



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“Marketing interno y compromiso organizacional de los colaboradores de la gerencia
de Multibanca del Banco de Crédito - La Molina - 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

Ana Luisa Huamanhorque Castro

ASESOR:

M Sc. Flabio Romeo Paca Pantigoso

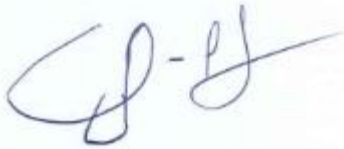
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LIMA - PERÚ

2017

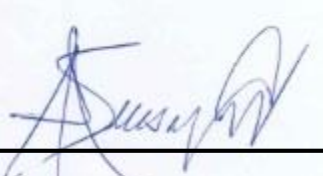
II. PAGINA DEL JURADO



Dr. Oscar Salas Quintos
PRESIDENTE



Mg. Lupe Graus Cortez
SECRETARIO



Mg. Federico Suasnabar Ugarte
VOCAL

Dedicatoria

Esta tesis la dedico a Dios, quien me guía por el buen camino, a mi familia por el apoyo constante, por estar siempre presente en cada paso que brindo para lograr alcanzar mis metas.

Agradecimiento

Quiero agradecer a mis padres, porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante y sin su apoyo el camino a recorrer hubiera sido más complicado de lo que fue.

A todos mis maestros ya que ellos me enseñaron valorar los estudios y a superarme cada día.

Y agradezco a Dios por darme la salud y vida, que de tal manera pueda realizar mis sueños y metas propuestas.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Ana Luisa Huamanhorqqe Castro con DNI N° 46971042, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, facultad de Ciencias Empresariales, escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es vera y autentica.

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

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

Lima, 07 de julio del 2017

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ana Luisa Huamanhorqqe Castro', is written over a horizontal line.

Ana Luisa Huamanhorqqe Castro

PRESENTACION

Señores miembros del Jurado, presento ante todos ustedes la tesis “Marketing Interno y Compromiso Organizacional de los Colaboradores de la Gerencia de Multibanca del Banco de Crédito, La Molina – 2016” con la finalidad de cumplir la evaluación curricular de Desarrollo de Investigación de la universidad Cesar Vallejo, donde espero cumplir con todos los requisitos solicitados para adquirir el Título Profesional de Licenciada en Administración.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Diana', written over a horizontal blue line. The signature is stylized and cursive.

Índice

Pagina del jurado	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento	IV
Declaración de autenticidad.....	V
Presentacion	VI
Resumen.....	IX
Abstract.....	X
I. Introducción	11
1.1 Realidad problemática	11
1.2. Trabajos previos	13
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	17
1.5 Justificación de estudio.....	21
1.7 Objetivos.....	23
II. Método	24
2.1 Diseño de investigación	24
2.2 Variables, operacionalización	25
2.3 Población y Muestra	26
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	28
III. Resultados.....	33
IV. Discusion	37
V. Conclusion	39
VI. Recomendaciones	41
VII. Referencias	43
Anexos	45
Instrumentos de recolección de datos variable marketing interno	45
Instrumentos de recolección de datos variable compromiso organizacional	48
Instrumento de validacion de la variable marketing interno	50
Instrumento de validacion de la variable compromiso organizacional	62
Matriz de consistencia	73

Análisis de la variable marketing interno y sus dimensiones	75
Análisis de la variable compromiso organizacional y sus dimensiones	80

INDICE DE TABLAS

Cuadro de Operacionalización de las variables	26
Validez del cuestionario de la variable marketing interno.....	29
Validez del cuestionario de la variable compromiso organizacional.....	30
Fiabilidad del instrumento marketing interno	31
Fiabilidad del instrumento compromiso organizacional	31
Tabla 06: tabla cruzada marketing interno y compromiso organizacional	34
Tabla 07: tabla cruzada desarrollo de los empleados y compromiso organizacional	35
Tabla 08: tabla cruzada la comunicación y compromiso organizacional	36
Tabla 08: tabla cruzada la comunicación y compromiso organizacional	36
Tabla 10: tabla cruzada el reconocimiento de los empleados y compromiso organizacional	37

INDICE DE GRAFICOS

Distribución de frecuencia de la variable marketing interno	72
Distribución de frecuencia de la dimensión desarrollo de los empleados	73
Distribución de frecuencia de la dimensión Comunicación	74
Distribución de frecuencia de la dimensión Conocimiento	75
Distribución de frecuencia de la dimensión Reconocimiento de los empleados	76
Distribución de frecuencia de la dimensión variable compromiso organizacional	77
Distribución de frecuencia de la dimensión Compromiso afectivo.....	78
Distribución de frecuencia de la dimensión Compromiso de continuación	79
Distribución de frecuencia de la dimensión Compromiso normativo	80

RESUMEN

La presente investigación esta titulada “Marketing interno y compromiso organizacional de los colaboradores de la gerencia de multibanca del banco de crédito - la Molina - 2016”; es de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal y de enfoque cuantitativo, donde el objetivo es determinar la relación entre el marketing interno y compromiso organizacional de los colaboradores de la gerencia de Multibanca del Banco de Crédito - La Molina - 2016. Se utilizó las teorías propuestas por Bohnenberger (2005) con su teoría del marketing interno y a Meyer y Allen (1996) con su teoría del compromiso organizacional. La población de estudio estuvo conformada por 262 colaboradores del banco de crédito, para lo cual se empleó la técnica de encuesta, en base a un cuestionario. Luego se procesó la información recopilada en el software SPSS, donde, se usó la estadística descriptiva; obteniendo las tablas de frecuencias, gráficos y las tablas cruzadas según lo planteado en los objetivos de investigación, se analizó y se interpretó ambas variables. Asimismo, en cuanto a los resultados alcanzados en el análisis estadístico mediante la prueba Rho Spearman en la contrastación de hipótesis entre las variables se logró una correlación moderada, lo cual demuestra que existe un adecuado Marketing Interno, por ende, los colaboradores tienen un compromiso organizacional considerado.

Palabras Clave: Marketing Interno, Compromiso Organizacional.

ABSTRACT

The present research is titled "Internal Marketing and Organizational Commitment of the collaborators of the management of multibanca of the credit bank - the Molina - 2016"; Is a correlational descriptive level, non - experimental cross - sectional design and quantitative approach, where the objective is to determine the relationship between internal marketing and organizational commitment of employees of multibanca management of the credit bank - la molina - 2016.

We used the theories proposed by Bohnenberger (2005) with his theory of Internal Marketing and Meyer and Allen (1996) with his theory of Organizational Commitment. The study population consisted of 262 employees of the credit bank, for which the survey technique was used, based on a questionnaire. We then processed the information collected in the SPSS software, where descriptive statistics were used to obtain the tables of frequencies, graphs and cross tables according to what was set out in the research objectives, analyzed and interpreted both variables. Likewise, as regards the results achieved in the statistical analysis by the Rho Spearman test in the hypothesis testing between the variables a moderate correlation was obtained in a 0.265, which shows that there is an adequate Internal Marketing, therefore the collaborators have a Organizational commitment.

Key Words: Internal marketing, organizational commitment.