



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“Marketing interno y compromiso organizacional de los colaboradores
en la Dirección de Manejo Ambiental del Proyecto Especial Alto
Mayo– 2020”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración**

AUTOR:

Vásquez Rodríguez Ramón (ORCID: 0000-0001-6505-9693)

ASESOR:

Mtro. Paz Vílchez José Eber (ORCID: 0000-0002-1711-3795)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

MOYOBAMBA– PERÚ

2020

Dedicatoria.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes incluido este, me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Gracias mamá y papá.

Agradecimiento

A Dios, por darme la vida y vivir en medio de una gran familia y recibir sus bendiciones cada día.

A mi esposa e hijos por quererme incondicionalmente y apoyarme en el bello camino de la vida y siempre estar a mi lado.

A mis hermanos, por el constante apoyo, el aliento y respaldo para seguir adelante y terminar mi carrera.

A mi hermano, Rafael Vásquez Rodríguez, un agradecimiento muy en especial, por ser el artífice del inicio y culminación de mi carrera. Y a todos aquellos que me quieren y apoyan siempre.

Índice de contenidos

| | |
|--|-----|
| Dedicatoria | i |
| Agradecimiento | ii |
| Índice de contenidos | iii |
| Índice de tablas | iv |
| Índice de gráficos o figura | v |
| Resumen..... | vi |
| Abstract | vii |
| I INTRODUCCIÓN | 1 |
| II MARCO TEÓRICO..... | 4 |
| III METODOLOGIA..... | 11 |
| 3.1 Tipo y diseño de Investigación | 11 |
| 3.2 Variables y operacionalización..... | 11 |
| 3.3 Población, muestra y muestreo:..... | 13 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 14 |
| 3.5 Procedimientos. | 14 |
| 3.6 Método de análisis. | 15 |
| 3.7 Aspecto Ético. | 15 |
| IV RESULTADOS..... | 16 |
| V DISCUSIÓN:..... | 33 |
| VI CONCLUSIONES | 36 |
| VII RECOMENDACIONES..... | 38 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS | 39 |
| ANEXOS | |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Información descriptiva de edad, sexo y estado civil | 16 |
| Tabla 2 Condición laboral, tiempo de servicio y conoce la misión y visión..... | 17 |
| Tabla 3 Grado de instrucción y cargo que ocupa | 19 |
| Tabla 4 Marketing interno | 21 |
| Tabla 5 Compromiso organizacional | 22 |
| Tabla 6 Dimensiones del Marketing interno | 23 |
| Tabla 7 Dimensiones del compromiso organizacional | 24 |
| Tabla 8 Fiabilidad de la variable Marketing interno | 25 |
| Tabla 9 Fiabilidad de la variable Compromiso organizacional | 26 |
| Tabla 10 Prueba de normalidad de las variables | 26 |
| Tabla 11 Correlación entre marketing interno y compromiso organizacional ... | 28 |
| Tabla 12 Correlación entre desarrollo de empleados y compromiso organizacional | 29 |
| Tabla 13 Correlación entre contratación y retención de empleados y Compromiso organizacional | 30 |
| Tabla 14 Correlación entre Adecuación al trabajo y el compromiso Organizacional | 31 |
| Tabla 15 Correlación entre comunicación interna y compromiso Organizacional | 32 |

Índice de gráficos o figura

| | |
|---|----|
| Figura 1 Información descriptiva de edad, sexo y estado civil | 16 |
| Figura 2 Condición laboral, tiempo de servicio y conoce la misión y visión..... | 18 |
| Figura 3 Grado de instrucción y cargo que ocupa | 20 |
| Figura 4 Marketing interno | 21 |
| Figura 5 Compromiso organizacional | 22 |
| Figura 6 Dimensiones del Marketing interno | 23 |
| Figura 7 Dimensiones del compromiso organizacional | 25 |

Resumen.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el marketing interno y el compromiso organizacional en la Dirección de Manejo Ambiental del Proyecto Especial Alto Mayo en el año 2020. El tipo de estudio fue descriptivo correlacional, con diseño no experimental en modalidad transversal, con una muestra no probabilística conformada por 36 empleados. Se utilizó el cuestionario de Marketing Interno diseñado por Bohnenberger y la escala de compromiso organizacional creado por Meller y Allen, adaptados ambos por Zegarra. El análisis estadístico incluyó la prueba de fiabilidad de ambos cuestionarios con el Alpha de Cronbach (0.857 y 0.760 respectivamente), la prueba de contraste de normalidad para la distribución de la muestra mediante el estadístico de Shapiro Wilk (entre 0.916 y 0.968) y para medir la correlación o interdependencia de las variables se aplicó el coeficiente Pearson (>0.05). Se determinó que en la Dirección de Manejo Ambiental del PEAM el marketing interno tiene una correlación positiva débil con el compromiso organizacional, representada por un (Pearson=0.388^{*}); y similar comportamiento existe con las dimensiones correspondientes. En consecuencia, se recomienda implementar estrategias articuladas de información y atención al personal para lograr un mayor compromiso organizacional de los empleados y de esta manera mejorar la gestión y el logro de metas y objetivos de la Dirección.

Palabras clave: *Marketing interno, Compromiso Organizacional, Coeficiente Pearson.*

Abstract

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between internal marketing and organizational commitment in the Dirección de Manejo Ambiental del Proyecto Especial Alto Mayo in 2020. The research method was correlational descriptive, with a non-experimental design in cross-sectional modality and a non-probabilistic sample made up of 36 employees. The Internal Marketing questionnaire designed by Bohnenberger and the organizational commitment scale created by Meller and Allen were performed, both adapted by Zegarra. The statistical analysis included the reliability test of both questionnaires with Cronbach's Alpha (0.857 and 0.760 respectively), the normality contrast test for the sample distribution using the Shapiro Wilk statistic (between 0.916 and 0.968) and to measure the correlation or interdependence of the variables was applied the Pearson coefficient (> 0.05). It was determined that in the Dirección de Manejo Ambiental del PEAM, internal marketing has a weak positive correlation with organizational commitment, represented by a (Pearson = 0.388 *); and similar behavior exists with the corresponding dimensions. Consequently, the implementation of an articulated information and attention to personnel strategies is recommended to achieve greater organizational commitment from employees and thus improve management and the achievement of goals and objectives of the unit.

Keywords: *Internal Marketing, Organizational Commitment, Pearson Coefficient.*