



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“INCIDENCIA DEL MARKETING INTERNO EN LA SATISFACCIÓN DE
LOS CLIENTES DE LA EMPRESA SERVIMEDIC PERÚ S.A.C. EN EL
DISTRITO DE LOS OLIVOS, EN EL AÑO 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:
SUSAN MARY RAMIREZ BIENVENIDA**

**ASESOR:
DR. VÍCTOR DEMETRIO DÁVILA ARENAZA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
MARKETING**

LIMA – PERÚ

2015

PÁGINA DEL JURADO

.....
PRESIDENTE

Dr. Víctor Dávila Arenaza

.....
SECRETARIO

Dr. Edwin Arce Álvarez

.....
VOCAL

Dr. Lessner León Espinoza

DEDICATORIA:

Dedico el presente trabajo a mis padres que son mi ejemplo a seguir y mi fuerza para salir adelante.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por confiar en mí y alentarme siempre a seguir superándome, a mis profesores por sus enseñanzas y a Dios por permitirme lograr mis objetivos.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo RAMIREZ BIENVENIDA, SUSAN MARY con DNI N° 47780901, 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 de Administración, declaro bajo juramento que toda la 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 información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Julio del 2015

SUSAN MARY RAMIREZ BIENVENIDA

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Incidencia del marketing interno en la satisfacción de los clientes de la empresa Servimedica Perú S.A.C. en el distrito de Los Olivos, en el año 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración de empresas.

La Autora

ÍNDICE

	Página
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Problema	20
1.1.1. Problema General	
1.1.2. Problemas Específicos	
1.3. Objetivo	22
1.3.1. Objetivo General	
1.3.2. Objetivo Específicos	
II. MARCO METODOLOGICO	23
2.1. Hipótesis	23
2.1.1. Hipótesis General	
2.1.2. Hipótesis Específicos	

2.2. Variables	23
2.3. Operacionalización de variables	24
2.4. Método	26
2.5. Tipos de estudio	26
2.6. Diseño	26
2.7. Población, muestra y muestreo	27
2.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
2.9. Métodos de análisis de datos	29
III. RESULTADOS	30
IV. DISCUSIÓN	45
V. CONCLUSIONES	46
VI. SUGERENCIAS	48
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	49
VIII. ANEXOS	

RESUMEN

La presente tesis ha tenido como objetivo determinar cómo incide el marketing interno en la satisfacción de los clientes de la empresa Servimedica Perú S.A.C. ubicada en el distrito Los Olivos, en el año 2015. Siendo la población 50 trabajadores, la muestra fue censal, se utilizó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario para obtener la información de la muestra representativa antes señalada siendo procesados a través del programa SPSS lográndose los cuadros de frecuencia y graficas respectivas, las mismas que fueron discutidas y analizadas lográndose como conclusión que el marketing interno incide significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa Servimedica Perú S.A.C.

Palabras clave: marketing interno, satisfacción del cliente.

ABSTRACT

This thesis has aimed to determine how this affects internal marketing in customer satisfaction Company Servimedica Peru SAC located in the Los Olivos district, in 2015. As the population 50 workers, the sample was census, the survey technique was used and the questionnaire as a tool to obtain the information from the aforementioned representative sample being processed through the program SPSS achieving tables and graphs respective frequency, the same that were discussed and analyzed achieving the conclusion that the internal marketing significantly affects customer satisfaction company Servimedica Peru S.A.C.

Keywords: internal marketing, customer satisfaction.