite comprender que las entidades que pertenecen al Ministerio de Gobernación están sujetas a mecanismos de control en los procesos de compras y contrataciones internas - externas del ministerio con el propósito de mantener una gestión ágil, aunque faltan más controles administrativos dejando a criterio las operaciones efectuadas.

Bonilla y Díaz (2015) en su tesis de licenciatura “Análisis de la gestión administrativa y su incidencia sobre el desempeño laboral de los funcionarios del hospital cristiano de especialidades “Ciudadela las piñas” del cantón milagro, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador 2015” estableció el objetivo general de analizar la incidencia de la gestión administrativa sobre el desempeño laboral de los funcionarios del hospital cristiano de especialidades “Ciudadela las piñas” del cantón milagro de la ciudad de Milagro al año 2015. Para alcanzar este objetivo empleó los conceptos propuestos por la gestión administrativa y constitución política de la República del Ecuador sobre el análisis de la gestión administrativa a través de métodos cualitativos contribuyan en la mejora continua de la institución. Asimismo, el autor

empleó la investigación cualitativa y un diseño de investigación no experimental, ubicado en un nivel de investigación descriptivo.

Finalmente, concluyó que la gestión administrativa tiene gran incidencia en el desempeño laboral de los funcionarios.

Esta investigación nos permite comprender la incidencia que tiene la gestión administrativa sobre los funcionarios y como se ve afectado por el inadecuado manejo de la alta gerencia, transmitiéndolo en la baja calidad de servicio hacia los pacientes.

Campos y Loza (2011) en su tesis de licenciatura “Incidencia de la Gestión administrativa de la Biblioteca municipal “Pedro Moncayo” de la ciudad de Ibarra en mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios, Universidad Técnica del Norte, Ecuador 2011” estableció el objetivo general de mejorar la calidad y calidez en atención a los usuarios de la biblioteca “Pedro Moncayo” de la ciudad de Ibarra al año 2011. Para alcanzar este objetivo empleó los conceptos propuestos por la gestión de recursos humanos y psicología sobre la incidencia en la gestión administrativa a través del método de la observación que permitió cotejar con los tipos de servicio y aportes de otras bibliotecas nacionales e internacionales. Asimismo, el autor empleó la investigación descriptiva y diseño no experimental ubicándose en un nivel de investigación documental.

Finalmente concluyó que la gestión administrativa incide en la mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios.

Esta investigación permite comprender que lo usuarios de la biblioteca municipal desconocen los servicios ofrecidos, requiriendo de una especialización en su fondo bibliográfico para crear nuevos y más servicios además de necesitar un manual de gestión administrativa con la finalidad mejorar los procesos.

Mejía (2010) en su tesis de postgrado “El endomarketing como estrategia para el reclutamiento de personal, Universidad Simón Bolívar, Venezuela 2010” estableció como objetivo general aplicar un enfoque para la gestión del subsistema de reclutamiento basado en el endomarketing como estrategia empresarial que permita incrementar su efectividad en el personal del área de recursos humanos de la ciudad de Caracas al año 2010. Para alcanzar este objetivo emplea los conceptos

propuestos por el endomarketing y gestión de recursos humanos identificando al endomarketing como la herramienta para la formación de líderes identificados capaces de informar características de una determinada organización. Asimismo, el autor empleó la investigación proyectiva y diseño no experimental ubicándose en un nivel de investigación aplicada.

Finalmente concluyó que el endomarketing es una valiosa estrategia para usar ser empleada por recursos humanos en la captación de personal, generando así un fuerte compromiso con sus empleados.

Esta investigación permitió comprender que la importancia de integrar las estrategias del marketing y recursos humanos logra transmitir a los empleados motivación e identidad con la organización para la formación colaboradores líderes.

Miranda (2016) en su tesis “El marketing interno y su relación con el clima organizacional de la I.E.P. James Baldwin, Universidad Nacional del Altiplano, Puno 2013” estableció como objetivo principal determinar el grado de relación entre el marketing interno y el clima organizacional en la Institución Educativa Privada James Baldwin de la ciudad de Puno al año 2013. Para alcanzar este objetivo emplea los conceptos propuestos por el marketing interno o de personal y desarrollo humano coincidiendo que el marketing interno ayuda a motivar a los empleados, como consecuencia directa aumenta la productividad y el adecuado servicio al cliente. Así mismo, el autor empleó la investigación cuantitativa y el diseño de investigación no experimental, ubicándose en el nivel de investigación correlacional.

Finalmente concluyó que el endomarketing no es solamente una gestión avanzada de recursos humanos, sino una gestión estratégica desde la perspectiva del marketing.

Esta investigación permitió entender la relación existente entre el marketing interno en los colaboradores y como esta relación puede fortalecerse a través de la realización de actividades que mejoren la identificación y compromiso de los empleados con la institución.

Roque (2016) en su tesis “Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la Mype comercial “San Martín”- Chiclayo” estableció como

objetivo principal proponer estrategias de gestión administrativas para mejorar la calidad de servicio en la Mype comercial “San Martín” de la ciudad de Chiclayo al año 2016. Para alcanzar este objetivo empleó los conceptos propuestos por la gestión administrativa y la calidad de servicio coincidiendo que la gestión administrativa está en función de una adecuada dirección y control. Así mismo el autor utilizó la investigación descriptiva con un diseño de investigación no experimental, ubicándose en el nivel de investigación aplicada.

Finalmente concluyó que la gestión administrativa, así como la calidad del servicio se encuentra en una escala media y se debió elaborar estrategias de gestión bajo la teoría de Fayol para mejorar en estos aspectos.

Esta investigación permitió entender la necesidad de proponer estrategias dentro de la gestión administrativa en la Mype comercial San Martín, con el fin de usarla para reducir la resistencia al cambio, comprometer a los colaboradores, mejorar la calidad de servicio, asumir nuevos retos y obtener mejores resultados para la organización.

Ruiz (2014) en su tesis “Desarrollo personal y satisfacción laboral en la Municipalidad Provincial de Sánchez Carrión, Universidad Nacional de Trujillo, Huamachuco 2014” estableció como objetivo principal sustentar de qué manera el desarrollo del personal influye en la satisfacción laboral de los trabajadores en la Municipalidad Provincial de Sánchez Carrión de la ciudad de Huamachuco al año 2014. Para alcanzar este objetivo empleó los conceptos de desarrollo organizacional y actitudes hacia la satisfacción del trabajo. Coincidiendo que el desarrollo personal o profesional como factores motivacionales, produciendo una insatisfacción del personal disminuyendo su productividad. Además, el autor aplicó la investigación cuantitativa y el diseño no experimental, de nivel correlacional.

Finalmente concluyó que el desarrollo personal o profesional contribuye de manera positiva en la satisfacción del personal y desempeño del cargo actual facilitando así la formación profesional de los trabajadores.

Esta investigación permite comprender la relación existente entre el desarrollo personal o profesional y de esta manera disminuir las brechas entre los trabajadores que ocupan un cargo de confianza y los que no, fortaleciendo sus debilidades y tratar de superarlas.

Lucano y Méndez (2015), en su tesis “Propuesta de un Plan de Endomarketing para mejorar la calidad de servicio del Servicentro Ortiz S.R.L; en el año 2015-Huaraz” estableció como objetivo principal diseñar y validar una propuesta de un plan de endomarketing para mejorar la calidad de servicios en el servicentro Ortiz SRL Huaraz al año 2015. Para alcanzar este objetivo empleó los conceptos propuestos por los enfoques del endomarketing, calidad de servicio y modelo de la calidad de servicio de Parasuraman, Zeithaml y Berry coincidiendo que la calidad de servicio es un factor a tomar en cuenta por el usuario. Así mismo, el autor empleó la investigación cuantitativa el diseño no experimental transeccional, ubicándose en el nivel de investigación descriptiva-explicativa. Finalmente concluyó que el implementar y diseñar un plan de marketing interno en la empresa, contribuirá en mejorar la calidad de atención del servicio, cabe mencionar para lograrlo, la capacitación constante y motivación influirá en el cumplimiento de los objetivos y la cultura organizacional. Esta investigación permitió comprender la importancia de implementar estrategias de marketing dentro de la empresa, que llevará a mejorar la calidad de servicio contribuyendo en disponer de un trabajador satisfecho y competente para enfrentar al cliente externo.

Jeri y Dextre (2016), en su tesis “Maximizar el clima organizacional aplicando el endomarketing en la universidad de Ayacucho Federico Froebel; en el año 2016-Ayacucho” estableció como objetivo principal maximizar a un 70% para la universidad de Ayacucho Federico Froebel utilizando el Endomarketing Ayacucho al año 2016. Para alcanzar dicho objetivo empleó los conceptos propuestos por el clima organizacional, motivación institucional y endomarketing coincidiendo que esta última mejora la calidad de los servicios ofrecidos por la institución. Así mismo, el autor empleó la investigación cualitativa y factible y el diseño no experimental, ubicándose en el nivel de investigación exploratoria.

Finalmente concluyó que el clima organizacional se encuentra en un nivel regular por lo cual es necesario trabajar en este aspecto.

Esta investigación permitió comprender la importancia de tener un buen nivel de clima organizacional y como ella interviene en el desempeño y motivación de los empleados para lo cual se requiere de estrategias y personal que brinde una comunicación efectiva y certera en beneficio de la organización.

Planear y establecer mejores estrategias que den resultados positivos en la organización, no es una tarea fácil porque cada empleado es un mundo distinto con sus defectos, virtudes y necesidades. Poseer un agradable clima laboral es buen indicador de trabajadores comprometidos y satisfechos con su institución a la cual pertenecen.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Endomarketing

Maslow (1991) define al endomarketing como: Las necesidades de los empleados que ayudan a comprender su influencia sobre la conducta humana; manteniéndose válido en conocer la motivación de las personas en beneficio de la gestión y desarrollo de las personas. Por otra parte Maslow sostiene que la persona se encuentra en permanente motivación. Las necesidades de seguridad buscan un estado de orden y de seguridad del entorno en donde se encuentra. Las necesidades de autorrealización buscan lograr sus aspiraciones personales sienten la obligación de trascender, mientras que las necesidades sociales o de afiliación buscan un sentido de pertenencia a cierto grupo social y la organización.

Gronroos (1990) define: El marketing interno como una estrategia propia de la dirección. El dilema principal es como desarrollar en los empleados el interés por los clientes entre ellos los productos y servicios; por otra parte se centra en los empleados antes de encaminarse hacia los clientes finales. De manera que no hacerlo adecuadamente repercutirá en el éxito de las actividades de la empresa dirigido a los clientes finales.

1.3.2 Gestión Administrativa

Taylor (1911) define: La planeación permite reducir los métodos de producción logrando así un mayor rendimiento de lo que se produce y maneja, gestionando de esta forma el aprovechamiento de los recursos. La organización determina el tiempo realmente ocioso y cual ocioso se produce en la cadena de producción en este caso los movimientos y tiempos. La dirección por parte de la organización permite al obrero ejecutar su trabajo mejor y rápidamente, para que ello ocurra el personal debe ser capacitado diariamente, recibiendo el apoyo de sus jefes y no ser forzado por el supervisor.

1.4 Formulación del Problema

1.4.1 Problema General:

¿Cómo se relaciona el Endomarketing con la Gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?

1.4.2 Problemas específicos:

¿Cómo se relaciona el clima laboral con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?

¿Cómo se relaciona el desarrollo profesional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?

¿Cómo se relaciona el compromiso organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?

1.5 Justificación del estudio:

Justificación teórica: El motivo de la presente investigación es conocer la importancia que tiene el endomarketing o marketing interno en la gestión administrativa; se busca promover su aplicación bajo teorías y nociones básicas en las variables, que puedan dar a descubrir las aclaraciones respecto al tema de investigación. Toda esta realidad permitirá constatar y comparar los conceptos de las variables descritas en la empresa Lamsac y aplicarlos a la problemática empresarial.

Justificación metodológica: Con el objetivo de cumplir con los lineamientos del presente estudio, se preparó un instrumento de medición ejecutado tanto para el endomarketing como para la relación con la gestión administrativa. Este fue analizado por el software estadístico SPSS 24, buscando con ello es conocer la relevancia que tiene poseer un nivel alto de endomarketing con la gestión administrativa de la empresa Lamsac.

Justificación práctica: El presente trabajo de investigación pretende por finalidad aportar conocimientos que puedan ser aplicadas a la gestión administrativa, por intermedio del Endomarketing permitirá a la empresa Lamsac fortalecer y mejorar factores humanos, económicos y sociales, de tal manera que pueda ser puesta en marcha y utilizar esta herramienta para implementar estrategias dentro de la empresa que aporten en mejora de la calidad a la vez del servicio brindado.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General:

Determinar la relación del endomarketing con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

1.6.2 Objetivos Específicos:

O₁: Determinar la relación del Clima laboral con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

O₂: Determinar la relación del desarrollo profesional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

O₃: Determinar cómo se relaciona el compromiso organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General:

El Endomarketing se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018

1.6.2 Hipótesis Específicas:

El clima laboral se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

El desarrollo profesional se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

El compromiso organizacional se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

II. Método

2.1. Diseño de investigación

El tipo de estudio es aplicado ya que los resultados nos darán una visión más clara sobre la relación entre las variables estudiadas. El diseño es no experimental-descriptivo según Sampieri et al. (2014,), la investigación no experimental es aquella en la cual el investigador observa los fenómenos planteados a través de su variable, para su posteriormente analizarlo que ocurren en su ámbito de influencia (p. 152).

Descriptivos: Su objetivo es investigar la influencia de los procedimientos o niveles de una o más características en una determinada población.

2.2. Variables y Operacionalización

El presente trabajo de investigación está conformado por dos variables: la variable X “Endomarketing y la variable Y “Gestión Administrativa”. Las cuales se definen de la siguiente manera:

Tabla 1: Operacionalización de variables

| VARIABLE | DIMENSIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|------------------|---|--|---------------------------|--|---------------------------------|
| EL ENDOMARKETING | Kotler y Keller (2012): El endomarketing forma parte del marketing, que consiste en el proceso de capacitar y motivar a los empleados aptos que deseen atender adecuadamente a los clientes, comprometiendo en el especial a los miembros de la alta dirección a adoptar los principios del marketing. | La variable 1 se mide a través de un cuestionario tipo Likert conteniendo cinco ítems, donde se consideran los indicadores para el cumplimiento de ello. | CLIMA ORGANIZACIONAL | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Remuneración ➤ Satisfacción Laboral ➤ Comunicación | Ordinal uso de la escala Likert |
| | | | DESARROLLO PROFESIONAL | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación ➤ Oportunidades ➤ Conocimientos | |
| | | | COMPROMISO ORGANIZACIONAL | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Confianza ➤ Identidad ➤ Ausentismo | |

| VARIABLES | DIMENSIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|------------------------|---|---|--------------|--|---------------------------------|
| Gestión Administrativa | Según Anzola Sérvulo (2002): La gestión administrativa consiste en las actividades con iniciativas provistas por un particular grupo de individuos, en otras palabras, es el modo en el cual se pretende el cumplimiento de objetivos y metas con la ayuda de personas y herramientas, que logren la ejecución de ciertas labores como: la planeación, organización, dirección y control. | La variable 2 se mide a través de un cuestionario que consta de cinco ítems considerando los indicadores que evidencien un correcto cumplimiento de ello. | PLANEACION | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrategias ➤ Objetivos ➤ Plan Estratégico | Ordinal uso de la escala Likert |
| | | | ORGANIZACIÓN | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Eficiencia ➤ Eficacia ➤ Productividad | |
| | | | DIRECCION | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Motivación ➤ Responsabilidad ➤ Competencias Personales | |

2.3 Población y muestra

Tamayo (2004), señala a la población como la totalidad de sucesos de estudio, incluyendo el total de personas de análisis o unidades de población que forman parte del hecho de estudio y como tal debe cuantificarse, para delimitar un impreciso número de sujetos participantes con cierta característica a ello se denomina “población”, por constituir la totalidad de sucesos asignado al estudio de investigación. (pág.176)

Está compuesta por 60 trabajadores de la empresa Lamsac en el distrito de surco para el objeto de la presente investigación y provienen de promedio de trabajadores que laboran en la oficina.

Tamayo (2004), la muestra representa el total de la población de la cual fue extraída, reflejando las características de la población y demostrando así que es representativa por lo tanto depende de la validez y tamaño de la muestra (pág. 176). Sampieri, Fernández y Baptista (2014), las muestras no probabilísticas comúnmente llamadas dirigidas implica un proceso de selección, orientadas a la descripción de características de la investigación, obteniendo así diversidad de elementos que puedan ser usados (pág. 175).

El total de la muestra para la investigación fue censal al 100% necesitándose de la colaboración de 60 personas de la empresa Lamsac, que fueron aleatoriamente elegidas.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Según Sampieri, Fernández y Baptista (2014): Las encuestas de opinión son consideradas como un diseño o método. Consideradas en la presente obra como investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlaciones causales, teniendo en ocasiones los mismos objetivos de otros diseños (pag.159).

Se utilizó el cuestionario tipo Likert con 18 preguntas en total como instrumento de medición en el presente trabajo de investigación, para analizar y comprobar el nivel de correlación entre las variables planteadas.

Respecto a ello Sampieri et. Al (2014) sostiene que es el conjunto de preguntas con respecto a las variables a medir. Son utilizadas en investigación de todo tipo, aunque con mayor frecuencia en problemas sociales (pág.217).

El instrumento de medición cuenta con 18 preguntas; 9 para la variable V_1 (Endomarketing) y 9 para la variable V_2 (Gestión Administrativa), el cuestionario de la variable Endomarketing el cual estuvo agrupado por dimensiones (Clima organizacional, Desarrollo Profesional y Compromiso Organizacional). Con puntuaciones de 0 a 5: (1) totalmente en desacuerdo (2) desacuerdo (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) de acuerdo (5) totalmente de acuerdo. La encuesta de la variable Gestión Administrativa también estuvo agrupado en dimensiones (Planeación, Organización y Dirección). La puntuación es de 0 a 5: (1) totalmente

en desacuerdo (2) desacuerdo (3) ni desacuerdo ni de acuerdo (4) de acuerdo (5) totalmente de acuerdo. El cuestionario está dirigido a los trabajadores de la empresa Lamsac.

2.4.1. Validez

El instrumento de la presente investigación fue sometido a juicio de expertos, en la cual se requirió de la opinión experta de docentes de la Escuela de Ciencias Empresariales quienes evaluaron la adecuada pertinencia de las preguntas suscritas en el presente cuestionario:

Tabla 2: *Validez del Instrumento mediante jueces*

| VALIDADOR | GRADO | RESULTADO |
|-----------------------------|--------------|------------------|
| Mgtr. Casma Zarate Carlos | Magister | Aplicable |
| Dr. Arce Álvarez Edwin | Magister | Aplicable |
| Dr. Costilla Castillo Pedro | Doctor | Aplicable |

Fuente: Elaboración propia en base a la validez de los instrumentos

2.4.2. Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente del **alfa de Cronbach** insertando los datos recopilados al programa estadístico SPSS versión 24 se aplicará el cuestionario tipo Likert con 5 categorías, buscando la fiabilidad necesaria, con una prueba piloto a 20 trabajadores en la empresa Lamsac

Tabla 3: *Resumen de fiabilidad del instrumento*

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,930 | 18 |

El resultado obtenido mediante el análisis estadístico de fiabilidad del alfa de cronbach luego de la evaluación posee una excelente confiabilidad, validando así la prueba piloto.

Tabla 4: Nivel de confiabilidad

Rango de Relación

| | | |
|-------|---|--|
| -0.90 | = | Correlación negativa muy fuerte. |
| -0.75 | = | Correlación negativa muy considerable. |
| -0.50 | = | Correlación negativa media. |
| -0.25 | = | Correlación negativa débil. |
| -0.10 | = | Correlación negativa muy débil. |
| 0.00 | = | No existe relación alguna entre las variables. |
| +0.10 | = | Correlación positiva muy débil |
| +0.25 | = | Correlación positiva débil. |
| +0.50 | = | Correlación positiva media. |
| +0.75 | = | Correlación positiva considerable. |
| +0.90 | = | Correlación positiva muy fuerte. |
| +1.00 | = | Correlación positiva perfecta. |

Fuente: Hernández, Fernández, Batista (2014, p. 305)

2.5 Métodos de análisis de datos

Para la validez del cuestionario en el Proyecto de investigación se utilizó el programa de estadística SPSS 24. Las pruebas realizadas para la presente investigación fueron: Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad ya que corresponde a preguntas del tipo ordinal del instrumento.

2.6 Aspectos éticos

Utilización de la información: Se respetó la identidad de las personas encuestadas, no corrieron algún tipo de riesgo que involucre su salud física o mental y no se manipuló información alguna obtenida en la investigación.

Valor social: Las personas participantes del estudio de investigación no fueron expuestas a ningún tipo de peligro, respetando la confidencialidad de cada uno de ellos participando de una manera voluntaria y sobria.

III.- RESULTADOS

3.1. Resultado descriptivo de los resultados

El análisis de los resultados se obtuvo gracias los 59 trabajadores encuestados de la empresa Lamsac SAC Surco 2018. El resultado de la investigación se muestra a continuación:

3.1.1. Variable1: Endomarketing

Tabla 5: Frecuencias de respuestas de la variable Endomarketing

| | | Endomarketing | | |
|--------------------------------|------------|---------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Totalmente en Desacuerdo | 30 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| Desacuerdo | 11 | 18,3 | 18,3 | 68,3 |
| Ni en desacuerdo ni de acuerdo | 12 | 20,0 | 20,0 | 88,3 |
| Válido | | | | |
| De acuerdo | 5 | 8,3 | 8,3 | 96,7 |
| Totalmente de acuerdo | 2 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | 60 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

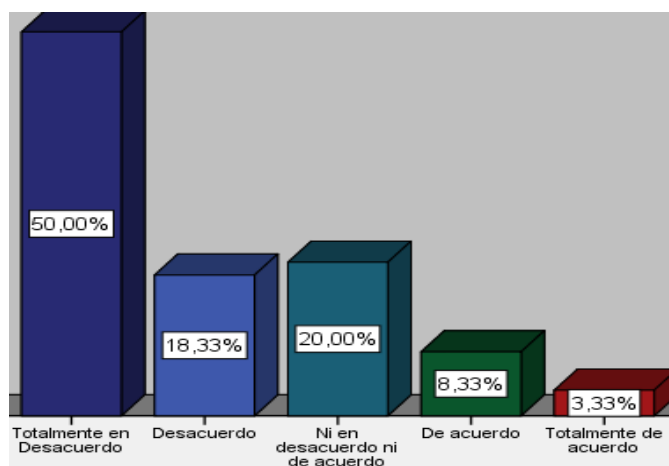


Figura 1. Endomarketing

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.1.1 y la figura 1, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la variable “**Endomarketing**”, respondieron de la siguiente manera: el 50% el cual representa a 30 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, el 18.3% el cual representa a 12 trabajadores opinaron estar desacuerdo, a diferencia del 20% el cual representa 12 trabajadores opinaron

estar de ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 8.3% el cual representa a 5 trabajadores opinaron estar de acuerdo, y por último el 3.3.% el cual representa a 2 trabajadores opinaron estar Totalmente de acuerdo. Por lo que se puede concluir que los trabajadores no están de acuerdo con las estrategias de endomarketing que la empresa realiza.

Tabla 6: Frecuencias de respuestas de la dimensión *Clima organizacional*

Clima Organizacional

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 43 | 71,7 | 71,7 | 71,7 |
| Ni en desacuerdo ni de | 11 | 18,3 | 18,3 | 90,0 |
| Válido acuerdo | | | | |
| Totalmente de acuerdo | 6 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 60 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

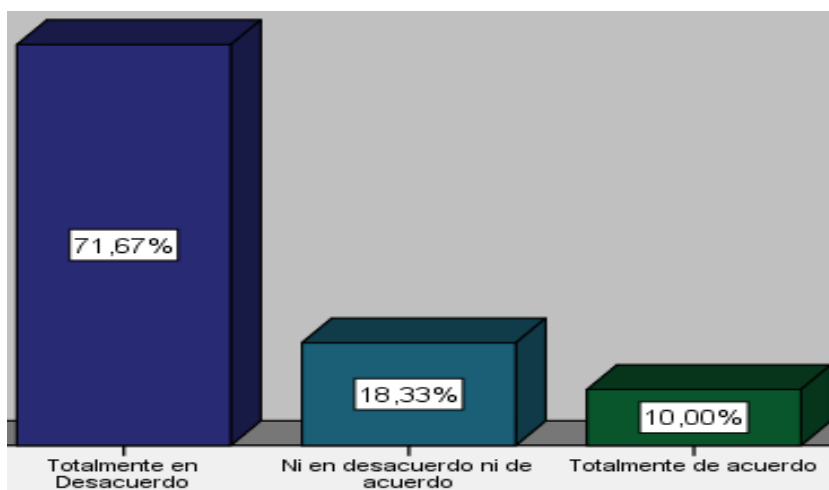


Figura 2. *Clima Organizacional*

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.2 y la figura2, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la dimensión “**Clima Organizacional**”, respondieron de la siguiente manera: el 71.7% el cual representa a 43 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, el 18.3% el cual representa a 11 trabajadores opinaron estar ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 10% el cual representa a 6 trabajadores opinaron estar Totalmente de acuerdo. Por lo que se puede concluir que el clima organizacional que se imparte dentro de la empresa no es el adecuado.

Tabla 7: Frecuencias de respuestas de la dimensión Desarrollo Profesional

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Totalmente en Desacuerdo | 30 | 50,0 | 50,0 | 50,0 |
| Ni en desacuerdo ni de acuerdo | 24 | 40,0 | 40,0 | 90,0 |
| Válido De acuerdo | 5 | 8,3 | 8,3 | 98,3 |
| Totalmente de acuerdo | 1 | 1,7 | 1,7 | 100,0 |
| Total | 60 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

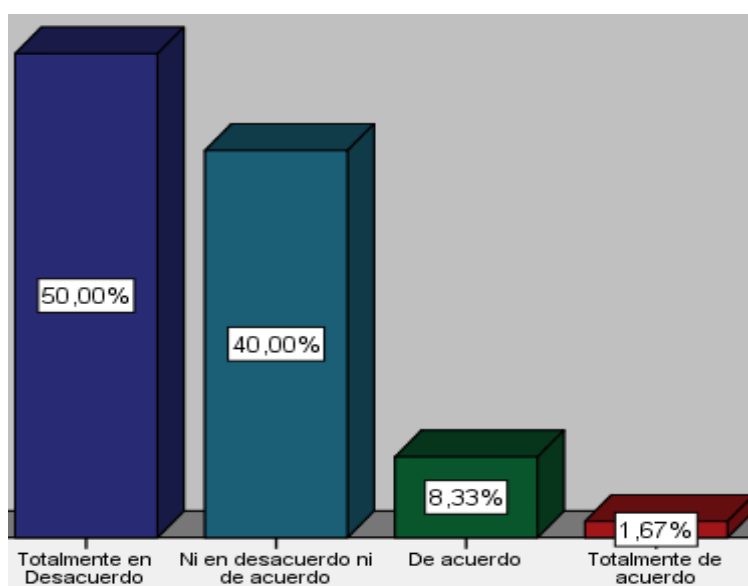


Figura 3. Desarrollo Profesional

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.1.3 y la figura 3, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la dimensión “**Desarrollo Profesional**”, respondieron de la siguiente manera: el 50% el cual representa a 30 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, a diferencia del 40% el cual representa 24 trabajadores opinaron estar de ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 8.3% el cual representa a 5 trabajadores opinaron estar de acuerdo, y por último el 1.7.% el cual representa a 1 trabajadores opinaron estar Totalmente de acuerdo. Por lo que se puede concluir que los trabajadores no están de acuerdo con el Desarrollo Profesional que la empresa está impartiendo a los trabajadores.

Tabla 8: Frecuencias de respuestas de la dimensión Compromiso Organizacional

| Compromiso Organizacional | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Totalmente en Desacuerdo | 37 | 61,7 | 61,7 |
| | Ni en desacuerdo ni de acuerdo | 11 | 18,3 | 80,0 |
| | De acuerdo | 9 | 15,0 | 95,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 3 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 60 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

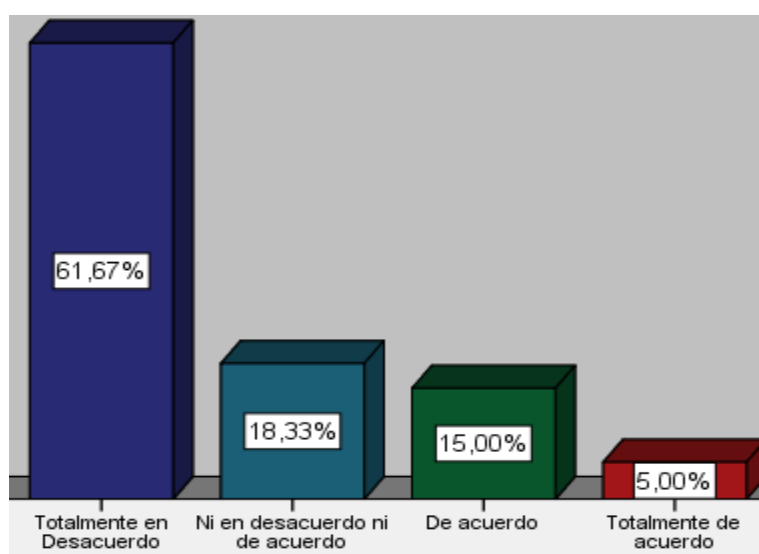


Figura 4. Compromiso Organizacional

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.1.4 y la figura 4, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la dimensión “**Compromiso Organizacional**”, respondieron de la siguiente manera: el 61.7% el cual representa a 37 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, a diferencia del 18.3% el cual representa 11 trabajadores opinaron estar de ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 15% el cual representa a 9 trabajadores opinaron estar de acuerdo, y por último el 5% el cual representa a 3 trabajadores opinaron estar Totalmente de acuerdo. Por lo que se puede concluir que los trabajadores no están de acuerdo con el Compromiso Organizacional que la empresa está impartiendo a los trabajadores.

3.1.2. Variable 2: Gestión Administrativa

Tabla 9: Frecuencias de respuestas de la variable Gestión Administrativa

| | | Gestión Administrativa | | | |
|--------|--------------------------------|------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Totalmente en Desacuerdo | 20 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | Desacuerdo | 9 | 15,0 | 15,0 | 48,3 |
| | Ni en desacuerdo ni de acuerdo | 16 | 26,7 | 26,7 | 75,0 |
| | De acuerdo | 11 | 18,3 | 18,3 | 93,3 |
| | Totalmente de acuerdo | 4 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| | Total | 60 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

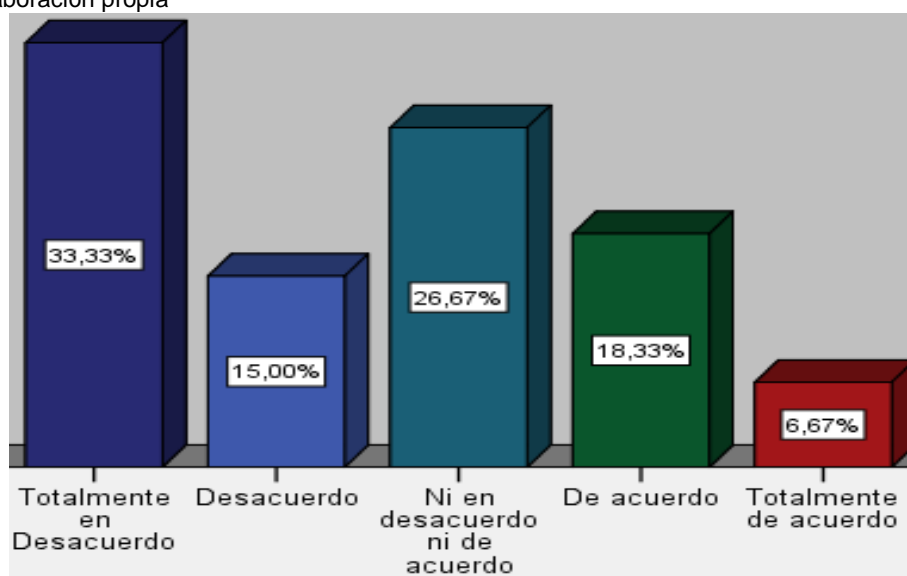


Figura 5. Gestión Administrativa

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.2.1 y la figura 5, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la variable “**Gestión Administrativa**”, respondieron de la siguiente manera: el 33.3.% el cual representa a 20 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, el 15% el cual representa a 9 trabajadores opinaron estar desacuerdo, a diferencia del 26.7% el cual representa 16 trabajadores opinaron estar de ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 18.3% el cual representa a 11 trabajadores opinaron estar de acuerdo, y por último el 6.7.% el cual representa a 4 trabajadores opinaron estar Totalmente

de acuerdo. Por lo que se puede concluir que los trabajadores consideran que la gestión administrativa que se viene desarrollando no es la más óptima para la empresa.

Tabla 10: Frecuencias de respuestas de la dimensión Planeación

| | | Planeación | | |
|--------|--------------------------------|-------------------|------------|------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje |
| | | | válido | acumulado |
| Válido | Totalmente en Desacuerdo | 32 | 53,3 | 53,3 |
| | Ni en desacuerdo ni de acuerdo | 10 | 16,7 | 70,0 |
| | De acuerdo | 11 | 18,3 | 88,3 |
| | Totalmente de acuerdo | 7 | 11,7 | 100,0 |
| | Total | 60 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

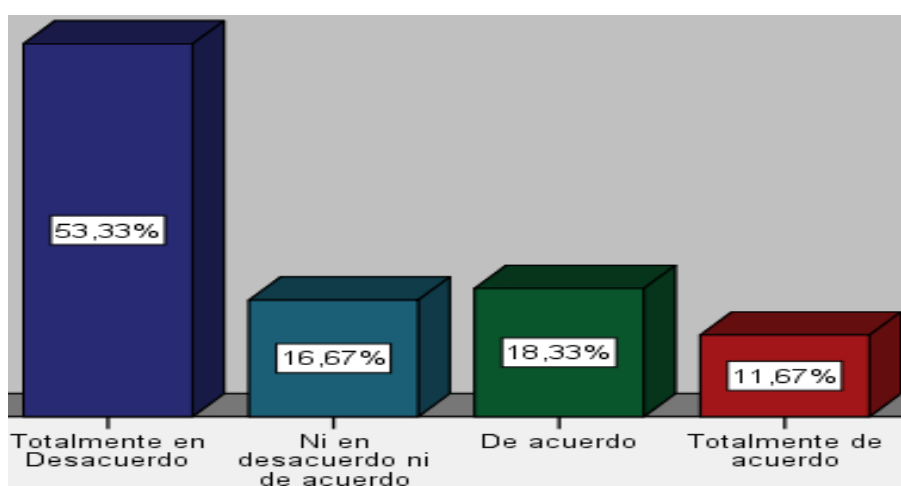


Figura 6. Planeación

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.2.2 y la figura 6, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la dimensión “**Planeación**”, respondieron de la siguiente manera: el 53.3% el cual representa a 32 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, a diferencia del 16.67% el cual representa 10 trabajadores opinaron estar de ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 18.3% el cual representa a 11 trabajadores opinaron estar de acuerdo, y por último el 11.7% el cual representa a 7 trabajadores opinaron estar Totalmente de acuerdo. Por lo que se puede concluir que la Planeación que viene desarrollando la empresa no es la más adecuada.

Tabla 11: Frecuencias de respuestas de la dimensión Dirección

| | | Dirección | | |
|--------|--------------------------------|------------------|------------|------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje |
| | | | válido | acumulado |
| Válido | Totalmente en Desacuerdo | 34 | 56,7 | 56,7 |
| | Ni en desacuerdo ni de acuerdo | 14 | 23,3 | 80,0 |
| | De acuerdo | 9 | 15,0 | 95,0 |
| | Totalmente de acuerdo | 3 | 5,0 | 100,0 |
| | Total | 60 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

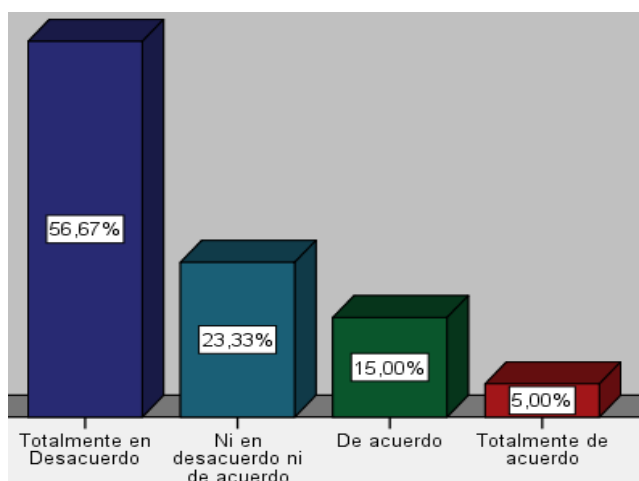


Figura 7. Dirección

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.2.3 y la figura 7, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la dimensión “**Dirección**”, respondieron de la siguiente manera: el 56.7% el cual representa a 34 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, a diferencia del 23.3% el cual representa 14 trabajadores opinaron estar de ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 15% el cual representa a 9 trabajadores opinaron estar de acuerdo, y por último el 5% el cual representa a 3 trabajadores opinaron estar Totalmente de acuerdo. Por lo que se puede concluir que el nivel de Dirección que viene desarrollando la empresa no es la más adecuada.

Tabla 12: Frecuencias de respuestas de la dimensión Organización

| | | Organización | | |
|--------|--------------------------------|---------------------|------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
| Válido | Totalmente en Desacuerdo | 37 | 61,7 | 61,7 |
| | Ni en desacuerdo ni de acuerdo | 18 | 30,0 | 91,7 |
| | Totalmente de acuerdo | 5 | 8,3 | 100,0 |
| | Total | 60 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

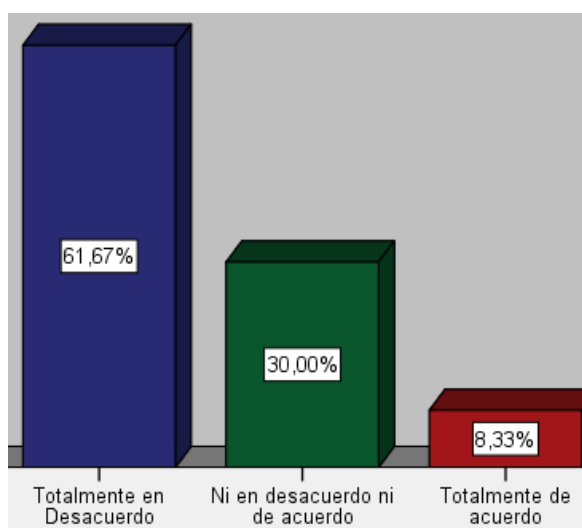


Figura 8. Organización

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla 3.1.2.4 y la figura 8, se puede observar que de los 60 trabajadores de la empresa Lamsac SAC Surco 2018, con respecto a las preguntas de la dimensión “**Organización**”, respondieron de la siguiente manera: el 61.7% el cual representa a 37 trabajadores, opinaron estar Totalmente en desacuerdo, a diferencia del 30% el cual representa 18 trabajadores opinaron estar de ni en desacuerdo ni de acuerdo, mientras el 8.3% el cual representa a 5 trabajadores opinaron estar Totalmente de acuerdo. Por lo que se puede concluir que las estrategias de Organización que viene desarrollando la empresa no es la más adecuada.

3.2. Análisis inferencial de resultados

1.1 Prueba de normalidad de la muestra

H₀: La distribución de la muestra tiene una distribución normal

H₁: La distribución de la muestra no tiene una distribución normal

Nivel de confianza: 95%

Valor crítico: 1.96

Regla de decisión

- a. Sig. <0.05 se rechaza la hipótesis nula H₀
- b. Sig. >0.05 se acepta la hipótesis alterna

Tabla 13: Prueba de normalidad de las variables Endomarketing y Gestión Administrativa

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|---------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| V1_ENDOMARKETING | ,128 | 60 | ,016 | ,963 | 60 | ,063 |
| V2_GESTION_ADMINISTRATIVA | ,124 | 60 | ,023 | ,934 | 60 | ,003 |

Fuente: Resultado de acuerdo al software spss v. 24.

Interpretación: Según los resultados mostrados en la tabla XX corresponden a los estadísticos en la prueba de kolgomorov - smirnov ya que se muestra un nivel de significancia menor al .005 para ambas variables y por tanto, se considera que la distribución no es normal, por lo que se decide aplicar el estadístico Rho de Speaman.

3.3. Prueba de Hipótesis

Hipótesis General (HG): El Endomarketing se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

Hipótesis Nula (H0): No existe relación significativa entre el Endomarketing y la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

Hipótesis Alternativa (H1): El Endomarketing si se relaciona significativamente con la gestión administrativa de los trabajadores de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

Significancia: Sig.: 0.05 (95%; z = 1.96)

Regla de decisión

Sig. E < 0.05; Rechazar H0; se rechaza la hipótesis nula

Sig. E > 0.05; Aceptar H0; se acepta la hipótesis alterna

Tabla14:

Coefficiente de correlación de Rho de Spearman de las variables Endomarketing y Gestión Administrativa.

| | | V1_ENDOMARKETING | V2_GESTION ADMINISTRATIVA |
|-----------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | V1_ENDOMARKETING | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,889** |
| | | N | ,000 |
| | V2_GESTION ADMINISTRATIVA | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | | N | ,000 |

Elaboración propia

La tabla muestra en la prueba Rho de Spearman que entre las variables endomarketing y gestión administrativa, existe una correlación de 0.889, dicho valor es determinado una correlación positiva considerable según la tabla xx, asimismo la significancia para ambas variables es 0.000 siendo menor que 0.05, de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se concluye que el endomarketing se relaciona con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco.

3.3.1. Prueba de hipótesis específica 1

H₁: El clima organizacional se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

H₀: El clima organizacional no se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

H_i: El clima organizacional si se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

Significancia: Sig.: 0.05 (95%; z = 1.96)

Regla de decisión

Sig. E < 0.05; Rechazar H₀; se rechaza la hipótesis nula

Sig. E > 0.05; Aceptar H₀; se acepta la hipótesis alterna

Tabla 15:

Coefficiente de correlación de Rho Spearman de la dimensión clima organizacional y la variable y la gestión administrativa

| | | D1_V2_Clima _Organizacion al | V2_GESTION _ADMINISTR ATIVA |
|--------------------|--------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| Rho de Spearman | D1_V2_CLIMA_ORGANIZACI ONAL | Coefficiente de correlación | 1,000 ,764** |
| | | Sig. (bilateral) | . ,004 |
| | | N | 60 60 |
| | V2_GESTION_ADMINISTRA TIVA | Coefficiente de correlación | ,664** 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,004 . |
| | | N | 60 60 |

Elaboración propia

La tabla muestra en la prueba estadística Rho de Spearman que entre el clima organizacional y la gestión administrativa, existe una correlación de 0.64, dicho valor es considerado una correlación positiva media según la tabla 3.2.1.2, así mismo la significancia es para ambas variables 0.004 siendo menos que 0.05, de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis. Por lo tanto, se

concluye que el clima organizacional se relaciona con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco, 2018.

3.3.2. Prueba de hipótesis específica 2

HG: El desarrollo profesional se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

H0: El desarrollo profesional no se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

Hi: El desarrollo profesional si se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.

Significancia: Sig.: 0.05 (95%; z = 1.96)

Regla de decisión.

Sig. E < 0.05; Rechazar H0; se rechaza la hipótesis nula

Sig. E > 0.05; Aceptar H0; se acepta la hipótesis alterna

Tabla 16:

Coefficiente de correlación de Rho Spearman de la dimensión Desarrollo Profesional y la variable gestión administrativa.

| | | D2_V2_Des arrollo_Prof esional | V2_GESTION_ ADMINISTRATI VA |
|-------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| Rho de Spearman | D2_V2_DESARROLLO_PROFE SIONAL | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,685** |
| | | N | ,000 |
| | | | 60 |
| V2_GESTION_ADMINISTRATIV A | | Coefficiente de correlación | ,585** |
| | | Sig. (bilateral) | 1,000 |
| | | N | ,000 |
| | | | 60 |

Elaboración propia

La tabla muestra en la prueba estadística de Rho de Spearman que entre el desarrollo profesional y gestión administrativa, existe una correlación de 0.58, dicho valor es considerado una correlación positiva media según la tabla 3.2.1.2, así

mismo la significancia de las variables es de 0.000 siendo menor que 0.05, de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis. Por lo tanto se concluye que el desarrollo profesional se relaciona con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco, 2018.

3.3.3. Prueba de hipótesis específica 3

Tabla 17:

Coefficiente de correlación de Rho Spearman de la dimensión compromiso organizacional y la gestión administrativa.

| | | D3_V2_Compromiso_Organizacional | V2_GESTION_ADMINISTRATIVA |
|---------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | D3_V2_COMPROMISO_ORGANIZACIONAL | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,945** |
| | | N | ,000 |
| V2_GESTION_ADMINISTRATIVA | | Coefficiente de correlación | 60 |
| | | Sig. (bilateral) | 60 |
| | | N | ,945** |
| | | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | | N | ,000 |

Elaboración propia

La tabla muestra en la prueba estadística de Rho de Spearman que entre los niveles de planeación y gestión administrativa existe una correlación de 0.945 dicho valor es considerado una correlación positiva fuerte y al ser comparado con la tabla 3.2.1.2, asimismo la significancia de las variables es 0.000 siendo menor que 0.05, de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis. Por tanto se concluye que la planeación se relaciona con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco, 2018.

IV. DISCUSIÓN

Como objetivo general se determinó la relación entre el endomarketing con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018. Por intermedio de la prueba Rho de Spearman se probó con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0,05 por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna indicando que existe una relación de 0.889, lo que indica una correlación positiva considerable entre el endomarketing y la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018.

De acuerdo a Toledo (2010), en su tesis “La importancia de la gestión de marketing interno como un proceso continuo y su repercusión en la organización y el mercado: un enfoque aplicado a empresas del Sector Servicios en Argentina”. (Tesis de maestría en la Universidad de Buenos Aires). Concluyendo así que existe una relación directa entre el endomarketing y la gestión administrativa involucrando dentro de ello el aspecto emocional ya que los empleados buscan la realización personal y profesional integrando las relaciones interpersonales y sociabilización, donde la satisfacción laboral y oportunidades laborales son importantes para su futuro.

Todo lo dicho anteriormente nos permite inferir con la investigación desarrollada actualmente, esta contiene elementos suficientes para aseverar que el endomarketing y la gestión administrativa guardan una relación directa; por lo tanto al promover el endomarketing no solo en el área de Marketing, sino también en otras como Finanzas, Ventas o Compras, entre otras conllevará a mejorar en gran medida la gestión administrativa de la empresa Lamsac, obteniendo así colaboradores comprometidos e identificados con la empresa Lamsac, Surco - 2018.

De esta manera Maslow (1991, p.252) indica lo siguiente: Influye sobre la conducta humana y es válido en conocer la motivación que poseen las personas beneficiando a un mayor rendimiento laboral y desarrollo de la misma. El individuo que se mantiene en constante motivación, busca su seguridad en un ambiente de orden y tranquilidad dentro del entorno en el que se encuentra, mientras que su necesidad de superación lo motiva a trascender dentro de un grupo social. Existen elementos suficientes relacionados entre sí: clima organizacional, desarrollo profesional y compromiso organizacional respaldando así a las variables endomarketing y

gestión administrativa posean se alineen objetivos y metas que la empresa se proponga.

Se tuvo como objetivo determinar la relación entre el clima organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018. Mediante la prueba de Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia menor a 0,05, es decir “ $0,000 < 0,05$ ”, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además que ambas variables poseen una correlación de 0,664 lo cual indica que es una correlación positiva media. Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe relación entre el clima organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018, por ende el objetivo específico 1 queda demostrado.

Según Miranda (2016) en su tesis titulada “El marketing interno y su relación con el clima organizacional de la IEP James Baldwin.” Para obtener el título de licenciado en administración, en la universidad Nacional del Altiplano Puno, Perú. Se concluyó que la empresa no cuenta con un agradable clima organizacional dificultando la orientación del cliente interno y el interés por la dirección por mejorarlo.

Álvarez (2009) manifiesta en la teoría como el conjunto de aspectos relacionados con la cultura organizacional de la empresa y con poca claridad, puede ser interpretada como la parte cognoscitiva que las personas construyen a partir de realidades que las personas viven colectivamente en el ámbito laboral (p.76). Por lo sucedido se describe que la “teoría de necesidades” apoya la relación determinada como clima esperado referido hacia la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018.

En conclusión, es relevante que las empresas posean un agradable clima laboral para influir en la satisfacción de los trabajadores y la gestión administrativa para de esta manera mantener su productividad en un ambiente confortable y poder desarrollar su trabajo de manera óptima.

Se tuvo como objetivo determinar la relación entre el desarrollo profesional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia menor a 0,05, es decir “ $0,000 < 0,005$ ”, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis

alterna. Además que ambas variables poseen una correlación de 0,585 lo que es una correlación positiva media. Por tanto se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe una relación entre el desarrollo profesional y la gestión administrativa. Surco, 2018, por ende el objetivo específico 2 queda demostrado.

Según Ruiz (2014) en la tesis titulada “Desarrollo del personal y satisfacción laboral en la municipalidad provincial de Sánchez Carrión” Para obtener el título de licenciada en administración, de la Universidad Nacional de Trujillo, Huamachuco, Perú. Se concluyó que las empresas que impulsan el desarrollo profesional de sus colaboradores mejoran su desempeño en el cargo que ocupan y facilitan su formación profesional dentro de ella.

Maslow (1998) en su teoría de las necesidades indica que la persona busca su autorrealización convertido en un objetivo para cada individuo, busca trascender dejando huella en una obra propia para desarrollar su capacidad al máximo. (p.36)

En conclusión, es vital para la organización promover a los empleados a través de cursos y capacitaciones que conlleven a mejorar su desempeño en el puesto que ocupan e impulsar su desarrollo profesional, ello conlleva a tener empleados satisfechos en el nivel académico que se encuentran.

Se tuvo como objetivo determinar la relación entre el compromiso organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018. Mediante la prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia menor a 0,05, es decir “ $0,000 < 0,005$ ”, por ende se rechaza al hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además que ambas variables poseen una correlación de 0,945 lo que es una correlación positiva muy fuerte. Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación indicando que existe una relación entre el compromiso organizacional y la gestión administrativa. Surco, 2018, por consiguiente el objetivo específico 3 queda probado.

Según Mejía (2010) en la tesis titulada “El endomarketing como estrategia para el reclutamiento de personal”. Para obtener el título de licenciado en gerencia de mercadeo, en la Universidad Simón Bolívar, Caracas, Venezuela. Se concluyó que las empresas que atraen, retienen y tienen el fuerte compromiso de sus empleados

logran un fuerte sentido de identidad de los empleados convirtiendo a los colaboradores en embajadores de la marca.

Maslow (1991) manifiesta que dentro de las necesidades que necesita la persona están la de sociabilización donde el individuo busca cierto sentido de pertenencia a un grupo social y la organización. (p.252)

En conclusión, es importante para la organización que los empleados mantengan un fuerte compromiso, que estos se sientan satisfechos donde trabajen y la pertenencia que mantiene el individuo con la empresa. La relación empresa - colaborador es crucial en la organización para fortalecer el vínculo afectivo de los empleados y se le reconozca su buen hacer dentro de la misma.

V. CONCLUSIÓN

De acuerdo a los resultados observados en la presente investigación los elementos propuestos y contrastando con las hipótesis generales y específicas se pudo obtener los siguientes resultados:

1. Se halló existente una relación positiva considerable entre el Endomarketing y la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018.
2. Se identificó la existencia de relación entre el clima laboral y la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018.
3. Es confirmada la presencia de la relación entre el desarrollo profesional y la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018.
4. Se afirma la existencia de relación entre el compromiso organizacional y la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco – 2018.

VI. RECOMENDACIONES

1. En referencia al Endomarketing y la Gestión Administrativa es recomendable promoverla no solo en el área de marketing o ventas si no en todas la areas de la empresa, hacer de ella parte de la cultura de la organización, reflejar por intermedio de los trabajadores la satisfacción de pertenecer a esta institución y la percepción del lugar donde ejercen sus funciones.
2. Con respecto al Clima Organizacional y la Gestión Administrativa se sugiere hacer encuestas anónimas y periódicas dirigidas al personal de cada área, de esta forma se obtiene datos importantes como: conflictos entre empleados, desempeño, nivel de satisfacción de los empleados con la empresa y sus jefes. Organizar eventos que involucren a todos los colaboradores con la finalidad de fomentar la integración y crear un ambiente amigable.
3. Al respecto del Desarrollo Profesional y Gestión Administrativa se recomienda implementar una línea de carrera, para evitar la fuga de talentos y empleados motivados por la autorrealización de sus objetivos y reconocimiento de su esfuerzo en la empresa.
4. En referencia al Compromiso Organizacional y la Gestión Administrativa es aconsejable motivar la confianza y la comunicación constante entre la empresa -empleado, conocer porque ha elegido trabajar en esta organización y cuanto está dispuesto a dar por una empresa que reconoce su esfuerzo, dedicación y experiencia.

VII. REFERENCIAS

- Bonilla, C. y Díaz, V. (2015). *Análisis de la gestión administrativa y su incidencia sobre el desempeño laboral de los funcionarios del hospital cristiano de especialidades “ciudadelas las piñas” del cantón milagro, periodo 2012-2014* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/2797>
- Bordas, M., M. (2016). *Gestión Estratégica del Clima Laboral*. (1ª ed.). España: UNED.
- Calero Mora, J. (2016). *Gestión Administrativa y Calidad de los Servicios en la Municipalidad Provincial de Huaral en el año 2015* (Tesis de bachiller). Recuperada de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/573>
- Chiavenato I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. (5ª ed.). Colombia: McGraw Hill.
- Campos, S. y Loza, P. (2011). *Incidencia de la gestión administrativa de la biblioteca municipal “Pedro Moncayo” de la ciudad de Ibarra en mejora de la calidad de servicios y atención a los usuarios en el año 2011* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1945>
- Jeri, L. y Dextre, M. (2016). *Maximizar el clima organizacional aplicando el endomarketing en la Universidad de Ayacucho Federico Froebel* (Tesis de Magister). Recuperada de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe>
- Lucano, J. y Méndez, S. (2016). *Propuesta de Plan de Endomarketing para mejorar la calidad de servicios de Servicentro Ortiz SRL; Huaraz-2015* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/890>

- Mejías, A. (2010). *El endomarketing como estrategia para el reclutamiento de personal*. (Tesis de licenciatura, Universidad Simón Bolívar). (Acceso el 30 de mayo de 2018)
- Miranda, L. (2013). *El marketing interno y su relación con el clima organizacional de la I.E.P. James Baldwin de la ciudad de Puno, del año 2013*. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/2856>
- Robbins, S. y Coulter, M. (2014). *Administración*. (12ª ed.) México: Pearson Educación.
- Robbins, S. y DeCenzo, D. (2009). *Fundamentos de Administración*. (6ª ed.). México: Pearson Educación.
- Roque, B. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la Mype comercial "San Martín"-Chiclayo*. (Tesis de licenciatura). Recuperada de repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/2708
- Sampieri, F. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. (6ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Sérvulo, A. (2002). *Administración de Pequeñas Empresas*. (2ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Toledo R. (2010). *La importancia de la gestión de marketing interno como un proceso continuo y su repercusión en la organización y el mercado: un enfoque aplicado a empresas del Sector Servicios en Argentina* (Tesis de maestría). Recuperada de bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0295_ToledoRL
- Tamayo, M. (2004). *Proceso de la Investigación Científica*. (4ª ed.). México: Limusa.

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

| “El Endomarketing y su relación con la Gestión Administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018” | | |
|---|---|--|
| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPOTESIS |
| <p>GENERAL: ¿Cómo se relaciona el Endomarketing con la gestión Administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?</p> | <p>GENERAL: Determinar cómo se relaciona el Endomarketing con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.</p> | <p>GENERAL: El Endomarketing se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.</p> |
| <p>ESPECIFICOS: ¿Cómo se relaciona el clima organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?</p> | <p>ESPECIFICOS: Determinar cómo se relaciona el clima organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.</p> | <p>ESPECIFICOS: El clima laboral se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco; 2018.</p> |
| <p>¿Cómo se relaciona el desarrollo profesional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?</p> | <p>Determinar cómo se relaciona el desarrollo profesional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.</p> | <p>El desarrollo profesional se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.</p> |
| <p>¿Cómo se relaciona el compromiso organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018?</p> | <p>Determinar cómo se relaciona el compromiso organizacional con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.</p> | <p>El compromiso organizacional se relaciona significativamente con la gestión administrativa de la empresa Lamsac, Surco - 2018.</p> |

Anexo 2. Cuestionario

ENCUESTA SOBRE EL ENDOMARKETING Y SU RELACION CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA 2018

El significado de cada número es: **1**=Totalmente en desacuerdo **2**=Desacuerdo **3**=Ni en desacuerdo ni de acuerdo **4**=De acuerdo **5**=Totalmente de acuerdo

VARIABLE ENDOMARKETING


| DIMENSIONES | ITEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|--|---|---|---|---|---|
| CLIMA ORGANIZACIONAL | 1. ¿Considera que la remuneración es acorde al mercado laboral? | | | | | |
| | 2. ¿Siente satisfacción al encontrar un agradable clima laboral? | | | | | |
| | 3. ¿Es importante poseer un buen nivel de comunicación interna? | | | | | |
| DESARROLLO PROFESIONAL | 4. ¿Considera necesario un canal de atención confidencial para atender problemas y sugerencias? | | | | | |
| | 5. ¿Considera importante recibir capacitaciones para mejorar las relaciones interpersonales? | | | | | |
| | 6. ¿Considera que existen oportunidades profesionales en la empresa? | | | | | |
| COMPROMISO ORGANIZACIONAL | 7. ¿Considera que la organización merece su confianza? | | | | | |
| | 8. ¿Considera que la empresa debe hacerlo sentir parte de ella y de esta manera se identifique con la misma? | | | | | |
| | 9. ¿Considera el ausentismo laboral como un problema que afecta a toda la empresa? | | | | | |

VARIABLE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

| | | | | | | |
|--------------|--|--|--|--|--|--|
| PLANEACIÓN | 10. ¿Considera que la empresa debería aplicar estrategias publicitarias con el fin de aumentar sus ventas? | | | | | |
| | 11. ¿Considera que se están cumpliendo los objetivos empresariales de la empresa Lamsac? | | | | | |
| | 12. ¿Considera que se está ejecutando adecuadamente el plan estratégico de la empresa? | | | | | |
| ORGANIZACIÓN | 13. ¿Considera que deben de hacerse procedimientos adicionales con la finalidad de mejorar el servicio? | | | | | |
| | 14. ¿Considera que están bien definidas las acciones precisas para alcanzar los objetivos? | | | | | |
| | 15. ¿Considera al liderazgo como el factor con más problemas, se presenta con respecto a la productividad de la empresa? | | | | | |
| DIRECCIÓN | 16.- ¿Considera que la motivación laboral determina la eficiencia y eficacia de los trabajadores? | | | | | |
| | 17.- ¿Existe el compromiso de la gerencia y demás areas por mejorar la calidad del servicio? | | | | | |
| | 18.- ¿Considera necesario la definición de un perfil de competencias para cada puesto? | | | | | |

Anexo 3. Matrices de Validación para la obtención de datos


| MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|---|---|---------------------|---|---|---|---|-------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Título de la investigación: | | "EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO - 2018" | | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del Investigador: | | PALOMINO ESPINOZA DAVID | | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: | | <i>Mtro. CASMA Zárate Carlos</i> | | | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | | | | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA / ORDINAL | | | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| EL ENDOMARKETING | CLIMA ORGANIZACIONAL | REMUNERACIÓN | 1.- ¿Está de acuerdo con la remuneración salarial que percibe? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | SATISFACCIÓN LABORAL | 2.- ¿Se considera satisfecho al encontrar buen clima de trabajo en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | COMUNICACIÓN | 3.- ¿Considera usted que existe un buen nivel de comunicación interna en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | DESARROLLO PROFESIONAL | CAPACITACIÓN | 4.- ¿Considera necesario que la empresa lo capacite constantemente para mejorar su actividad laboral? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | OPORTUNIDADES | 5.- ¿Considera usted que existen oportunidades de desarrollo profesional en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | CONOCIMIENTO | 6.- ¿Considera la evaluación de habilidades y conocimientos como criterios de promoción de personal? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | COMPROMISO ORGANIZACIONAL | CONFIANZA | 7.- ¿Considera necesario conocer las estrategias propuestas por la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | IDENTIDAD ORGANIZACIONAL | 8.- ¿Considera que se cumplen los objetivos de la organización planteados? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|-------------------------|--|---|---|---|---|---|-------------------------------------|--|--|
| | | AUSENTISMO | 9.- ¿Considera usted que se está ejecutando adecuadamente el plan estratégico de la empresa LAMSAC? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| GESTIÓN ADMINISTRATIVA | PLANEACIÓN | ESTRATEGIAS | 10.- ¿Considera que la empresa debería aplicar estrategias publicitarias con el fin de aumentar sus ventas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | OBJETIVOS | 11.- ¿ Considera que se están cumpliendo los objetivos empresariales? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | PLAN ESTRATEGICO | 12.- ¿ Es ejecutado adecuadamente el plan estratégico de la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | ORGANIZACIÓN | EFICIENCIA | 13.- ¿Considera que deben de hacerse procedimientos adicionales con la finalidad de mejorar el servicio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | EFICACIA | 14.- ¿Considera que están bien definidas las acciones precisas para alcanzar los objetivos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | PRODUCTIVIDAD | 15.- ¿Considera al liderazgo como el factor con más problemas se presenta con respecto a la productividad de la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | DIRECCION | MOTIVACION | 16.- ¿ Considera que la motivación laboral determina la eficiencia y eficacia de los trabajadores? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | RESPONSABILIDAD | 17.- ¿ Existe el compromiso de la gerencia y demás áreas por mejorar la calidad del servicio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | | COMPETENCIAS PERSONALES | 18.- ¿ Considera necesario la definición de un perfil de competencias para cada puesto? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Firma del experto  | | | Fecha <u>13/06/18</u> | | | | | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: | | "EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO - 2018" | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|---|---|---------------------|---|---|---|---|-----------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del Investigador: | | PALOMINO ESPINOZA DAVID | | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: | | Arce Alvarez Edwin | | | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | | | | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA / ORDINAL | | | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| EL ENDOMARKETING | CLIMA ORGANIZACIONAL | REMUNERACIÓN | 1.- ¿Está de acuerdo con la remuneración salarial que percibe? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | SATISFACCIÓN LABORAL | 2.- ¿Se considera satisfecho al encontrar buen clima de trabajo en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | COMUNICACIÓN | 3.- ¿Considera usted que existe un buen nivel de comunicación interna en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | DESARROLLO PROFESIONAL | CAPACITACIÓN | 4.- ¿Considera necesario que la empresa lo capacite constantemente para mejorar su actividad laboral? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | OPORTUNIDADES | 5.- ¿Considera usted que existen oportunidades de desarrollo profesional en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | CONOCIMIENTO | 6.- ¿Considera la evaluación de habilidades y conocimientos como criterios de promoción de personal? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | COMPROMISO ORGANIZACIONAL | CONFIANZA | 7.- ¿Considera necesario conocer las estrategias propuestas por la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | IDENTIDAD ORGANIZACIONAL | 8.- ¿Considera que se cumplen los objetivos de la organización planteados? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|-------------------------|--|---|---|---|---|---|--|--|--|
| | | AUSENTISMO | 9.- ¿Considera usted que se está ejecutando adecuadamente el plan estratégico de la empresa LAMSAC? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| GESTIÓN ADMINISTRATIVA | PLANEACIÓN | ESTRATEGIAS | 10.- ¿Considera que la empresa debería aplicar estrategias publicitarias con el fin de aumentar sus ventas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | OBJETIVOS | 11.- ¿ Considera que se están cumpliendo los objetivos empresariales? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | PLAN ESTRATEGICO | 12.- ¿ Es ejecutado adecuadamente el plan estratégico de la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | ORGANIZACIÓN | EFICIENCIA | 13.- ¿Considera que deben de hacerse procedimientos adicionales con la finalidad de mejorar el servicio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | EFICACIA | 14.- ¿Considera que están bien definidas las acciones precisas para alcanzar los objetivos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | PRODUCTIVIDAD | 15.- ¿Considera al liderazgo como el factor con más problemas se presenta con respecto a la productividad de la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | DIRECCION | MOTIVACION | 16.- ¿ Considera que la motivación laboral determina la eficiencia y eficacia de los trabajadores? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | RESPONSABILIDAD | 17.- ¿ Existe el compromiso de la gerencia y demás áreas por mejorar la calidad del servicio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | COMPETENCIAS PERSONALES | 18.- ¿ Considera necesario la definición de un perfil de competencias para cada puesto? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| Firma del experto  | | | Fecha <u>13/06/2018</u> | | | | | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: | | "EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO - 2018" | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|---|---|---------------------|---|---|---|---|-----------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del Investigador: | | PALOMINO ESPINOZA DAVID | | | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: | | DA. COSTUM - CASRILLO PEDRO | | | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | | | | | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA / ORDINAL | | | | | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| EL ENDOMARKETING | CLIMA ORGANIZACIONAL | REMUNERACIÓN | 1.- ¿Está de acuerdo con la remuneración salarial que percibe? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |
| | | SATISFACCIÓN LABORAL | 2.- ¿Se considera satisfecho al encontrar buen clima de trabajo en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |
| | | COMUNICACIÓN | 3.- ¿Considera usted que existe un buen nivel de comunicación interna en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |
| | DESARROLLO PROFESIONAL | CAPACITACIÓN | 4.- ¿Considera necesario que la empresa lo capacite constantemente para mejorar su actividad laboral? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |
| | | OPORTUNIDADES | 5.- ¿Considera usted que existen oportunidades de desarrollo profesional en la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |
| | | CONOCIMIENTO | 6.- ¿Considera la evaluación de habilidades y conocimientos como criterios de promoción de personal? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |
| | COMPROMISO ORGANIZACIONAL | CONFIANZA | 7.- ¿Considera necesario conocer las estrategias propuestas por la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |
| | | IDENTIDAD ORGANIZACIONAL | 8.- ¿Considera que se cumplen los objetivos de la organización planteados? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | / | | |

| | | | | | | | | | | | |
|------------------------|--------------|-------------------------|--|---|---|--------------|---|---|--|--|--|
| | | AUSENTISMO | 9.- ¿Considera usted que se está ejecutando adecuadamente el plan estratégico de la empresa LAMSAC? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| GESTIÓN ADMINISTRATIVA | PLANEACIÓN | ESTRATEGIAS | 10.- ¿Considera que la empresa debería aplicar estrategias publicitarias con el fin de aumentar sus ventas? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | OBJETIVOS | 11.- ¿ Considera que se están cumpliendo los objetivos empresariales? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | PLAN ESTRATEGICO | 12.- ¿ Es ejecutado adecuadamente el plan estratégico de la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | ORGANIZACIÓN | EFICIENCIA | 13.- ¿Considera que deben de hacerse procedimientos adicionales con la finalidad de mejorar el servicio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | EFICACIA | 14.- ¿Considera que están bien definidas las acciones precisas para alcanzar los objetivos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | PRODUCTIVIDAD | 15.- ¿Considera al liderazgo como el factor con más problemas se presenta con respecto a la productividad de la empresa? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | DIRECCION | MOTIVACION | 16.- ¿ Considera que la motivación laboral determina la eficiencia y eficacia de los trabajadores? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | RESPONSABILIDAD | 17.- ¿ Existe el compromiso de la gerencia y demás áreas por mejorar la calidad del servicio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| | | COMPETENCIAS PERSONALES | 18.- ¿ Considera necesario la definición de un perfil de competencias para cada puesto? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| Firma del experto | | | Fecha | | | 13 / 06 / 18 | | | | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 4. Presentación de aplicación del turnitin

feedback studio David Palomino Espinoza "EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO - 2018" ?



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO - 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
PALOMINO ESPINOZA DAVID

ASESOR:
Mgr. CASMA ZÁRATE, CARLOS ANTONIO

LÍNEA DE INVESTIGACION:
MÁRKETING

LIMA-PERÚ
AÑO 2018



Resumen de coincidencias X

12 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

| | | | |
|---|---------------------------|-----|---|
| 1 | repositorio.ucv.edu.pe | 9 % | > |
| | Fuente de Internet | | |
| 2 | Entregado a Universida... | 3 % | > |
| | Trabajo del estudiante | | |
| 3 | www.scribd.com | 1 % | > |
| | Fuente de Internet | | |



Mgr. (Ing) Carlos Casma Zarate
CLAB 13080

Yo, CARLOS CASMA ZÁRATE , docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial LIMA NORTE, revisor de la tesis titulada

"EL ENDOMARKETING Y SU RELACION CON LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO – 2018"

Del(Dela)estudiante: Palomino Espinoza David

....., constato que la investigación tiene un índice de similitud

De 12 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.



Lugar y fecha: Los Olivos, 27-JUN-2018


Mgtr. (IAG) Carlos Casma Zarate
CLAD 13060

DNI:

| | | | | | |
|---------|----------------------------|--------|--------------------|--------|---------------------------------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Responsable de SGC | Aprobó | Vicerrectorado de Investigación |
|---------|----------------------------|--------|--------------------|--------|---------------------------------|



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
Escuela Profesional de Administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

David Palomino Espinoza

INFORME TÍTULADO:

“EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA LAMSAC, SURCO - 2018”.


PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: **27/06/2018**

NOTA O MENCIÓN: **16 (DIECISEIS)**





DR. IVAN ORLANDO TANTALEAN TAPIA
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN
DE LA EP ADMINISTRACIÓN



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO
INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo David Palomino Espinoza, identificado con DNI N°
...43767975....., egresado de la Escuela Profesional
de...Administración..... de la Universidad César Vallejo, autorizo ()

No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de
investigación titulado

"EL ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA
EMPRESA LAMSAC, SURCO – 2018"

en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>),
según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de
Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....





FIRMA

DNI: 43767975.....

FECHA: 27 de JUNIO del 2018

| | | | | | |
|---------|----------------------------|--------|--------------------|--------|---------------------------------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Responsable de SGC | Aprobó | Vicerrectorado de Investigación |
|---------|----------------------------|--------|--------------------|--------|---------------------------------|