

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela profesional de Administración



**Endomarketing y satisfacción laboral en el área de admisión
y el departamento de operaciones de la Clínica Good Hope,
Lima – 2019**

Autor:

Gianella Rocio Flores Valencia

Asesor:

Mg. Julio Gerson Rengifo Mansilla

Lima, 4 de agosto, 2020

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

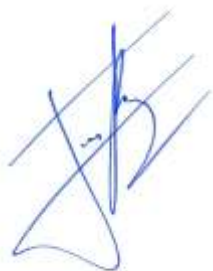
Yo, *Julio Gerson Rengifo Mansilla*, de la Facultad Ciencias Empresariales, Escuela Profesional Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: ***“ENDOMARKETING Y SATISFACCIÓN LABORAL EN EL ÁREA DE ADMISIÓN Y EL DEPARTAMENTO DE OPERACIONES DE LA CLÍNICA, GOOD HOPE, LIMA-2019”*** constituye la memoria que presenta la **Bachiller Gianella Rocio Flores Valencia**, para aspirar al título de Profesional de Administración, siendo realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Lima, a los 11 días del año 2020.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. G. R. M.', written over a horizontal line.

Mg. Julio Gerson Rengifo Mansilla

Acta de Sustentación

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a 04 días del mes de agosto del año 2020 siendo las 15:00 hrs., se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado:Mtra. Danny Lita Alomía Lozano,..... el secretario: Mg. Ricardo Elías Jarama Soto y los demás miembros: Dr. Alexander David De La Cruz Vargas, Mtro. David Junior Elías Aguilar Panduro y..... el asesor Mg. Julio Gerson Rengifo Mansilla con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis titulada: "Endomarketing y satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la Clínica Good Hope, Lima – 2019".....de el/los Bachiller/es: a). Flores Valencia Gianella Rocio.b)... .. Conducente a la obtención del Título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionalescon Mención en....., El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado. Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Flores Valencia Gianella Rocio

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy Bueno

Candidato (b):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el Presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Presidente



Secretario

Asesor

Miembro

Miembro



Candidato/a (a)

Candidato/a (b)

DEDICATORIA

A Dios, por sus infinitas bendiciones, por guiar mi camino, por haberme dado el privilegio de contar con una familia maravillosa, y por permitir la culminación de mi carrera universitaria con éxito.

A mis queridos padres, Alexander Flores y Betty Valencia, por motivar mi desarrollo personal y profesional con mucho amor, cariño y apoyo incondicional.

A mi querida hermana Katusca Flores, por ser mi hermana y mi mejor amiga a la vez, por ser mi soporte, por confiar y creer siempre en mí.

AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento a la plana docente de la Universidad Peruana Unión, quienes me apoyaron durante el proceso de elaboración de ésta investigación.

Por otro lado, manifiesto un sincero agradecimiento al Licenciado Julio Rengifo Mansilla, por su apoyo y asesoramiento en el desarrollo exitoso mi trabajo de investigación.

Así mismo, expreso mi agradecimiento a todas aquellas personas que me apoyaron durante el desarrollo de éste proceso, tanto amigos como docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, cuyos consejos, aportes y ánimo fueron de gran impacto en el desarrollo de esta investigación.

TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS	2
Acta de Sustentación.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
Resumen.....	11
Summary.....	12
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO 1.....	14
1.1 Planteamiento del problema.....	14
1.1.1. Descripción del problema	14
1.2 Formulación del problema	15
1.3 Objetivos de la investigación	16
1.4 Justificación	17
CAPÍTULO II.....	18
2.1 Marco teórico	18
2.1.1. Antecedentes de investigación.....	18
2.2 Marco teórico	20
2.2.1 Endomarketing.....	20
2.2.2 Modelos de endomarketing.....	25

2.2.3 Satisfacción laboral.....	27
2.2.4 Modelos de satisfacción laboral.....	35
2.2.5 Marco conceptual o términos.....	37
CAPÍTULO III.....	42
3.1 Metodología.....	42
3.1.1 Tipo de estudio.....	42
3.1.2 Diseño de investigación.....	42
3.2 Hipótesis.....	43
3.2.1 Hipótesis general.....	43
3.2.2 Hipótesis específicas.....	43
3.3 Identificación de la variable.....	44
3.4 Operacionalización de variables.....	45
3.5 Población y muestra.....	48
3.5.1 Delimitación espacial y temporal.....	48
3.5.2 Delimitación de la población y muestra.....	48
3.6 Diseño del instrumento de la variable endomarketing:.....	49
3.7 Diseño del instrumento de la variable satisfacción laboral.....	50
3.8 Validación de expertos.....	50
3.9 Confiabilidad.....	50
3.9.1 Alpha de Cronbach.....	51
3.10 Técnicas de recolección de datos.....	54
3.10.1 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.....	55

CAPÍTULO IV	56
4.1 Resultados y discusión.....	56
4.1.1 Resultados estadísticos	56
4.1.2 Análisis de las variables endomarketing y satisfacción laboral.....	58
4.1.3 Análisis de los ítems de la variable endomarketing.....	59
4.1.4 Análisis de las variables endomarketing y satisfacción laboral.....	60
4.1.5 Análisis de las medias por ítem de la variable satisfacción laboral.....	61
4.1.6 Análisis de las medias por dimensiones de la variable satisfacción laboral	64
4.2 Contrastación de hipótesis	65
4.2.1 Prueba de normalidad	65
4.2.2 Análisis de la relación de las variables endomarketing y satisfacción laboral.....	66
4.3 Hipótesis general.....	66
4.3.1 Hipótesis específica 1	68
4.3.2 Hipótesis específica 2	69
4.3.3 Hipótesis específica 3	70
4.3.4 Hipótesis específica 4	71
4.3.5 Hipótesis específica 5	72
4.3.6 Hipótesis específica 6	73
4.6.7 Hipótesis específica 7	74
Discusión	75

4.8 Resultados de los objetivos.....	75
4.8.1 Objetivo general:.....	75
4.8.1 Objetivos específico 1.....	76
4.8.2 Objetivos específico 2.....	76
4.8.3 Objetivos específico 3.....	76
4.8.4 Objetivos específico 4.....	77
4.8.5 Objetivos específico 5.....	77
4.8.6 Objetivos específico 6.....	77
4.8.7 Objetivos específico 7.....	78
4.9 Conclusión y recomendaciones	78
4.9.1 Conclusión	78
4.9.2 Recomendaciones	79
Referencias.....	80
Anexos	91
Anexo 1.....	91
Validación de expertos.....	91
Anexo 2.....	93
Matriz de consistencia	93
Anexo 3.....	97
Instrumento	97
Anexo 4.....	100
Instrumento	100

Anexo 5.....	102
Cronograma de ejecución	102
Anexo 6.....	103
Presupuesto	103

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral en los colaboradores del área de admisión y el departamento de operaciones de la clínica Good Hope, 2019, por lo cual se empleó un tipo de estudio descriptivo - correlacional de diseño transversal, la muestra estuvo conformada por 94 colaboradores pertenecientes al área de admisión y del departamento de operaciones de la clínica Good Hope, conformado por: emergencia, presupuestos, altas, facturación ambulatoria y facturación hospitalaria; los resultados se obtuvieron a través de la implementación de la prueba estadística de r de Pearson, resultando una correlación positiva media entre el la variable principal endomarketing y la variable secundaria satisfacción laboral con una puntuación de $Rho = 0.395$ y un p valor de 0.000 ($p < 0.05$); concluyendo que, cualquier modificación o alteración en el endomarketing, repercutirá medianamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de las áreas mencionadas.

Palabras clave: Endomarketing; satisfacción laboral; cliente interno; comunicación interna; motivación.

Summary

The purpose of this research work was to determine the relationship between endomarketing and job satisfaction in the collaborators of the admission area and the operations department of the Good Hope clinic, 2019, for which a descriptive type of study was used - Cross-sectional correlational design, the sample consisted of 94 collaborators in the admission area and the operations department of the Good Hope clinic, made up of: emergency, budgets, discharges, outpatient billing and hospital billing; The results were obtained through the implementation of the Pearson r statistical test, resulting in a mean positive correlation between the main endomarketing variable and the secondary variable job satisfaction with a Rho score = 0.395 and a p value of 0.000 ($p < 0.05$); concluding that, any modification or alteration in endomarketing, will have a moderate impact on the job satisfaction of employees in the aforementioned areas.

Keywords: Endomarketing; work satisfaction; internal customer; internal communication; motivation

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “Endomarketing y satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la Clínica Good Hope

Lima, 2019” tiene como finalidad determinar la relación que existe entre la primera variable referida al endomarketing, la cual percibe a los empleados de la organización como clientes internos y refiere al conjunto de estrategias relacionadas a reforzar la relación de la organización y el cliente interno

La segunda variable referente a la satisfacción laboral de las reacciones afectivas y comportamientos de los colaboradores, basados en creencias y valores de los mismos; además de la capacidad que posee la organización para satisfacer los aspectos psicosociales de sus colaboradores.

La investigación está compuesta por cuatro capítulos, el capítulo I describe la realidad problemática, se relata la justificación de la investigación, y se plantean los objetivos de la investigación.

En el capítulo II se describe los antecedentes de la investigación de trabajos previos relacionados a las variables analizadas, así mismo, se refieren las bases teóricas y el marco conceptual para reforzar las variables analizadas.

En el capítulo III se narra la metodología de la investigación, se plantean las hipótesis, se presenta la operacionalización de las variables para establecer la relación entre las variables, y se describe la población y muestra de la investigación.

En el capítulo IV se presenta la información sociodemográfica y sociolaboral, se expone el análisis y la interpretación de los resultados estadísticos de la investigación, se realiza la contrastación de las hipótesis y se muestran las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO 1

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1. Descripción del problema

En la actualidad lo único constante es el cambio, por tal motivo las organizaciones buscan alternativas de diferenciación, es decir ventajas competitivas que logren sostenibilidad de las mismas desde la perspectiva de Suquilandia(2018). De acuerdo a lo anterior, es fundamental acotar que la aplicación de la estrategia de marketing interno, conocido como endomarketing, juega un rol muy importante en cualquier organización. Es por ello que se hace necesario mencionar a Vásquez (2019), quien considera que deben desarrollarse en un sentido que vaya más allá de generar rentabilidad y se empiece a reforzar la relación con el cliente interno. Sin embargo, el concepto del endomarketing en varias organizaciones del Perú no está completamente definido, por esta razón, las agencias especializadas en el marketing interno son un gran soporte tanto para el desarrollo como para potenciar el talento humano de las organizaciones que están empezando a aplicarlo. (Schwertner, 2015)

Resulta así mismo interesante resaltar el trabajo de Supera (2014), quien realizó una investigación en Lima, Arequipa y Chiclayo durante los meses de abril y junio, tomando como muestra a 1,500 colaboradores de primera, segunda y tercera línea de diferentes sectores, tales como: minería, banca, retail, telecomunicaciones y servicios, de los cuales el 45% admitió no sentirse feliz en su centro de labores por: desvalorización de ideas, falta de comunicación, apoyo, liderazgo y remuneración baja. Como complemento, un estudio realizado por Zenger & Folkman (2012), concluyó en que ningún aumento de salario o beneficios resolverá los problemas creados por un superior que no tiene talento para el liderazgo, en efecto si se incrementa la satisfacción laboral, se incrementará la satisfacción del cliente final, puesto que se reflejará en una reducción

de estrés y una mayor motivación del trabajo. Finalmente, en relación con las implicaciones anteriores Torres (2014), luego de realizar varios estudio concluye que los trabajadores de mayor edad siempre se han expresado más satisfechos con su trabajo que los de menor edad.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general:

¿Qué relación existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

1.2.2 Problemas específicos

¿Qué relación existe entre el endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

¿Qué relación existe entre el endomarketing y el desempeño laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

¿Qué relación existe entre el endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

¿Qué relación existe entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

¿Qué relación existe entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

¿Qué relación existe entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

¿Qué relación existe entre el endomarketing y la relación con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y la relación con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

1.4 Justificación

En atención a la problemática expuesta, el presente trabajo de investigación busca analizar el endomarketing, el cual está conformado por motivación y comunicación interna, tanto horizontal como vertical, que en combinación y una adecuada implementación producirán satisfacción laboral en los colaboradores, que a su vez está formado por: desempeño de tareas, capacitación, condiciones físicas o materiales, beneficios remunerativos, políticas administrativas, relaciones interpersonales, relación con la autoridad, del personal del área de Admisión y el Departamento de Operaciones de la Clínica Good Hope, y al mismo tiempo constituido por: Facturación ambulatoria, facturación hospitalaria y altas, emergencia, presupuestos y admisión hospitalaria.

Sobre la base de las ideas recientes, visto de esta forma, se hace mención a las áreas pertenecen al dominio financiero, puesto que en conjunto generan rentabilidad para la institución, mediante un proceso que empieza en: Admisión y emergencia, admisión hospitalaria, y presupuesto; finalizando tanto en facturación ambulatoria como en facturación hospitalaria.

Por lo tanto en esta perspectiva, la presente investigación resaltará y reforzará acciones que tiene la organización con sus colaboradores, además de ello, la información de los resultados obtenidos brindará ayuda al departamento de Gestión de Talento Humano en el rediseño de sus procesos internos, generando cambios que serán muy beneficiosos para

la organización, debido a que los clientes internos al percibirán un buen endomarketing sentirán satisfacción realizando su trabajo con mayor ahínco.

CAPÍTULO II

2.1 Marco teórico

2.1.1. Antecedentes de investigación

Luego de la revisión de trabajos previos, que destacan autores nacionales que dan sustento al tema en estudio, a continuación se presenta algunos trabajos relacionadas al tema de investigación

En relación con el estudio Paz (2018), en su trabajo titulado: relación entre el endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores en la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, 2017. (Tesis de pregrado) Universidad Peruana Unión, Perú, tuvo por objetivo determinar la relación entre el endomarketing con el compromiso organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de la ASEANOR, siendo una investigación descriptiva de diseño no experimental transversal, tomó como muestra a la totalidad de la población, compuesta por 125 trabajadores. En ese sentido para comprobar la fiabilidad del instrumento, se hizo una prueba de Alfa de Cronbach de ,967 ,939 ,969 de las variables de endomarketing compromiso organizacional y satisfacción laboral respectivamente; además se realizó un coeficiente de correlación de Rho Spearman del endomarketing con el compromiso organizacional ($Rho = 0.870$); y con la satisfacción laboral se encontró una relación positiva muy fuerte ($Rho = 0.964$).

Conviene destacar el trabajo de Quiroz (2017), quien realizó una investigación titulada: *Marketing Interno y Compromiso Organizacional en el Personal Administrativo de la Universidad Privada – Lima, 2016*. (Tesis de maestría) Universidad Cesar Vallejo, que tuvo como objetivo general determinar la relación entre Marketing interno y el compromiso organizacional en el personal de la Universidad César Vallejo – Lima, 2016. De acuerdo a lo anterior la investigación desde un enfoque cuantitativo, descriptiva correlacional, de diseño no experimental transversal, tuvo una población compuesta por 350 trabajadores, y 183 formaron parte de la muestra. Al mismo tiempo, la validez de construcción de instrumentos tanto para la variable endomarketing como para la variable compromiso laboral estuvo avalada por análisis factoriales, los cuales alcanzaron una varianza total de 0.75, y 0.77 respectivamente. Finalmente para la fiabilidad del instrumento, se aplicó un análisis de alpha de cronbach, con resultados de 0.70 y 0.75, los cuales demostraron que los instrumentos fueron fiables; la correlación medida por un análisis de Spearman, resultando 0.830 indicando una correlación positiva con un $\text{Sig}=0.015 < 0.05$ aceptando la hipótesis alternativa: existe relación entre el marketing interno y el compromiso organizacional en el personal de la Universidad Privada – Lima, 2016.

En este orden de ideas para Falcón (2017), en su trabajo titulado: *Relación entre el marketing interno, la satisfacción laboral y el compromiso organizacional en trabajadores de estaciones de servicio: caso aplicado a la empresa Gazel Perú* (Tesis de pregrado) Universidad de San Ignacio de Loyola, tuvo una investigación exploratoria cuantitativa; de este estudio la población estuvo compuesta por 270 trabajadores la de empresa Gazel Perú, delimitada por los siguientes criterios de inclusión y exclusión: No pertenecer a la planilla de Gazel Perú., laborar en una estación de servicios de Gazel Perú fuera de Lima y Callao, desempeñar funciones

administrativas u otras funciones dentro de estaciones de servicio sin trato directo con clientes externos, trabajadores que se encuentren en periodo vacacional o con subsidio por accidente, enfermedad, licencia de maternidad (o paternidad) u otra índole durante la aplicación de la encuesta; el instrumento estuvo validado por el modelo de análisis PLS SEM, resultando en los niveles de confiabilidad y validez, además de ser analizados por un análisis factorial resultando con cargas superiores a 0.50.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Endomarketing

En relación a la temática expuesta al hablar de endomarketing, se define como una herramienta de gestión que percibe a los empleados de la organización como clientes internos, que requiere de estrategias de relacionamiento y gerenciamiento, mediante de estrategias de promoción, convirtiéndola además en una gran alternativa para atender mejor a los consumidores finales.

De hecho cabe decir que Iliopoulos 2009, citado por Rodrigues, Queirós, & Pires (2016), refieren que el endomarketing es una herramienta de gestión, que percibe a los empleados de una organización como clientes internos y se refiere en comunicar, atender.

Ahora bien desde la óptica de Gronroos, 1990, citado por Paz (2018)), expone el concepto en desarrollar y motivar a los trabajadores. De este modo paraBerry y Parasuraman, (1991, citados por Sánchez & Silva (2017), a través de estrategias y acciones planeadas. Por consiguiente Regalado, Allpacca, Baca, & Gerónimo, 2001), los integran hacia la implementación efectiva de estrategias corporativas y funcionales. Evidentemente para(Rafiq y Ahmed, 2000 citados por Rodrigues et al. (2016)), la definición de endomarketing encuentra orientanda sus acciones, en la calidad del

servicio de forma voluntaria. A partir de estas percepciones Soriano (1993, citados por Aragón & Tania (2018)) contribuyen con la identificación de su empresa. En esa línea argumental para De Bruin- Reynolds et al., 2015, citados por Araque et al. (2017), las acciones de marketing interno son estrategias de promoción, y una gran alternativa para atender mejor a los consumidores finales. También para Kotler y Keller, (2012, citados por Gonzales, Vazquez, Vizcano, & Mayorga (2016), frente a ésta formulación, es necesario que el marketing interno se desarrolle previo al externo. En esa línea argumental para Berry y Parasuraman (1991, citados por Paz 2018), expresan que teniendo en cuenta una buena gestión de recursos humanos, la misma generará cambios en las actitudes de los trabajadores. Desde luego según Bak (1994, citado por (Aragón & Tania, 2018), cuando se encuentren satisfechos, la empresa mejorará su capacidad de atención alcanzando la satisfacción del consumidor final. (Berry, 1981, citado por Aragón & Dávila, 2018).

Visto de esta forma García (2014), expresa que el endomarketing es una estrategia tanto de relacionamiento como de gerenciamiento, caracterizándose por su gran importancia para fortalecer a la empresa, mediante la implantación de un concepto de marketing basado en valores.

Si bien es cierto Piercy(2002, citado por Bohnenberger (2005), expresa que contribuye en la construcción de un buen clima laboral, la satisfacción laboral, la orientación al cliente, el compromiso organizacional y la retención del personal Dávila et. al., 2013, citados por (Araque et al., 2017), además de generar valor agregado y ventaja competitiva para las organizaciones (Urrego, 2013, citado por Araque et al., (2017)) que tiene un rol muy importante en el cumplimiento de objetivos organizacionales. Butterworth-Heinemann, 2002, citados por Azêdo & Alves (2013)

Frente a esta situación real Saisas (2007, citado por Azêdo & Alves (2013) refiere que el endomarketing es una estrategia de gestión que comprende negocios y productos, puesto que permiten que la una organización refleje el valor de sus objetivos, estrategias, y demás componentes a sus trabajadores .

2.2.1.1 Comunicación interna

Dentro de este orden de ideas, es oportuno expresar que la comunicación interna va dirigida al cliente interno y es un elemento clave para la gestión estratégica, que garantiza el funcionamiento institucional, mediante la transmisión de información, ideas, pensamientos y opiniones a los miembros que componen una organización.

En este sentido se comprende lo expresado por Amorós(2007, citado por (Anselmo, 2018), quien manifiesta que la comunicación interna es la transmisión de información, ideas, pensamientos y opiniones a los miembros que componen una organización , la cual requiere de una retroalimentación constante y puede darse de forma natural o intencionada (Charry, 2017)

Por consiguiente Armas (2014), refiere que la comunicación interna es un elemento clave para la gestión estratégica, además de garantizar el funcionamiento institucional, que a los ojos de José Álvarez(2007, citado por Vilvachagua (2018)), afirma que a través de buenas relaciones entre los diferentes departamentos (Balarezo, 2014) y una política de comunicación alineada al logro de los objetivos estratégicos (Brandolini & Gonzáles, 2009, citado por Quiñones, 2017)) cooperen con el logro de objetivos organizacionales (Fernández, 2003, citado por De Castro & Jiménez (2008), por ello, la integración de funciones administrativas es trascendental (Miranda & Pastor, 2015) además de proporcionar un valor añadido para la organización (García Jiménez, 2007);

por ser un factor influyente en la productividad, puesto que influirá en la satisfacción del cliente externo (Mocada et. al., 2009, citados por (Araque et al., 2017).

En atención a la temática expuesta, Trani (2015), sostiene que la comunicación interna va dirigida al cliente interno, a través de la implementación de buenas relaciones entre los colaboradores (Andrade, 1991, citado por Bello (2017)) promoviendo la cooperación, coordinación y satisfacción del trabajo, además de crear un clima cordial y de confianza. De esta forma para Cardona, se fortalecerá la identificación de los trabajadores con la organización (Anselmo, 2018) logrando que el colaborador se sienta motivado y valorado (Quiñones, 2017), producto de ello, mejorará la calidad del trabajo y lo lleva a la perfección. Finalmente para Porte (2001, citado por Charry (2017)), manifiesta que el colaborador se sentirá a gusto y percibirá que sus objetivos y los de la empresa están estrechamente relacionados.

2.2.1.1.1 Comunicación vertical

La comunicación vertical de una organización se da de forma ascendente y de forma descendente, las cuales se explican a continuación:

2.2.1.1.1.1 Comunicación ascendente

En la perspectiva que aquí se adopta, desde la óptica de Montoya & De la Rosa, (2014), la comunicación ascendente se desarrolla desde la parte inferior hacia arriba la parte superior, es decir el colaborador se dirige a sus superiores de diferentes rangos; convirtiéndose en un elemento fundamental para conocer el clima social de la organización.

2.2.1.1.1.2 Comunicación descendente

En lo esencial, la comunicación descendente para Cotrina (2016), se desarrolla de forma contraria la comunicación ascendente, es decir desde el personal administrativo hasta el personal operativo, sin embargo un mal manejo de éste tipo de comunicación

puede perjudicar a los colaboradores de menor jerarquía, y los puede convertir en sujetos pasivos, los cuáles únicamente reciben mensajes o indicaciones para realizar su trabajo.

2.2.1.1.2 Comunicación horizontal

En esta perspectiva, la comunicación horizontal (para Montoya & De la Rosa, 2014), se desarrolla en el mismo nivel jerárquico, a través de la retroalimentación y apoyo socioemocional, además de facilitar la coordinación del proceso laboral.

2.2.1.1 Motivación

Importa y por muchas razones manifestar que la motivación laboral, es un conjunto de fuerzas internas y externas, originada de necesidades, expectativas, incentivos y metas individuales de los colaboradores; además de ser una herramienta esencial para que las instituciones alcancen el éxito.

De hecho según Marin Samanez & Placencia Medina (2017), sostienen que la motivación laboral es una herramienta esencial para que las instituciones alcancen el éxito, es decir deben respetar el trabajo que realizan sus colaboradores, crear incentivos, desarrollar nuevas ideas para incrementar el compromiso laboral, que a los ojos de Malhotra, 2002, citado por (Azêdo & Alves, 2013); proveen que los colaboradores tengan la disposición de obtener y cumplir los elementos necesarios para alcanzar las metas y objetivos tanto personales.

En resumidas cuentas, Reátegui (2017), expresa que es trascendental que los directivos identifiquen los principales factores de la personalidad y las necesidades de los trabajadores para conseguir y garantizar su motivación. Que según (Lagos, 2015), logrará que los colaboradores se sientan seguros, comprometidos, motivados y sean

capaces de alcanzar los objetivos de la organización (Murray, 1979, citado por (Azêdo & Alves, 2013) .

El análisis precedente para Sum (2015), quien expresa que la motivación laboral es un conjunto de fuerzas internas y externas, originada de necesidades, apoyado por(Reynaga, 2015), en expectativas, incentivos y metas individuales, que según Nelson (2006 citado por Azêdo & Alves (2013)), lo recalca en crecimiento propio, remuneraciones, realización laboral y reconocimiento.

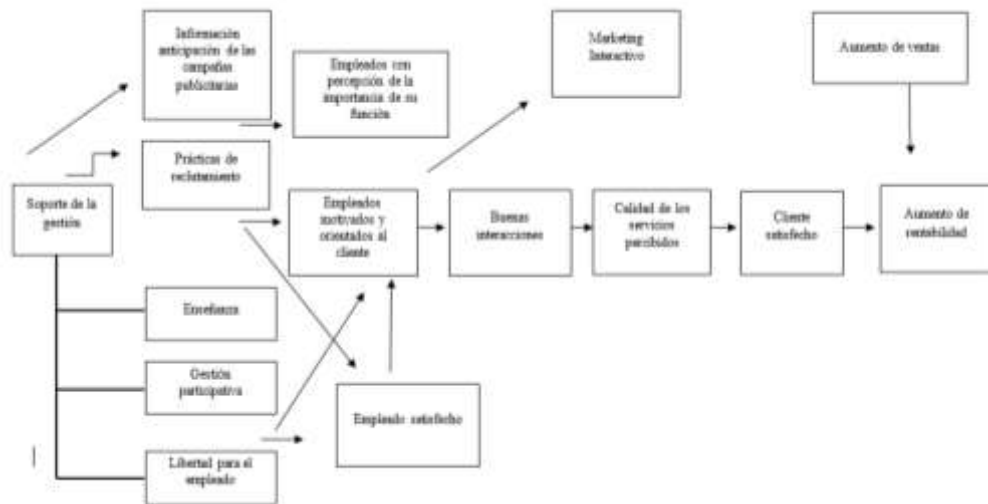
De hecho Furnham (2011, citado por Lagos (2015), todo lo expresado se convierte en un estímulo de un buen desempeño laboral y el aumento de la productividad laboral apoyado por Fernández, 2018), puesto que, según sea el grado de motivación de los colaboradores expresado por García (2012), será el grado de esfuerzo que el individuo aporte y de lo mejor de él, contribuyendo en la realización personal del colaborador (Malhotra, 2002, citado por (Azêdo & Alves, 2013). Sin embargo para Newstro (2011, citado por Zavala (2014)), es necesario considerar los factores de motivación tanto internos como externos de la organización (, llamados de otra forma como motivación intrínseca y extrínseca (Toribio, 2016).

2.2.2 Modelos de endomarketing

2.2.2.1 Modelo de Christian Grönroos

Dentro de este orden de ideas Grönroos (1994, citado por García, 2014), desarrolla un modelo que resalta la importancia de las funciones que realizan los trabajadores, y las actividades de relacionamiento a través del marketing interactivo (canales de comunicación), entre la organización y los colaboradores, mediante técnicas específicas de motivación orientadas a cliente externo (Matias & Maguiña, 2015).

Figura 1: Modelo de Grönroos

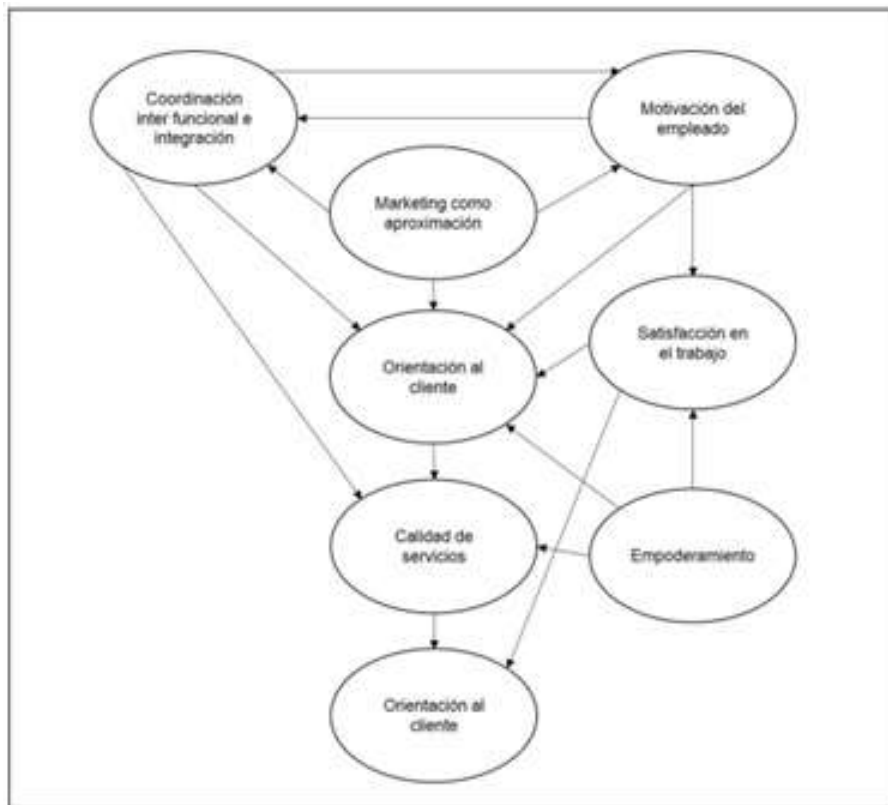


Fuente: Gronroos, 1990, citado por Chávez & Chilón (2018)

2.2.2.2 Modelo de Rafiq y Ahmed

Cabe considerar, por otra parte a Rafiq y Ahmed(2000, citados por Camelo, Vallejo, & Gómez (2015), quienes establecen un modelo de endomarketing que combina elementos del marketing interno con el externo, asentado en la motivación de los colaboradores y el desarrollo de actividades en la organización que influyen en la satisfacción laboral (Matias & Maguiña, 2015).

Figura 2: Modelo de Rafiq y Ahmed



Fuente: Rafiq y Ahmed, 2000, citados por Falcon (2017)

2.2.3 Satisfacción laboral

Es necesario resaltar que la satisfacción laboral es la percepción subjetiva de experiencias de los colaboradores y la capacidad de la organización para satisfacer los aspectos psicosociales de los mismos.

Ahora bien desde la perspectiva de Locke(1976, citado por Perez & Fidalgo (2005), La satisfacción laboral es la percepción subjetiva de experiencias. Para Durham y Smith (1996, citados por Charaja & Mamani (2014), definen la satisfacción laboral como reacciones afectivas “sentimientos” y comportamientos. Al mismo tiempo para Turcotte (1998, citado por Charaja & Mamani (2014), es conocida la satisfacción laboral como actitudes en el trabajo tales como: dedicación, compromiso, estado de

ánimo, basados en creencias y valores del individuo hacia su trabajo. Finalmente para Vargas & Zevallos (2013), lo describen en función de aspectos vinculados como posibilidades de desarrollo personal, políticas administrativas, beneficios laborales y remunerativos que recibe (Palma, 2004, citado por Casana (2015)).

En este sentido se comprende que la satisfacción laboral, es la capacidad que posee la organización para satisfacer los aspectos psicosociales de sus colaboradores. Hay sin embargo otra perspectiva y es para Gandarillas et al., (2014), quien considera el trabajo, salario, estilos de liderazgo, reconocimiento y oportunidades de crecimiento. Ahora bien Blum y Naylor, 2000, citados por Vargas & Zevallos (2013), la satisfacción laboral se encuentra ligadas a factores como: edad, salud, relaciones familiares y posición sociales puesto que, un persona satisfecha en su trabajo adopta actitudes positivas ante el mismo y viceversa, considerando que la insatisfacción generará deseos de abandonar o cambiar de trabajo.

Por consiguiente según Hannoun, 2011, citado por Yonclei (2018), debido a ello, la organización debe conocer, corregir las situaciones desfavorables y mejorar la satisfacción de su personal. Al mismo tiempo Boluarte, (2014), expresa que los principales factores que favorecen la satisfacción laboral son: un trabajo mentalmente interesante, premios equitativos, buenas relaciones con los colegas y el apoyo del superior (Glen, 1998, citado por Charaja & Mamani (2014)).

2.2.3.1 Condiciones Físicas o materiales - Ambiente laboral

El ambiente laboral se percibe desde la personalidad de la organización hasta las percepciones interpersonales de los colaboradores.

En líneas generales Cabrera (1999) citado por Vásquez (2017), hace énfasis que el ambiente laboral es la personalidad de la organización, es decir, la estructura, los procesos

organizacionales. Al mismo tiempo Campbell (1970, citado por Williams, 2013), expresa que los mismos dan lugar a las variables estructurales, entre ellas la tecnología, el sistema de recompensas y relaciones de autoridad. Algo semejante ocurre con Etkin(1985, citado por Pérez, Maldonado, & Bustamante, 2006), quien expresa que las condiciones físicas o materiales dentro del ambiente laboral se encuentran promovidas por un buen liderazgo y dirección, mediante la implementación de tácticas que fortalecerán la relación existente entre el trabajador y su organización reflejándose en los resultados.

En otras palabras para Cornell (1995, citado por Pérez, Maldonado y Bustamante 2006), manifiesta que el ambiente laboral surge de las percepciones interpersonales, entre actores que conforman el entorno laboral, ya sea de forma directa o indirectamente como los factores ambientales, que según Litwin y Stringer(1968, citados por Williams 2013)), son dimensionados en: actitudes, creencias, valores y motivaciones y que en la perspectiva de Hospinal (2013), se ven reflejadas tanto en su comportamientos como en sus pensamientos, las cuales influirán en la solidez, ética y compañerismo del clima laboral. Del mismo modo para E. Torres & Zegarra, 2013), consideran que además de percibir un buen clima, es necesario producirlo de modo que, los colaboradores si sientan cómodos en su vida laboral.

2.2.3.2 Desarrollo del personal - Capacitación

Por otra parte es conveniente revelar que la capacitación laboral se basa en las necesidades de la empresa, es decir en desarrollar al personal mediante un proceso educativo a corto plazo.

Visto desde la perspectiva para Mayurí (2008), manifiesta que la capacitación laboral radica en las necesidades que tiene la empresa, de alcanzar un desempeño eficiente, mediante la mejora del rendimiento presente y del logro de los objetivos de la organización, pues según Chiavenato(2007), todo este desarrollo personal se ve

manifestado durante un proceso continuo y sistemático a través de una inversión productiva para mejorar la rentabilidad. Como complemento (Mayurí *ibidem*), sostiene que la capacitación laboral es el desarrollo del personal, mediante la transmisión; al mismo tiempo Chiavenato(2002, citado por Rengifo, 2018), expresan que la adquisición de conocimientos, además del desarrollo de habilidades y el perfeccionamiento de sus competencias, mejoran el rendimiento de los trabajadores a través del tiempo. De estas evidencias Dolan (2003, citado por Benites, 2018), declara que al brindar mayor posibilidad de ascender, mejorar su salario, elevar su cultura y acrecentar sus conocimientos tecnológicos, se evita así, la obsolescencia del personal, logrando un personal productivo, creador e innovador.

Llama la atención Chiavenato (2007), quien postula que la capacitación laboral es un proceso educativo de corto plazo, de actividades encaminadas, pues para Rodríguez(1991, citado por Huerta, 2012), el desempeño de los puestos laborales, utilizan como una herramienta de gestión, la inversión del recurso humano para mejorar la producción laboral (Tamez, et al., 2009, citados por Álvarez, Freire, & Bárbara, 2017).

2.2.3.3 Desempeño de tareas – laboral

Expreso por otra parte, el desempeño laboral requiere de competencias laborales que deben poseer los trabajadores, además de las expectativas que posea el empleador.

A este respecto William, Werther y Keith (2008, citado por León 2017), consideran que el desempeño laboral como el rendimiento global del empleado, requiere de ciertas competencias laborales, que según Rojas & Vilchez (2018), son: aptitudes, habilidades, experiencias, conocimientos, motivaciones, características personales y

valores; de tal forma que el colaborador aportará en la utilidad, rendimiento y productividad, además de justificar su permanencia en la organización en la empresa.

Para tal efecto Enríquez, (2004), expone que el desempeño laboral debe ser moldeado mediante un programa sistematizado, sujeto a reglas básicas establecidas con anterioridad. Expreso por otra parte para Stoner (1994, citado por De la Cruz & Huaman, 2016), se requerirá de dos componentes esenciales en la formación de equipos exitosos, los cuales son: dirección y supervisión del personal, tomando como base expectativas del empleador. A este respecto Bittel(2000, citado por Mendoza & Gutiérrez (2017) indica el nivel de ejecución el logro de las metas que debe alcanzar el trabajador en un determinado, logrando así el progreso máximo del potencial del trabajador para alcanzar mayor eficiencia (Chiavenato, 2000, citado por Enríquez, 2004).

Visto desde la perspectiva Mendoza & Gutiérrez (2017), postulan que el desempeño laboral contempla las competencias individuales: como cualidades, necesidades y habilidades, que desde la postura de Milkovich y Boudreau(1994, citado por (Quintero, Africano, & Faria, 2008), posee el trabajador y que a su vez, demostrará la idoneidad del mismo, al efectuar las funciones que exige su cargo, las cuales se cuantificarán en actividades tangibles, observables y medibles. Siendo las cosas así, resulta claro citar a De la Cruz & Huaman(2016), en relación con el costo de la calidad de los trabajos realizados, considerando que, conforme el trabajador mejore sus competencias mejorará su desempeño.

2.2.3.4 Beneficios laborales y remunerativos - remuneración

De las evidencias anteriores, se puede expresar que lo beneficios laborales y remunerativos, son el reflejo de la retribución monetaria que recibe el colaborador a cambio de las tarea que realiza en la organización.

Para tal efecto Barriga & Rendón (2016), señalan que los beneficios laborales y remunerativos son una retribución monetaria, esfijada según el rendimiento de cada trabajador para (Zavaleta, 2017); teniendo como base la justicia según Lopez (1997); y la equidad interna desde la perspectiva de Osorio (2004); además de los algunos beneficios extras (Universidad Eafit, n.d.), los cuales, según Werther y Davis, 2003, citados por Fuentes (2012), son: compensaciones, prestaciones, bonos, incentivos, y otros beneficios), generando un efecto positivo en la participación laboral de los colaboradores.

Como complemento Medina(2017), expone que a través de un efecto económico, sociológico y psicológico, mejorará el desempeño laboral del trabajador. (Por otro lado, Werther & Davis (2008), manifiestan que una mala gestión del proceso de asignación de compensaciones, podría afectar negativamente a los trabajadores y en última instancia, a los resultados de la empresa

2.2.3.5 Políticas administrativas

Luego de una serie de reflexiones, las políticas administrativas están compuestas por lineamientos y normas institucionales.

Para tal efecto, Palma (1999, citado por Yonclei (2018), declara que las políticas administrativas son lineamientos y normas institucionales que regulan la relación laboral y la asociada directamente con el trabajador., puesto que constituyen una orientación administrativa fundamental.

Al mismo tiempo Bazá & Salazar(2010), presentan que además, su ausencia repercutirá en el desarrollo tanto del trabajador como de la organización, pues se enfoca al logro de las metas y objetivos propuestos.

2.2.3.6 Relaciones Sociales – interpersonales

En la perspectiva que aquí se adopta, las relaciones interpersonales se pueden declarar como un modelo estratégico de gestión de recursos humanos, que permite la comunicación recíproca entre el colaborador y sus colegas.

En efecto Peña(2004, citado por Alfredo & Valencia (2010), manifiesta que las relaciones interpersonales son un modelo estratégico de gestión de recursos humanos, pues, se da en cualquier campo, ya sea de manera formal o informal y que según Beiza(2012), están reguladas por las leyes institucionales. Por consiguiente Teixidio (2009, citado por (Pérez Salinas, Bachiller Villarreal Cruz, Belen, & Silva, 2016), estas relaciones sociales terminan convirtiéndose en un ventaja competitiva dentro del campo laboral , puesto que mejora la eficiencia y es de gran ayuda en la adaptación de los cambios en el logro de los objetivos organizacionales Por otra parte Teixidio (2009, citado por Pérez Salinas, Bachiller Villarreal Cruz, Belen, & Silva, (2016), refieren que las relaciones interpersonales son interacciones recíprocas, que permiten la comunicación del trabajador con sus colegas, permitiéndoles compartir, cooperar y establecer metas comunes y particulares. A su vez Shapiro(2008, citado por Vásquez Jara (2015), considera que tomando en cuenta la comodidad del colaborador, la misma repercutirá en la persona, su actividad y en la forma de relacionarse con los demás.

Como complemento Arce & Malvas, 2014), expresan que por ello, es necesario desarrollar una forma de liderazgo democrático a través de la práctica del respeto hacia los demás, lo cual influirá en el desarrollo de una comunicación efectiva, al momento de escuchar, la solución de conflictos.

2.2.3.7 Relación con la autoridad

En virtud de lo expuesto, la relación con la autoridad es un modelo de liderazgo, que contribuye al desarrollo de las empresas, mediante la apreciación valorativa que realiza el colaborador con respecto a su relación con su jefe directo.

En síntesis Palma, 1999, citado por Yonclei (2018) manifiesta que la relación con la autoridad es una valoración que realiza el trabajador con respecto a la relación con su jefe inmediato y sus actividades habituales, además de ser una pieza clave para la evaluación del rendimiento, reparto de responsabilidades y otorgación de recursos para su desarrollo (Bhal y Ansari, 2007, citados por De la Rosa & Carmona (2010) mediante la implementación de un gestor directo de dos elementos clave para el compromiso (Meyer y Allen, 1997)

Resulta así mismo interesante hacer énfasis en Mercado (2017), quien declara que la relación con la autoridad es un modelo de liderazgo, que contribuye al desarrollo de las empresas, a través de un intercambio económico y social que desarrolla vínculos emocionales, al mismo tiempo (De la Rosa & Carmona (2010) expresa que se mejora la comunicación mediante relaciones saludables, gratas y productivas, otorgando a los colaboradores autonomía, apoyo y consideración, de percibir un trato justo, convirtiendo al líder en el punto de unión entre el empleado y la organización, pues, los colaboradores que tienen líderes más tolerantes y considerados, se encuentran más satisfechos que con líderes opresores e indiferentes.

2.2.4 Modelos de satisfacción laboral

Modelos teóricos de satisfacción laboral

2.2.4.1 Modelo de los dos factores de Herzberg

En atención a la temática expuesta. Herzberg (1959, citado por Medina (2000)), propone un modelo teórico bifactorial, es decir un modelo compuesto por dos factores: Por un lado tenemos al factor intrínseco, porque el colaborador participa de éste, además de lo anterior también conocido como motivacionales, pues son aquellos propios de las circunstancias del trabajo, tareas y deberes relacionados con el cargo, tales como: logros, reconocimientos, responsabilidades, independencia y promoción; En lo esencial. Ruiz (2009), argumenta que estos factores se asocian directamente a la satisfacción en el puesto de trabajo, además de un incremento en la productividad. Por otro lado tenemos al factor extrínsecos, porque el colaborador es ajena a éste también conocido como factor de higiene (Berreiro, Diez, Barreiro, Ruzo, & Losada, 2003), éste factor se encuentra relacionado directamente con el contexto del desarrollo del trabajo y las condiciones que lo rodean tales como: políticas de la empresa, supervisión, relaciones sociales, condiciones físicas de trabajo y salario; por ende, la ausencia o aplicación inadecuada de éstos factores producen insatisfacción. (Herzberg, 1968)

Figura 3: Modelo de dos factores de Herzberg

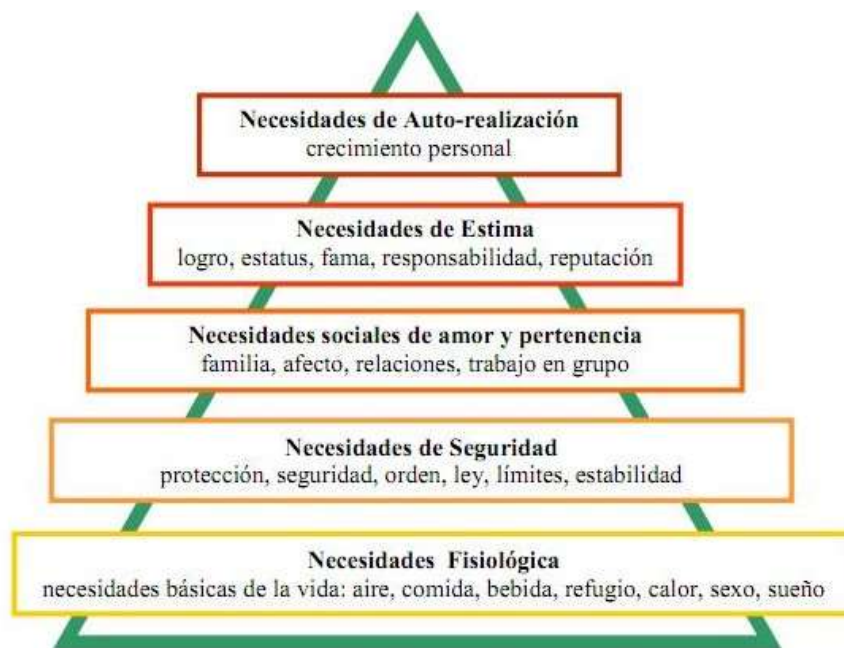
LOS DOS FACTORES DE HERZBERG	
FACTORES MOTIVACIONALES (De satisfacción)	FACTORES DE HIGIENE (De insatisfacción)
Contenido del cargo (Como se siente el individuo en relación a su cargo.	Contexto del cargo (Como se siente el individuo en relación condiciones de la empresa.
1. El trabajo en si 2. Realización 3. Reconocimiento 4. Progreso profesional 5. Responsabilidad	1. Las condiciones de trabajo 2. Administración de la empresa 3. Salario 4. Relaciones con el supervisor 5. Beneficios y servicios sociales

Fuente: Rue y Lloyd, 2000, citados por Rivera (2014)

2.2.4.2 Modelo de Maslow

Desde la perspectiva más general Abraham Maslow(1943, citado por Robbins & DeCenzo (2002), desarrolla una teoría, que explica las necesidades que el ser humano desarrolla en su vida cotidiana por orden jerárquico, es decir, desde las necesidades básicas para sobrevivir hasta las complejas para subsistir, de modo que las necesidades superiores no serán satisfechas hasta después de que se hayan satisfecho las necesidades inferiores (Sergueyevna & Mosher, 2013), tal como muestra la siguiente figura:

Figura 4: Pirámide de las necesidades de Maslow



Fuente: Artigas & Cabeza (2016)

Dentro de esta perspectiva, con relación a la satisfacción laboral, se rescata que la pirámide se divide en dos grupos, el primero está compuesto por las tres necesidades inferiores que producen la satisfacción extrínseca, las cuales son las necesidades fisiológica, de seguridad y sociales; por otro lado las necesidades de estima y autorrealización producen satisfacción intrínseca.

2.2.5 Marco conceptual o términos

2.2.5.1 *Endomarketing*

Al respecto el endomarketing es una herramienta de gestión, que percibe a los empleados de la organización como clientes internos, que requiere de estrategias de relacionamiento y gerenciamiento, mediante la promoción, convirtiéndola además en una gran alternativa para atender mejor a los consumidores finales.

2.2.5.1.1 *Comunicación interna*

La comunicación interna va dirigida al cliente interno y es un elemento clave para la gestión estratégica, que garantiza el funcionamiento institucional, mediante la transmisión de información, ideas, pensamientos y opiniones a los miembros que componen una organización.

Sobre el asunto, el colaborador siente satisfacción con respecto a la comunicación que existe entre él y su superior inmediato, pues tiene libertad tanto de comunicar como de expresar sus ideas y sugerencias; la cuales se ejercitan regularmente mediante la realimentación, por otro lado, su superior inmediato, le informa de manera clara y precisa los cambios en la prioridad de su trabajo del colaborador además de los nuevos negocios y servicios de la organización.

Partiendo de esta premisa finalmente se puede decir que, se aplica comunicación horizontal en la organización mediante el intercambio de información entre compañeros de trabajo, coordinando, dando y compartiendo ideas de mejores prácticas de conocimientos dentro del área de trabajo, con suficiente libertad y confianza para resolver conflictos y aclarar malentendidos entre los miembros del grupo de trabajo, teniendo en cuenta las políticas salariales equitativas con el trabajo que realizan.

2.2.5.1.2 Motivación

Sobre las bases de las ideas expuestas, la formación de los colaboradores es acorde a las actividades que desempeñan en un entorno físico, con espacio suficiente y satisfactorio para la realización de sus labores, en este sentido comprenden condiciones de trabajo tales como: seguridad, iluminación, ventilación, temperatura, limpieza e higiene, todo con el fin de preservar su salud física y emocional de los colaboradores

En resumidas cuentas la organización reconoce logros de sus colaboradores, y al mismo tiempo otorga apoyo tanto económico como disposición de tiempo de trabajo para dedicarlo al estudio y capacitación, considerándolos importantes para su formación en su desarrollo personal y profesional, además de otorgar oportunidades tanto de promoción como de ascenso, siendo el jefe directo el encargado de comunicar la contribución de su equipo de trabajo; produciendo en los colaboradores una sensación de orgullo con un significado especial de laborar en su organización, sentirse motivado por trabajar en la misma y considerar su trabajo más que sólo un trabajo, en el que puede ser él mismo.

2.2.5.2 Satisfacción laboral

La satisfacción laboral es la percepción subjetiva de experiencias de los colaboradores y la capacidad que tiene la organización para satisfacer aspectos psicosociales de los mismos.

2.2.5.2.1 Desarrollo del personal

Con respecto a esta definición, el desarrollo del personal es la capacitación fundamentada en las necesidades de la empresa para desarrollar al personal mediante un proceso educativo a corto plazo.

Por ello se hace necesario resaltar que el desarrollo del personal comprende tanto el desarrollo como la realización del mismo, además de permitir la identificación y el disfrute de los resultados, logrando que se sientan bien consigo mismo

2.2.5.2.2 Desempeño de tareas

Importa y por muchas razones, resaltar el desempeño de tareas o desempeño laboral, pues requiere de competencias laborales que deben poseer los trabajadores, además de las expectativas que posea el empleador

Al mismo tiempo las tareas que realizan los colaboradores son tan valiosas como cualquier otra y tiene mucha importancia, porque permite que se sientan útiles y se sientan complacidos con la labor que realizan, pues al contrario de aburrirlos, les gusta el trabajo que realizan.

2.2.5.2.3 Condiciones físicas o materiales

En esta perspectiva, las condiciones físicas o materiales comprenden al ambiente laboral, el cual se percibe desde la personalidad de la organización hasta las percepciones interpersonales de los colaboradores.

En este sentido se comprende que las condiciones físicas o materiales alcanzan la distribución física del ambiente en el que los colaboradores realizan sus labores, su ubicación y las comodidades que implican para tener un buen desempeño de las labores cotidianas.

2.2.5.2.4 Beneficios laborales o remunerativos

En las generalizaciones anteriores, es bueno resaltar que los beneficios laborales o remunerativos son la retribución monetaria que recibe el colaborador en compensación de las actividades que realiza en la organización.

En la perspectiva que aquí se adopta, los beneficios laborales o remunerativos permiten que los colaboradores puedan cubrir sus expectativas económicas y sentirse bien, mediante un sueldo aceptable percibido a cambio de la labor que desempeñan.

2.2.5.2.5 Políticas administrativas

De allí, pues que las políticas administrativas son lineamientos y normas institucionales. Es decir, en este sentido las Políticas administrativas desde la perspectiva del colaborador es una sensación que tiene acerca de su trabajo y a su vez, califica el trato o atención que recibe de la organización, un horario de trabajo adecuado y cómodo, además del reconocimiento de las horas extras, para que no se sienta explotado.

2.2.5.2.6 Relaciones sociales

Otra forma de contribuir es en la definición de las relaciones sociales o interpersonales, conocidas como un modelo estratégico de gestión de recursos humanos, que permite la comunicación recíproca entre el colaborador y sus colegas

A este respecto se puede expresar que las relaciones sociales están compuestas por un ambiente trabajo ideal para desempeñar funciones laborales, en las que el colaborador disminuye la distancia y considera agradable trabajar con compañeros de trabajo, teniendo como base a la solidaridad como una virtud característica el equipo de trabajo.

2.2.5.2.7 Relación con la autoridad

Como resultado del estudio la relación con la autoridad es un modelo de liderazgo que contribuye al desarrollo de las empresas mediante la apreciación valorativa que realiza el colaborador con respecto a su relación con su jefe directo.

Sobre la base de las ideas expuestas, la relación con la autoridad surge con la comprensión, valoración del esfuerzo de los colaboradores, una grata disposición para

las consultas y observaciones que tengan los colaboradores con respecto a su trabajo, pues se sentirán a gusto con ellos, generando a futuro una relación cordial y buena, y a su vez, beneficiará la calidad del trabajo de los colaboradores.

CAPÍTULO III

3.1 Metodología

Para abordar esta experiencia de trabajo La metodología contempló la identificación de las variables y un tipo y diseño de investigación, para su desarrollo se determinó la muestra y un plan de procesamiento de datos, que incluyeron la confiabilidad del instrumento y la validación del mismo mediante el juicio de expertos, para así probar la hipótesis del análisis de los datos.

3.1.1 Tipo de estudio

Es necesario recalcar que la investigación empleó un tipo de estudio correlacional debido que se midió la relación existente entre el Endomarketing y la satisfacción laboral, para así, analizar e interpretar los resultados desde la perspectiva de (Cortés & Iglesias, 2004).

3.1.2 Diseño de investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental pues adoptando la perspectiva de (Cortés & Iglesias, 2004), no se manipulará ninguna variable, y se observarán tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlo.; además transaccional o transversal debido a que los datos se recolectan un sólo momento, es decir, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004, citado por (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014)

Figura 5: Modelo de Relación entre Marketing interno, satisfacción laboral y compromiso organizacional.

Existe relación significativa entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019

Existe relación significativa entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

Existe relación significativa entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

Existe relación significativa entre el endomarketing y la relación con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

3.3 Identificación de la variable

En función del análisis realizado, a continuación se destaca la identificación de la variable y las dimensiones que la conforman.

Variable principal: Endomarketing

Dimensiones de la variable principal: Comunicación interna y motivación.

Variable secundaria: Satisfacción laboral

Dimensiones de la variable secundaria: Desarrollo del personal, desempeño de tareas, condiciones físicas y/o materiales, beneficios laborales o remunerativos, políticas administrativas, relaciones sociales y relación con la autoridad.

3.4 Operacionalización de variables

MATRIZ OPERACIONAL						
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	Nº	ÍTEM	VALORIZACIÓN	TÉCNICA DE INSTRUMENTO
MARKETING INTERNO	COMUNICACIÓN INTERNA	Comunicación ascendente	1	Considera usted fácil la comunicación a sus superiores.	ESCALA NOMINAL	Cuestionario
			2	Comunica usted a su superior inmediato toda la información que recibe.		
			3	Tiene libertad de expresar a sus superiores sus ideas y sugerencias.		
			4	Se siente satisfecho con la comunicación que existe entre usted y su superior inmediato.		
		Comunicación descendente	5	Su superior inmediato le informa cuando hay cambios en la prioridad de su trabajo.		
			6	La información relacionada con nuevos negocios de su organización le llega a través de su superior inmediato.		
			7	La información relacionada con nuevos servicios de su organización le llega a través de su superior inmediato.		
			8	La información que le transmite su superior es clara y la entiende con facilidad.		
			9	Ejercitan regularmente la retroalimentación y el cómo usted trabaja respecto de las expectativas.		
		Comunicación horizontal	10	Se aplica comunicación horizontal en su organización.	ESCALA LIKERT	
			11	Intercambia información con sus compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de su Organización.		
			12	Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos entre los miembros del grupo de trabajo.		
			13	Existe libertad y confianza para resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.		
			14	Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área de trabajo.		
		Salarios	15	El salario que usted percibe es equitativo con el trabajo que realiza.		

			16	Considera usted que las políticas salariales son equitativas para todos los miembros de su organización.	1= Absolutamente en desacuerdo ; 2 = En desacuerdo ; 3 = Indiferente; 4 = De acuerdo; 5 = Absolutamente de acuerdo	
MOTIVACIÓN		Capacitación	17	La capacitación es importante para su desarrollo profesional.		
			18	Está satisfecho de la formación que le brinda su organización.		
			19	Tiene satisfactorias oportunidades de promoción y ascenso.		
			20	Su organización le apoya con tiempo de trabajo para su estudio y capacitación.		
			21	Su organización le apoya económicamente para estudio y capacitación.		
		Seguridad y ambiente de trabajo	22	La limpieza e higiene en su lugar de trabajo es adecuada.		
			23	La iluminación en su lugar de trabajo es adecuada.		
			24	La ventilación en su lugar de trabajo está bien regulada.		
			25	La temperatura en su lugar de trabajo está bien regulada.		
			26	Está de acuerdo con su horario de trabajo.		
			27	Sus condiciones de trabajo le brindan seguridad para preservar su salud física y emocional.		
		Satisfacción	28	El entorno físico y el espacio en que realiza su trabajo son satisfactorios.		
			29	Su trabajo tiene un significado especial para usted: éste no es “sólo un trabajo”.		
			30	La organización siempre reconoce sus logros, lo que le produce una sensación de orgullo.		
			31	Su jefe se preocupa de comunicar cómo su equipo de trabajo contribuye al beneficio del cliente interno y externo.		
32	Usted se siente motivado al venir a trabajar a su organización.					
33	Puede ser usted mismo en su lugar de trabajo.					
34	Su formación está acorde a las actividades que usted desempeña dentro de su organización.					
35	Está orgulloso de decirles a otros que trabaja en su organización.					
SATISFACCIÓN LABORAL	DESARROLLO DEL PERSONAL	Identificación y realización laboral	4	Siento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.	ESCALA NOMINAL	Cuestionario
			18	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.		

		25	Me siento feliz por los resultados que logro en mi trabajo.	ESCALA LIKERT 1= Absolutam ente en desacuerdo ; 2 = En desacuerdo ; 3 = Indiferente; 4 = De acuerdo; 5 = Absolutam ente de acuerdo
	Realización personal	10	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.	
		29	Mi trabajo me hace sentir realizado.	
		34	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a)	
DESEMPEÑO DE TAREAS		Trabajo gratificante	5	
	11		Me siento realmente útil con la labor que realizo.	
	Identificación con las tareas que realiza	19	Las tareas que realizo las percibo como algo sin importancia.	
		26	Mi trabajo me aburre.	
		30	Me gusta el trabajo que realizo.	
		35	Me siento complacido con la actividad que realizo.	
CONDICIONES FÍSICAS Y O MATERIALES	Comodidad y condiciones físicas	1	La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de mis labores.	
		21	La comodidad que me ofrece el ambiente de trabajo es inigualable.	
	ubicación del ambiente físico	13	El ambiente donde trabajo es confortable.	
		28	En el ambiente físico donde me ubico, trabajo cómodamente.	
		32	Existen las comodidades para un buen desempeño de las labores diarias.	
BENEFICIOS LABORALES O REMUNERATIVOS	Condiciones salariales	2	Mi sueldo es muy bajo en relación a la labor que realizo.	
		14	Siento que el sueldo que tengo es bastante aceptable	
	Expectativas salariales	22	Felizmente mi trabajo me permite cubrir mis expectativas económicas.	
	Desarrollo de actividades	7	Me siento mal con lo que hago.	
POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS	trato por parte de la empresa	8	Siento que recibo de parte de la empresa mal trato.	
		15	La sensación que tengo de mi trabajo es que me están explotando.	
	Adecuación y aceptación del horario laboral	17	Me disgusta mi horario.	
		23	El horario de trabajo me resulta incómodo.	
	Reconocimiento de horas extras	33	No te reconocen el esfuerzo si trabajas más de las horas reglamentarias	
RELACIONES		3	El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.	

SOCIALES	Relaciones interpersonales	9	Me agrada trabajar con mis compañeros.
		16	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.
	Cooperación y ayuda mutua	24	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.
RELACIÓN CON LA AUTORIDAD	Comprensión y disposición	6	Mi (s) jefe (s) es (son) comprensivo (s)
		12	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta sobre mi trabajo
	Empatía, calidad de trabajo	20	Llevarse bien con el jefe beneficia la calidad del trabajo.
		27	La relación que tengo con mis superiores es cordial.
	Comodidad	31	No me siento a gusto con mi (s) jefe (s).
Sentido de valoración	36	Mi (s) jefe (s) valora (n) el esfuerzo que hago en mi trabajo.	

3.5 Población y muestra

3.5.1 Delimitación espacial y temporal

Para el siguiente estudio se consideró una institución que forma parte de la Asociación Unión Peruana de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, perteneciente a la Red Medica Mundial con aproximadamente 700 instituciones de salud; en el Perú existen tres clínicas adventistas, las cuales son:

Clínica Good Hope ubicada en distrito de Miraflores en Lima, Clínica Americana ubicada en el Distrito de Juliaca en el departamento de Puno y la Clínica Ana Stahl ubicada en el distrito de Iquitos en el departamento de Loreto.

Se debe agregar que el instrumento se aplicó en el departamento de operaciones de la clínica Good Hope, pues cuenta con más personal a diferencia de las clínicas mencionadas.

3.5.2 Delimitación de la población y muestra

La población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Hernández et al., 2010); la cantidad total de colaboradores

incluyendo a los colaboradores de las áreas tercerizadas, las cuales son: laboratorio, resonancia magnética, limpieza, lavandería, valet parking y seguridad es de 1500

Sin embargo, en la presente investigación se está considerando sólo a los colaboradores que trabajan directamente en la organización, por lo cual N= 1050 colaboradores, es notable resaltar que la población de estudio fue finita, por conocerse el número de participantes que la constituyen

Se tomó como muestra al departamento de Operaciones y al área de Admisión debido a la similitud y la cantidad de colaboradores pertenecientes de las siguientes áreas: Facturación ambulatoria, facturación hospitalaria y altas, presupuestos y admisión hospitalaria, emergencia, y admisión, haciendo un total de 94 colaboradores.

Conviene destacar que Salkind (1997) citado por (Ramírez, 2014), refiere que una muestra debe ser “apropiada para su estudio tanto en sus características como en su tamaño.” Plan del procesamiento de datos

3.6 Diseño del instrumento de la variable endomarketing:

Con respecto al instrumento de la variable endomarketing, se elaboró por Calle (2017), para realizar su investigación titulada Marketing interno y la reputación corporativa de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento uno, que operan en la provincia del Cañar-Ecuador, tomando como dimensiones a la comunicación interna y la motivación con una escala de Likert, en la cuál 1=Absolutamente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3=Indiferente; 4= De acuerdo; 5=Absolutamente de acuerdo, además el instrumento fue validado por tres expertos y se realizó una prueba de confiabilidad del instrumento con un alpha de cronbach de ,912; indicando que es un instrumento completamente viable.

3.7 Diseño del instrumento de la variable satisfacción laboral

El instrumento de la variable satisfacción laboral estuvo elaborado por Palma (1999) citado por (Yonclei, 2018), quien realizó su investigación titulada: Satisfacción laboral y productividad de los trabajadores de la municipalidad provincial de Huaura, 2017. Tomando como dimensiones: desarrollo del personal, desempeño de tareas, condiciones físicas y o materiales, beneficios laborales o remunerativos, políticas administrativas, relaciones sociales, relación con la autoridad; para el llenado del instrumento se aplicó una escala de Likert en la que 1=Absolutamente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3=Indiferente; 4= De acuerdo; 5=Absolutamente de acuerdo; además el instrumento fue validado por tres expertos y se realizó un prueba de confiabilidad que arrojó como resultado una alpha de cronbach de ,788; indicando que es un instrumento completamente viable.

3.8 Validación de expertos

Es necesario recalcar que para la ratificación del instrumento, se solicitó la validación de expertos, el cual fue realizado por dos magísteres, los cuales evaluaron la claridad, coherencia y relevancia de los ítems presentados dentro del instrumento, además, sugirieron tener cuidado con los ítems: 2, 7, 8, 15, 16, 17, 19, 23, 26, 31, 33, pues se debían considerar de forma inversa

3.9 Confiabilidad

En cuanto a la confiabilidad de los instrumentos utilizados en este trabajo de investigación, se realizó a una prueba piloto, a través del coeficiente Alpha de Cronbach, la prueba piloto estuvo compuesta por 21 trabajadores pertenecientes al área de Facturación Ambulatoria.

3.9.1 Alpha de Cronbach

El análisis de confiabilidad se realizó a nivel de instrumento, por dimensiones y preguntas (ítems).

Tabla 1: Resumen del procesamiento de datos del Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	21	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	21	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2: Prueba de confiabilidad del instrumento endomarketing

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,912	35

La tabla 2 muestra el coeficiente alfa de Cronbach para la variable endomarketing es de 0,912 (muy bueno), que se encuentra por encima del límite de aceptabilidad de 0,70. Confirmando así que los datos recopilados en la prueba piloto fueron consistentes internamente, es decir de confianza.

Tabla 3: Prueba de confiabilidad por preguntas (ítems)

Estadísticas de total de elemento		
	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera usted fácil la comunicación a sus superiores	,509	,910
Comunica usted a su superior inmediato toda la indotación que recibe	,553	,909
Tiene libertad de expresar a sus superiores sus ideas y sugerencias.	,741	,906
Se siente satisfecho con la comunicación que existe entre usted y su superior inmediato.	,598	,909
Su superior inmediato le informa cuando hay cambios en la prioridad de su trabajo.	,780	,905
La información relacionada con nuevos negocios de su organización le llega a través de su superior inmediato.	,792	,905

La información relacionada con nuevos servicios de su organización le llega a través de su superior inmediato.	,777	,905
La información que le transmite su superior es clara y la entiende con facilidad.	,560	,909
Ejercitan regularmente la retroalimentación y el cómo usted trabaja respecto de las expectativas.	,609	,908
Se aplica comunicación horizontal en su organización.	,570	,908
Intercambia información con sus compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de su Organización.	,241	,913
Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos entre los miembros del grupo de trabajo.	,263	,913
Existe libertad y confianza para resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.	,242	,912
Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área de trabajo.	,394	,911
El salario que usted percibe es equitativo con el trabajo que realiza.	,678	,906
Considera usted que las políticas salariales son equitativas para todos los miembros de su organización.	,706	,906
La capacitación es importante para su desarrollo profesional.	,249	,912
Está satisfecho de la formación que le brinda su organización.	,241	,912
Tiene satisfactorias oportunidades de promoción y ascenso.	,496	,909
Su organización le apoya con tiempo de trabajo para su estudio y capacitación.	,386	,911
Su organización le apoya económicamente para estudio y capacitación.	,159	,915
La limpieza e higiene en su lugar de trabajo es adecuada.	,322	,912
La iluminación en su lugar de trabajo es adecuada.	,166	,913
La ventilación en su lugar de trabajo está bien regulada.	,313	,913
La temperatura en su lugar de trabajo está bien regulada.	,465	,910
Está de acuerdo con su horario de trabajo.	,104	,914
Sus condiciones de trabajo le brindan seguridad para preservar su salud física y emocional.	,320	,912
El entorno físico y el espacio en que realiza su trabajo son satisfactorios.	,068	,915
Su trabajo tiene un significado especial para usted: éste no es "sólo un trabajo".	,522	,910
La organización siempre reconoce sus logros, lo que le produce una sensación de orgullo.	,752	,905
Su jefe se preocupa de comunicar cómo su equipo de trabajo contribuye al beneficio del cliente interno y externo.	,666	,907
Usted se siente motivado al venir a trabajar a su organización.	,407	,911
Puede ser usted mismo en su lugar de trabajo.	-,144	,916
Su formación está acorde a las actividades que usted desempeña dentro de su organización.	,567	,909
Está orgulloso de decirles a otros que trabaja en su organización.	,540	,909

Se puede apreciar que en la tabla 3 se presenta el análisis de correlaciones del total de ítems del instrumento. Se observa que los ítems mantienen una muy buena correlación, en indican la existencia de una buena consistencia.

Tabla 4: *Prueba de confiabilidad del instrumento satisfacción laboral*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,788	36

En función del análisis de la tabla 4 muestra el coeficiente alfa de Cronbach para la variable satisfacción laboral es de 0,788 (aceptable), se puede apreciar que estuvo por encima del límite de aceptabilidad de 0,70. Confirmando así que los datos recopilados en la prueba piloto fueron consistentes internamente, es decir de confianza.

Tabla 5: *Prueba de confiabilidad por preguntas (ítems)*

Estadísticas de total de elemento		
	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La remuneración que percibe en su trabajo cubre sus necesidades.	,033	,790
La remuneración que percibe favorece a su productividad laboral	,167	,787
La institución donde trabaja, le brinda capacitación y/o facilidades para realizar sus actividades laborales.	,266	,784
Recibe algún incentivo por parte de la institución (felicitación, reconocimiento, bonos, etc.), cuando realiza bien su trabajo.	,094	,789
Recibir incentivos favorece a su productividad laboral.	,497	,778
Su trabajo le genera estrés.	,574	,772
Las condiciones del ambiente físico de un trabajo favorecen a su productividad laboral.	,132	,790
La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de mis labores.	,276	,783
Mi sueldo es muy bajo en relación a la labor que realizo.	,381	,782
El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.	,592	,776
Siento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.	,294	,783
La tarea que realizó es tan valiosa como cualquier otra.	,303	,783
Mi (s) jefe (s) es (son) comprensivo (s)	,172	,786

Me siento mal con lo que hago.	,134	,789
Siento que recibo de parte de la empresa mal trato.	,112	,791
Me agrada trabajar con mis compañeros.	,278	,784
Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.	,191	,789
Me siento realmente útil con la labor que realizo.	,450	,779
Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta sobre mi trabajo	,342	,780
El ambiente donde trabajo es confortable.	,051	,793
Siento que el sueldo que tengo es bastante aceptable	,470	,773
La sensación que tengo de mi trabajo es que me están explotando.	,300	,782
Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.	,360	,779
Me disgusta mi horario.	,086	,788
Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.	,255	,784
Las tareas que realizo las percibo como algo sin importancia.	,267	,784
Llevarse bien con el jefe beneficia la calidad del trabajo.	,545	,773
La comodidad que me ofrece el ambiente de trabajo es inigualable.	,439	,776
Felizmente mi trabajo me permite cubrir mis expectativas económicas.	,426	,780
El horario de trabajo me resulta incómodo.	-,047	,796
La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.	,336	,780
Me siento feliz por los resultados que logro en mi trabajo.	,474	,775
Mi trabajo me aburre.	,270	,784
La relación que tengo con mis superiores es cordial.	,416	,779
En el ambiente físico donde me ubico, trabajo cómodamente.	,533	,776
Mi trabajo me hace sentir realizado.	,347	,781

Como se observa en la tabla 5 presenta el análisis del total de ítems del instrumento.

Se muestra que los ítems mantienen una muy buena correlación, en indican la existencia de una buena consistencia.

3.10 Técnicas de recolección de datos

La autorización para la aplicación del instrumento a la muestra la otorgó la Jefa del departamento de Operaciones, Miriam Tenorio Becerra.

3.10.1 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos

Se utilizó el software estadístico SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) fue desarrollado en la Universidad de Chicago, es uno de los más difundidos y actualmente es propiedad de IBM® (Hernández et al., 2014).

Para analizar los datos, se utilizó el IBM SPSS Statistics Base 22.0, por ser lo más conveniente para lograr los objetivos propuestos

CAPÍTULO IV

4.1 Resultados y discusión

4.1.1 Resultados estadísticos

4.1.1.1 Descripción de los datos sociodemográficos de la población

Tabla 6: Información sociodemográfica

	N	%
Edad		
De 18 a 25 años	24	25,5
De 26 a 30 años	30	31,9
De 31 a 35 años	16	17,0
De 36 a 40 años	16	17,0
+ de 41 años	8	8,5
Sexo		
Femenino	53	56,4
Masculino	41	43,6
Lugar de procedencia		
Costa	66	70,2
Sierra	19	20,2
Selva	9	9,6

Con respecto a la edad, se percibe en la tabla 6 que 30 colaboradores tienen entre 26 y 30 años representadas por el 31.9% de la muestra, seguido 24 colaboradores, quienes tienen de 18 a 25 años y representan el 25.5%, continuado de 16 colaboradores, representados por el 17% quienes tienen 31 a 35 años, al igual que los colaboradores que tienen entre 36 a 40 años, seguido de los colaboradores que tiene más de 41 años, los cuales representan el 8.5% de la probación.

Con respecto al sexo se percibe que la mayor cantidad de la muestra de los colaboradores son de sexo femenino 56.4%, representado por 53 colaboradoras, por otro lado, 41 colaboradores del sexo masculino representan el 43.6%.

En cuanto al lugar de procedencia se percibió que 66 colaboradores representados por el 70.2% proceden de la costa, seguido de 19 colaboradores quienes representan el 20.2% que proceden de la sierra y 9 colaboradores que representan el 9.6% proceden de la selva.

4.1.1.2 Descripción de los datos sociolaboral de la población

Tabla 7: Información laboral

	N	%
Tiempo en la institución		
- de 1 año	25	26,6
de 1 a 3 años	34	36,2
de 4 a 7 años	21	22,3
+ de 8 años	14	14,9
Área de trabajo		
Facturación Ambulatoria	21	22,3
Facturación hospitalaria	15	16,0
Emergencia	20	21,3
Presupuesto	14	14,9
Admisión	24	25,5

Se encontró en variable de tiempo de permanencia en la institución que 34 colaboradores representados por el 36.2% laboran entre 1 y 3 años en la institución, seguido de 25 colaboradores que laboran menos de un año en la institución, representado por el 26.6%, seguido los 21 colaboradores, quienes laboran entre 4 a 7 años dentro de la institución, continuado de 14 colaboradores quienes se encuentran laborando más de 8 años en la institución.

Con respecto al área de trabajo, se percibió la mayor parte de colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión se encuentra laborando en el área de Admisión que cuenta con 24 colaboradores, representada por el 25.5% de la muestra, seguido de Facturación Ambulatoria, la cual está conformada por 21 colaboradores, representados por el 22.3%; seguido del área de Emergencia que cuenta con 20 colaboradores representados por el 21.3%; continuado por el área de Facturación

Hospitalaria con 15 colaboradores, representados por el 16% y con el menor número de colaboradores tenemos al área de Presupuestos que cuenta con 14 colaboradores, representados por el 14.9%.

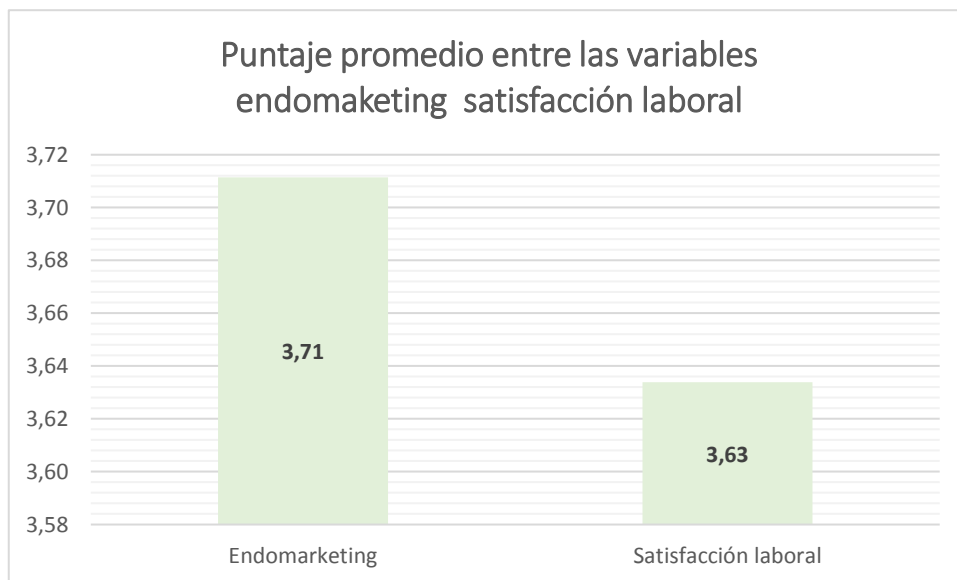
4.1.2 Análisis de las variables endomarketing y satisfacción laboral

Tabla 8: Resultados promedios de las variables endomarketing y satisfacción laboral

Variable	M	SD
Endomarketing	3,71	0,57
Satisfacción laboral	3,63	0,38

En la tabla 8 se percibe una leve diferencia en los puntajes promedio de las variables estudiadas, las cuales son endomarketing y satisfacción laboral, cada una con 3.71 y 3.63 respectivamente.

Gráfico 1: Media de la variables endomarketing y satisfacción laboral



4.1.3 Análisis de los ítems de la variable endomarketing

Tabla 9: *Resultados promedios de las dimensiones de la variable endomarketing*

Dimensión	Ítem	M	SD
Comunicación interna (M = 3,89 SD =0,62)	Considera usted fácil la comunicación a sus superiores	4,04	0,82
	Comunica usted a su superior inmediato toda la información que recibe	4,26	0,78
	Tiene libertad de expresar a sus superiores sus ideas y sugerencias.	4,00	1,05
	Se siente satisfecho con la comunicación que existe entre usted y su superior inmediato.	4,14	0,98
	Su superior inmediato le informa cuando hay cambios en la prioridad de su trabajo.	4,16	0,97
	La información relacionada con nuevos negocios de su organización le llega a través de su superior inmediato.	4,11	0,90
	La información relacionada con nuevos servicios de su organización le llega a través de su superior inmediato.	4,17	0,85
	La información que le transmite su superior es clara y la entiende con facilidad.	4,26	0,72
	Ejercitan regularmente la retroalimentación y el cómo usted trabaja respecto de las expectativas.	4,00	0,83
	Se aplica comunicación horizontal en su organización.	3,76	1,03
	Intercambia información con sus compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de su Organización.	4,10	0,66
	Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos entre los miembros del grupo de trabajo.	4,01	0,80
	Existe libertad y confianza para resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.	4,04	0,84
	Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área de trabajo.	3,99	0,86
	El salario que usted percibe es equitativo con el trabajo que realiza.	2,59	1,15
	Considera usted que las políticas salariales son equitativas para todos los miembros de su organización.	2,60	1,12
Motivación (Promedio 3,56)	La capacitación es importante para su desarrollo profesional.	4,40	0,85
	Está satisfecho de la formación que le brinda su organización.	3,55	1,00
	Tiene satisfactorias oportunidades de promoción y ascenso.	3,07	1,10
	Su organización le apoya con tiempo de trabajo para su estudio y capacitación.	3,23	1,20
	Su organización le apoya económicamente para estudio y capacitación.	2,48	1,22
	La limpieza e higiene en su lugar de trabajo es adecuada.	3,86	0,91
	La iluminación en su lugar de trabajo es adecuada.	4,10	0,70
	La ventilación en su lugar de trabajo está bien regulada.	3,55	1,10
	La temperatura en su lugar de trabajo está bien regulada.	3,07	1,10
	Está de acuerdo con su horario de trabajo.	3,54	1,05
	Sus condiciones de trabajo le brindan seguridad para preservar su salud física y emocional.	3,39	0,94
	El entorno físico y el espacio en que realiza su trabajo son satisfactorios.	3,44	0,99
	Su trabajo tiene un significado especial para usted: éste no es “sólo un trabajo”.	3,87	0,88
	La organización siempre reconoce sus logros, lo que le produce una sensación de orgullo.	3,09	1,13
	Su jefe se preocupa de comunicar cómo su equipo de trabajo contribuye al beneficio del cliente interno y externo.	3,84	1,02
	Usted se siente motivado al venir a trabajar a su organización.	3,71	0,86
Puede ser usted mismo en su lugar de trabajo.	3,95	0,94	
Su formación está acorde a las actividades que usted desempeña dentro de su organización.	3,63	0,97	

En la tabla 9, se percibe que el promedio de la dimensión comunicación interna es 3.89, además el ítem con mayor puntaje corresponde al ítem N° 2: Comunica usted a su superior inmediato toda la información que recibe, el cual obtuvo un puntaje de 4.26, que de acuerdo a las alternativas en escala de Likert del cuestionario de Endomarketing resulta “de acuerdo”; por otro lado, el ítem N° 15: el salario que usted percibe es equitativo con el trabajo que realiza, obtuvo un puntaje de 2.59, que de acuerdo a las alternativas se encuentra entre “en desacuerdo” y en “ni de acuerdo ni en desacuerdo”

Además, el puntaje promedio de la dimensión motivación es 3.56, el ítem con mayor puntaje es el ítem 16: la capacitación es importante para su desarrollo profesional, con un promedio de 4.40 resultado en alternativas de Likert “de acuerdo”; por otra parte, el ítem 21: su organización le apoya económicamente para estudio y capacitación, obtuvo el promedio mínimo de 2.48, resultado la alternativa “en desacuerdo”.

4.1.4 Análisis de las variables endomarketing y satisfacción laboral

Gráfico 2: Puntaje promedio de las dimensiones de la variable endomarketing

Variable	Dimensión	M	SD
	Endomarketing	3,71	0,57
Endomarketing	Comunicación interna	3,89	0,62
	Motivación	3,56	0,62

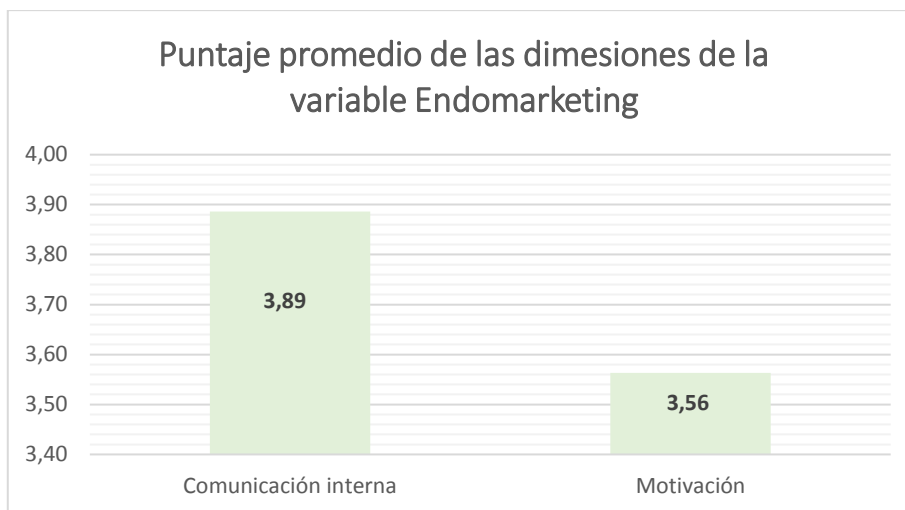


Tabla 10: Resultados promedios de los ítems y dimensiones de la variable satisfacción laboral

En la tabla 10 se observa el puntaje promedio global de la variable endomarketing, el cual es 3.71; además de sus dimensiones, las cuales son Comunicación interna con 3.89 y motivación con 3.56

4.1.5 Análisis de las medias por ítem de la variable satisfacción laboral

Tabla 11: Resultados promedios de los ítems y dimensiones de la variable satisfacción laboral

Dimensión	Ítem	M	SD
Desarrollo del personal (Promedio 3,72)	Siento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.	3,81	0,98
	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.	3,61	0,99
	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.	3,70	1,00
	Me siento feliz por los resultados que logro en mi trabajo.	3,76	1,09
	Mi trabajo me hace sentir realizado.	3,61	0,93
	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a)	3,85	0,80
Desempeño de tareas (Promedio 3,68)	La tarea que realizó es tan valiosa como cualquier otra.	4,10	0,94
	Me siento realmente útil con la labor que realizo.	4,07	0,66
	Las tareas que realizo las percibo como algo sin importancia.	3,44	1,12
	Mi trabajo me aburre.	3,43	1,15
	Me gusta el trabajo que realizo.	3,37	1,15
	Me siento complacido con la actividad que realizo.	3,68	0,95

	La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de mis labores.	3,65	0,90
Condiciones físicas y materiales (Promedio 3,57)	El ambiente donde trabajo es confortable.	3,98	0,84
	La comodidad que me ofrece el ambiente de trabajo es inigualable.	3,22	1,35
	Trabajo cómodamente en el ambiente físico donde me ubico.	3,53	0,99
	Existen las comodidades para un buen desempeño de las labores diarias.	3,46	0,95
Beneficios laborales y remunerativos (Promedio 3,45)	Mi sueldo es muy bajo en relación a la labor que realizo.	3,50	0,96
	Me siento mal con lo que hago.	3,53	1,09
	Siento que el sueldo que tengo es bastante aceptable	3,47	1,07
	Felizmente mi trabajo me permite cubrir mis expectativas económicas.	3,30	1,20
Políticas administrativas (Promedio 3,35)	Siento que recibo por parte de la empresa un mal trato.	3,38	1,06
	La sensación que tengo de mi trabajo es que me están explotando.	3,50	1,08
	Me disgusta mi horario.	3,36	1,23
	El horario de trabajo me resulta incómodo.	3,18	0,98
Relaciones sociales (Promedio 3,93)	No te reconocen el esfuerzo si trabajas más de las horas reglamentarias	3,33	1,08
	El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.	4,09	0,76
	Me agrada trabajar con mis compañeros.	4,04	0,76
	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.	3,76	1,23
Relaciones con la autoridad (Promedio 3,72)	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.	3,83	0,99
	Mi (s) jefe (s) es (son) comprensivo (s)	3,98	1,03
	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta sobre mi trabajo	3,90	0,87
	Llevarse bien con el jefe beneficia la calidad del trabajo.	3,52	1,24
	La relación que tengo con mis superiores es cordial.	3,82	0,95
	No me siento a gusto con mi (s) jefe (s).	3,29	1,14
	Mi (s) jefe (s) valora (n) el esfuerzo que hago en mi trabajo.	3,79	1,10

En la tabla 11 se visualiza el promedio por ítems y dimensiones de la variable satisfacción laboral, en la dimensión desarrollo del personal el puntaje promedio es 3.72, el ítem con un puntaje mayor es la pregunta 34: Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a), el cual obtuvo un puntaje de 3.85, resultando en escala de Likert la alternativa “de acuerdo”; por otro lado, el ítem 10: mi trabajo permite desarrollarme personalmente, obtuvo un mínimo puntaje promedio de 3.61, el cual significa en escala da Likert la alternativa “de acuerdo”.

La dimensión desempeño de tareas obtuvo un puntaje promedio 3.68; el promedio mayor se encuentra el ítem 5: la tarea que realizo es tan valiosa como cualquier otra, el cual obtuvo un puntaje de 4.10, resultando en escala de Likert la alternativa “de acuerdo”; por otro lado, el ítem 30: me gusta el trabajo que realizo, obtuvo el puntaje mínimo promedio de 3.37, el cual significa en escala de Likert la alternativa “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

La dimensión condiciones físicas y materiales obtuvo un puntaje promedio 3.57; el promedio mayor se encuentra el ítem 13: el ambiente donde trabajo es confortable, el cual obtuvo un puntaje de 3.98, resultando en escala de Likert la alternativa “de acuerdo”; por otro lado, el ítem 21: la comodidad que me ofrece el ambiente de trabajo es inigualable, obtuvo el puntaje mínimo promedio de 3.22, el cual significa en escala de Likert la alternativa “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

La dimensión beneficios laborales y remunerativos obtuvo un puntaje promedio 3.45; con respecto a los ítems, el promedio mayor se encuentra el ítem 7: Me siento mal con lo que hago, el cual obtuvo un puntaje de 3.53, resultando en escala de Likert entre las alternativas “ni de acuerdo ni en desacuerdo” y “de acuerdo”; por otro lado, el ítem 22: Felizmente mi trabajo me permite cubrir mis expectativas económicas, obtuvo el puntaje mínimo promedio de 3.30, el cual significa en escala de Likert la alternativa “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

La dimensión políticas administrativas obtuvo un puntaje promedio 3.35; con respecto a los ítems, el promedio mayor se encuentra el ítem 15: La sensación que tengo de mi trabajo es que me están explotando, con un puntaje promedio de 3.50, resultando en escala de Likert entre las alternativas “ni de acuerdo ni en desacuerdo” y “de acuerdo”; por otro lado, el ítem 23: el horario de trabajo me resulta incómodo, obtuvo el puntaje mínimo

promedio de 3.18, el cual significa en escala da Likert la alternativa “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

La dimensión relaciones sociales obtuvo un puntaje promedio 3.93; con respecto a los ítems, el promedio mayor se encuentra el ítem 3: el ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones, con un puntaje promedio de 4.09, resultando en escala de Likert la alternativa “de acuerdo”; por otro lado, el ítem 16: Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo, obtuvo el puntaje mínimo promedio de 3.76, el cual significa en escala da Likert la alternativa “de acuerdo”.

La dimensión relaciones con la autoridad obtuvo un puntaje promedio 3.72; con respecto a los ítems, el promedio mayor se encuentra el ítem 6: Mi (s) jefe (s) es (son) comprensivo (s), con un puntaje promedio de 3.98, resultando en escala de Likert la alternativa “de acuerdo”; por otro lado, el ítem 31: No me siento a gusto con mi (s) jefe (s), obtuvo el puntaje mínimo promedio de 3.29, el cual significa en escala da Likert la alternativa “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

4.1.6 Análisis de las medias por dimensiones de la variable satisfacción laboral

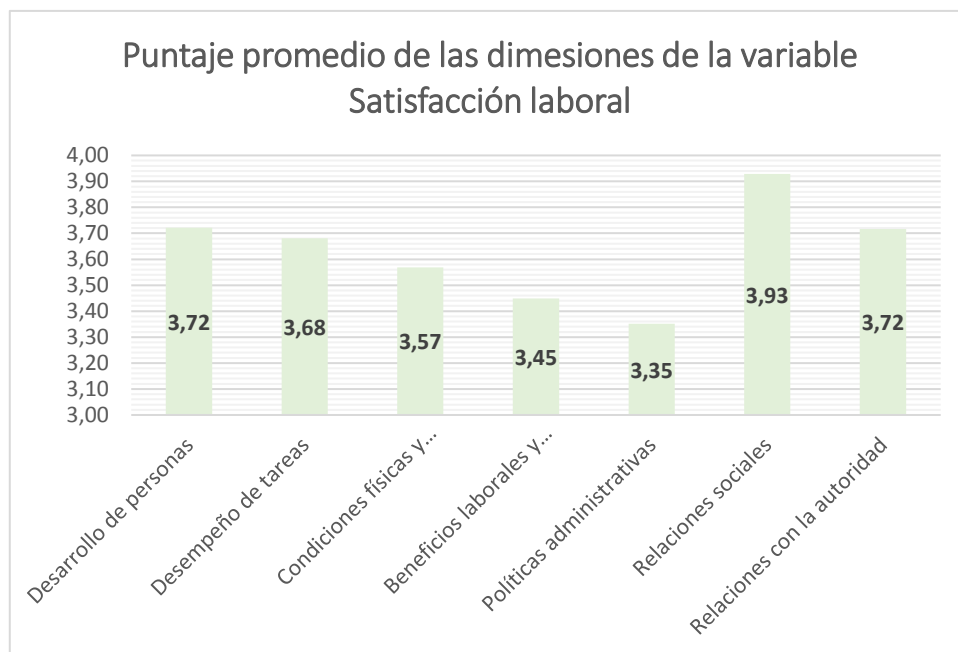
Tabla 12: Resultados promedios por dimensiones de la variable satisfacción laboral

Variable	Dimensión	M	SD
Satisfacción laboral	Satisfacción laboral	3,63	0,38
	Desarrollo de personas	3,72	0,59
	Desempeño de tareas	3,68	0,47
	Condiciones físicas y materiales	3,57	0,67
	Beneficios laborales y remunerativos	3,45	0,63
	Políticas administrativas	3,35	0,73
	Relaciones sociales	3,93	0,56
	Relaciones con la autoridad	3,72	0,57

En la tabla 12 se percibe que la dimensión con puntaje promedio más alto de 3.93 es la dimensión de relaciones sociales, seguido del desarrollo de personas y relaciones con

la autoridad, ambos con un puntaje promedio de 3.72; continuado del desempeño de tareas con un puntaje de 3.68, seguido de las condiciones físicas y materiales, la cual tiene un puntaje de 3.57; seguido de los beneficios laborales y remunerativos el cual alcanzó el puntaje promedio de 3.45; y por último las políticas administrativas, con un puntaje de 3.35.

Gráfico 3: Puntaje promedio de las dimensiones de endomarketing



4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1 Prueba de normalidad

La prueba de normalidad es un análisis que permitirá identificar la distribución de la información, con la finalidad de aplicar estadísticos paramétricos o no paramétricos.

Tabla 13: Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	p valor
Comunicación interna	,155	94	,000
Motivación	,163	94	,000

Endomarketing	,163	94	,000
Desarrollo del personal	,117	94	,003
Desempeño de tareas	,118	94	,002
Condiciones físicas o materiales	,122	94	,001
Beneficios laborales o remunerativos	,128	94	,001
Políticas administrativas	,122	94	,001
Relaciones sociales	,147	94	,000
Relación con la autoridad	,135	94	,000
Satisfacción laboral	,067	94	,200*

4.2.2 Análisis de la relación de las variables endomarketing y satisfacción laboral

Tabla 14: Grado de relación según el coeficiente de correlación de Spearman

Rango	Significado
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.26 a -0.50	Correlación negativa media
-0.11 a -0.25	Correlación negativa débil
-0.01 a -0.10	Correlación negativa muy débil
0	No existe correlación alguna entre las variables
0.01 a 0.10	Correlación positiva muy débil
0.11 a 0.25	Correlación positiva débil
0.26 a 0.50	Correlación positiva media
0.51 a 0.75	Correlación positiva considerable
0.76 a 0.90	Correlación positiva muy fuerte
0.91 a 1.00	Correlación positiva perfecta

4.3 Hipótesis general

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Ha: Existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Tabla 15: Relación entre las variables endomarketing y satisfacción laboral

Satisfacción laboral			
	Rho de Spearman	p valor	N
Endomarketing	,395**	,000	94

Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre las variables endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un Rho = 0.395 y un p valor de 0.000 ($p < 0.05$), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además se percibe que existe una correlación positiva media entre las variables, es decir las variables son independientes, asimismo se concluye que la alteración del endomarketing influirá medianamente en la satisfacción laboral de los colaboradores.

4.3.1 Hipótesis específica 1

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Ha: Existe relación significativa entre el endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Tabla 16: *Relación entre endomarketing y desarrollo del personal*

Desarrollo del personal			
	Rho de Spearman	p valor	N
Endomarketing	,387**	,000	94

Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un Rho = 0.387 y un p valor de 0.000 ($p < 0.05$), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además se logra percibir una correlación positiva media entre las variables analizadas, asimismo se concluye que la

alteración del endomarketing tendrá una influencia medianamente significativa en el desarrollo del personal de los colaboradores.

4.3.2 Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y el desempeño de tareas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Ha: Existe relación significativa entre el endomarketing y el desempeño de tareas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Tabla 17: *Relación entre endomarketing y desempeño de tareas*

Desempeño de tareas			
	Rho de Spearman	p valor	N
Endomarketing	.277**	.007	94

Regla de decisión*

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre las variables endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un Rho = 0.277 y un p valor de 0.007 ($p < 0.05$), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además se observa una

correlación positiva media, por ende, se concluye que si endomarketing mejora, el desempeño de tareas será medianamente influenciado.

4.3.3 Hipótesis específica 3

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y las condiciones físicas y laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima –2019

Ha: Existe relación significativa entre el endomarketing y las condiciones físicas y materiales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima –2019

Tabla 18: *Relación entre endomarketing y condiciones físicas y materiales*

Condiciones físicas y materiales			
	Rho de Spearman	p valor	N
Endomarketing	,359**	,000	94

Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre el endomarketing y las condiciones físicas y materiales de los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un Rho = 0.359 y un p valor de 0.000 ($p < 0.05$), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además se percibe

una correlación positiva media entre las variables, es decir, la alteración del endomarketing influirá medianamente en las condiciones físicas y materiales de los colaboradores.

4.3.4 Hipótesis específica 4

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019

Ha: Existe relación significativa entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019

Tabla 19: *Relación entre endomarketing y beneficios laborales y remunerativos*

Beneficios laborales y remunerativos			
	Rho de Spearman	p valor	N
Endomarketing	,245*	,017	94

Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre el endomarketing y los beneficios laborales y remunerativos en los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un Rho = 0.245 y un p valor de 0.017

($p < 0.05$), por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además de ello, se percibe la existencia de una correlación positiva media y algo significativa, concluyendo que si endomarketing mejora, provocará un incremento mediano en los beneficios laborales y remunerativos y de forma viceversa.

4.3.5 Hipótesis específica 5

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

Ha: Existe relación significativa entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

Tabla 20: *Relación entre endomarketing y políticas administrativas*

Políticas administrativas			
	Rho de Spearman	p valor	N
Endomarketing	-,206*	,047	94

Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre el endomarketing y las políticas administrativas en los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un $Rho = -0.206$ y un p valor de 0.047 ($p < 0.05$), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además de ello, se percibe una correlación negativa muy débil y poco significativa, dado el resultado obtenido, por consiguiente, se concluye que si se descuida el endomarketing, provocará una leve disminución en las políticas administrativas, y viceversa.

4.3.6 Hipótesis específica 6

H_0 : No existe relación significativa entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

H_a : Existe relación significativa entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

Tabla 21: *Relación entre endomarketing y relaciones sociales*

Relaciones sociales				
	Rho de Spearman	p valor	N	
Endomarketing		,101	,335	94

Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre el endomarketing y relaciones sociales y remunerativos en los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un $Rho = 0.101$ y un p valor de 0.335 ($p > 0.05$), por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, además lo cual demuestra que existe una correlación positiva muy débil y poco significativa, dado el resultado obtenido, por consiguiente, se concluye que si endomarketing mejora, provocará un leve incremento en las relaciones sociales, y viceversa.

4.6.7 Hipótesis específica 7

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y las relaciones con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

Ha: Existe relación significativa entre el endomarketing y las relaciones con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019.

Tabla 22: *Relación entre endomarketing y la relación con la autoridad*

Relación con la autoridad			
	Rho de Spearman	p valor	N
Endomarketing	,509**	,000	94

Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ($p > 0.05$) se acepta la hipótesis nula

Si el p valor es menor a 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Interpretación

Con respecto a la relación entre el endomarketing y la relación con la autoridad y los colaboradores del Departamento de operaciones y el área de Admisión de la Clínica Good Hope se obtuvo un $Rho = 0.509$ y un p valor de 0.000 ($p < 0.05$), por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, además de ello se observa una correlación positiva media, casi considerable, por consiguiente, se concluye que si endomarketing mejora, originará una alteración en la relación con la autoridad.

Discusión

A continuación, se presentan la discusión de los resultados conforme a los objetivos planteados en la presente investigación.

4.8 Resultados de los objetivos

4.8.1 Objetivo general:

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019

Se obtuvo que existe una correlación positiva media entre las variables, es decir las variables son independientes, asimismo se concluye que la alteración del endomarketing influirá medianamente en la satisfacción laboral de los colaboradores. Resultando un $Rho = 0.395$ y un p valor de 0.000 ($p < 0.05$); Por el mismo lado, que Paz (2018), en su aplicado a los colaboradores en la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, 2017

obtuvo un $Rho = 0.870$ el cual aceptó la correlatividad entre las variables; al igual que , Quiroz (2017), en su investigación aplicado al personal Administrativo de la Universidad Privada, que obtuvo un $Rho = 0.830$ indicando una correlación positiva entre las variables.

4.8.1 Objetivos específico 1

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Se determinó la existencia de una correlación positiva media entre las variables analizadas, asimismo se concluye que la alteración del endomarketing tendrá una influencia medianamente significativa en el desarrollo del personal de los colaboradores.

4.8.2 Objetivos específico 2

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Se determinó que existe una correlación positiva media, por ende, se concluye que si endomarketing mejora, el desempeño de tareas será medianamente influenciado.

4.8.3 Objetivos específico 3

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Se obtuvo una correlación positiva media entre las variables, es decir, la alteración del endomarketing influirá medianamente en las condiciones físicas y materiales de los colaboradores.

4.8.4 Objetivos específico 4

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Se percibió que existe una correlación positiva media y algo significativa, concluyendo que si endomarketing mejora, provocará un incremento mediano en los beneficios laborales y remunerativos y de forma viceversa.

4.8.5 Objetivos específico 5

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Se determinó que existe una correlación negativa muy débil y poco significativa, dado el resultado obtenido, por consiguiente, se concluye que si se descuida el endomarketing, provocará una leve disminución en las políticas administrativas, y viceversa.

4.8.6 Objetivos específico 6

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.

Se obtuvo que existe una correlación positiva muy débil y poco significativa, dado el resultado obtenido, por consiguiente, se concluye que si endomarketing mejora, provocará un leve incremento en las relaciones sociales, y viceversa.

4.8.7 Objetivos específico 7

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y la relación con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019

Se determinó que existe una correlación positiva débil y poco significativa, por consiguiente, se concluye que la mejora del endomarketing, originará una alteración leve en la relación con la autoridad

4.9 Conclusión y recomendaciones

4.9.1 Conclusión

Se concluye que existe una relación positiva media entre las variables analizadas en el presente estudio, las cuales son: endomarketing y satisfacción laboral, entendiéndose así que, cualquier alteración ya sea positiva o negativa del endomarketing, repercutirá en la satisfacción laboral de los colaboradores del departamento de Operaciones y el área de Admisión.

Las dimensiones desarrollo del personal, desempeño de tareas, condiciones físicas y materiales, beneficios laborales y remunerativos, y relación con la autoridad pertenecientes a la variable satisfacción laboral obtuvieron una puntuación de ,387; ,277; ,359; ,245 y ,509 respectivamente, lo cual indica la existencia de una correlación positiva media entre las dimensiones mencionadas y la variable endomarketing.

Además se percibió que, de todas las dimensiones de la variable endomarketing, la dimensión que tiene una mayor correlación con la variable mencionada es la relación con la autoridad, obteniendo una correlación .509 la cual indica que existe una correlación positiva media, casi considerable.

Por otro lado, la dimensión de la variable satisfacción laboral que posee la menor correlación con la variable principal, es la dimensión de políticas administrativas, la cual obtuvo el puntaje de -.206, resultando una correlación negativa débil entre las mismas.

4.9.2 Recomendaciones

- El departamento de Gestión de Talento Humano deberá reforzar y actualizar las estrategias de Endomarketing para poder lograr una mejor satisfacción en el cliente interno del área de admisión y el departamento de Operaciones.
- Medir semestralmente el grado de satisfacción del cliente interno para estimular el desarrollo de los colaboradores y brindándoles las herramientas necesarias para desempeñar sus actividades.
- Optimizar los canales de comunicación (workplace, Facebook, Outlook) entre los colaboradores y sus superiores, puesto que servirá para brindarle seguridad y lograr una mejor comunicación interactiva en los colaboradores en las áreas investigadas.
- Implementar un plan de estrategias de mejora del desarrollo profesional de los colaboradores, retención del personal y de ésta manera evitar la fuga de talento.

Referencias

- Aguilar, J., & Marlo, O. (2016). *Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del hospital regional Lambayeque 2015*. Retrieved from http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3100/Aguilar_Zapana_Juana.pdf;jsessionid=2269C57BF41CDCF9A604EF82C897B82E?sequence=5
- Alles, M. A. (2006). *Dirección estratégica de recursos humanos : gestión por competencias*. Granica. Retrieved from https://books.google.com.pe/books?id=jozhbqMukZsC&pg=PA294&lpg=PA294&dq=Martha+alles+desempeño+o+de+la+gestión+de+una+persona+es+un+instrumento+para+dirigir+y+supervisar+al+personal.+Entre+sus+principales+objetivos&source=bl&ots=z_R0yn-dqY&sig=ACfU3U1Dsc1CVfoGcHpCsV-NDU9pRaozmw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj1-vOTyeHhAhUx2FkKHdnhAhUQ6AEwAnoECAgQAQ#v=onepage&q=Martha+alles+desempeño+o+de+la+gestión+de+una+persona+es+un+instrumento+para+dirigir+y+supervisar+al+personal.+Entre+sus+principales+objetivos&f=false
- Alvarado, P., Granados, T., & Guale, A. (2013). *Programa de capacitación basada en competencias laborales para el personal del departamento de talento humano de la empresa mi ángel*. Retrieved from <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15536/1/TESIS I.C.R-H. 008 - Programa de capacitación basado en competencias laborales.pdf>
- Álvarez, B., Freire, D., & Bárbara, B. (2017). *Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas*. Retrieved from <http://repositorio.udec.cl/bitstream/handle/11594/2495/Álvarez - Freire - Gutiérrez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Anselmo, M. (2018). *Comunicación interna y cultura organizacional en la empresa AKRON International S.A.C, Lince - 2018*.
- Aragón, L., & Tania, D. (2018). *Acciones de endomarketing más valoradas por el personal millennial de Lima Metropolitana que influyen en prolongar el tiempo de permanencia en sus empresas*. <https://doi.org/10.19083/tesis/625161>
- Araque, D., Sánchez, J., & Uribe, A. (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 95–101. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.005>
- Arce, G., & Malvas, Y. (2014). *El clima organizacional y las relaciones interpersonales en la I.E. Manuel González Prada de Huari - 2013*. Universidad Católica Sedes Sapientiae. Retrieved from http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/134/Arce_Malvas_tesis_maestría_2014.pdf?sequence=1
- Armas, J. (2014). *Comunicación interna y clima laboral: estudio realizado en el Call Center de la Quetzaltenango*. Universidad Rafael Landívar Facultad.

- Artigas, J., & Cabeza, G. (2016). *Motivación y compromiso laboral motivation and engagement at Work*. España. Retrieved from <http://zaguan.unizar.es>
- Azêdo, D. F., & Alves, M. H. (2013). Práticas de marketing interno nas organizações de saúde e a sua influência na motivação dos colaboradores. *Revista Portuguesa de Saúde Pública*, 31(2), 201–212. <https://doi.org/10.1016/j.rpsp.2013.05.003>
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE*. Universidad Técnica de Ambato. Retrieved from http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132_o.e..pdf
- Barriga, A., & Rendón, A. (2016). *Impacto de la remuneración percibida sobre la satisfacción laboral en las familias del nivel socioeconómico c del distrito de Arequipa, 2016*. Retrieved from http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/14872/1/BARRIGA_FLORES_ANA_IMP.pdf
- Bazá, Y., & Salazar, M. (2010). Propuesta de políticas administrativas de recursos humanos para el departamento de enfermería de un hospital tipo III de San Felipe. Retrieved from <http://scielo.isciii.es/pdf/eg/n18/administracion5.pdf>
- Beiza, A. (2012). *Las relaciones interpersonales como herramienta esencial para optimizar el clima organizacional en la escuela básica nacional Creación Chaguaramos II*. Retrieved from <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/956/abeiza.pdf?sequence=4>
- Bello, P. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima laboral del personal de la Gerencia de operaciones Aeroportuarias*. Universidad San Ignacio de Loyola. Retrieved from http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3574/1/2017_Bello-Jimenez.pdf
- Benites, M. (2018). *Capacitación y motivación laboral según personal del Ministerio del Desarrollo e Inclusión social, Lima 2017*. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13272/Benites_MMF.pdf?sequence=1
- Berreiro, J., Diez, J., Barreiro, B., Ruzo, E., & Losada, F. (2003). *Gestión Científica Empresarial.: Temas de Investigación Actuales*. (Primera). España: Netbiblo. Retrieved from https://books.google.com.pe/books?id=9oa_UnBzqPkC&pg=PA119&dq=herzberg+satisfaccion+laboral&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwib8pWfos_1AhXtzVkkHS2-BNYQ6AEINjAC#v=onepage&q=herzberg+satisfaccion+laboral&f=false
- Bohnenberger, M. (2005). *Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. Universitat De Les Illes Balears. Retrieved from <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/9421/tmcb1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boluarte, A. (2014). Propiedades psicométricas de la Escala de satisfacción laboral de Warr, Cook y Wall. *Urologiia i Nefrologiia*, 25(2), 66–71. Retrieved from <http://www.scielo.org.pe/pdf/rmh/v25n2/v25n2ao4.pdf>
- Calle, D. (2017). *Marketing interno y la reputación corporativa de las cooperativas de*

- ahorro y crédito del segmento uno que operan en la provincia del Cañar-Ecuador*. Retrieved from http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/7026/Calle_rd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Camelo, F., Vallejo, L., & Gómez, S. (2015). *Diseño de una propuesta de modelo de endomarketing para el restaurante Burger King del centro comercial El Tesoro en la ciudad Medellín para el segundo semestre del año 2015*. Universidad de Medellín.
- Cardona, K. (2012). *Gestión de la comunicación interna organizacional en la optimización del clima laboral y optimización de conflictos*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Retrieved from http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10606/1/45942_1.pdf
- Casana, M. (2015). Clima organizacional y satisfacción laboral en trabajadores de una empresa azucarera de Chiquitoy, 131. Retrieved from http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1809/1/RE_PSICOLOGIA_CLIMA_ORGANIZACIONAL.SATISFACCION.LABORAL.TRABAJADORES.EMP.AZUCARERA_TESIS.pdf
- Charaja, M., & Mamani, J. (2014). Satisfacción laboral Y motivación de los trabajadores de la dirección regional del comercio exterior y turismo - Puno - Perú, 2013. *Comuni@cción*, 5(1), 05-13. Retrieved from http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000100001
- Charry, H. (2017). *A todos los niños del mundo afectados por la lucha de contrarios*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Retrieved from http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6743/Charry_ch.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chávez, Y., & Chilón, J. (2018). *Influencia del endomarketing en la satisfacción del cliente interno en la tienda por departamento Ripley S.A. de la ciudad de Cajamarca, 2017*.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Retrieved from https://educacionparatodalavida.files.wordpress.com/2016/05/administracion_de_recursos_humanos_9na_e.pdf
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. México. Retrieved from http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Cotrina, G. (2016). *Comunicación interna, horizontal, vertical y otras oportunidades*.
- Dávila, A., & Velasco, A. (2013). *La satisfacción del cliente interno a través del endomarketing*. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/bec8/004d787b1c47711e69886027ef63298eb057.pdf>
- De Castro, M., & Jiménez, L. (2008). *Caso unión consulting: estrategias para el mejoramiento de la comunicación interna*. Pontificia Universidad Javeriana.
- De la Cruz, E., & Huaman, A. (2016). *Clima Organizacional y desempeño laboral en el*

personal del programa nacional cuna más en la provincia de Huancavelica 2015. Retrieved from <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1029/TP-UNH.ADMIN.00110.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De la Rosa, M. D., & Carmona, A. (2010). Cómo afecta la relación del empleado con el líder a su compromiso con la organización. *Universia Business Review*, 26, 112–132.

Enríquez, P. (2004). *Motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la visión en México.*

Espejo, M. (2016). *Influencia del clima organizacional en el desempeño laboral del personal de la Dirección Regional de Agricultura Junín - 2014.* Retrieved from http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/120/Maricarmen_Tesis_Licenciado_2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Falcon, C. (2017). *Relación entre el marketing interno, la satisfacción laboral y el compromiso organizacional en los trabajadores de estaciones de servicio: caso aplicado a la empresa Gazel Perú.* Retrieved from http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3008/1/2017_Falcon_Relacion-entre-el-marketing-moderno.pdf

Falcon, C. (2017). *Relación entre el marketing interno, la satisfacción laboral y el compromiso organizacional en trabajadores de estaciones de servicio: Caso aplicado a la empresa GAZEL PERÚ.* Retrieved from http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3008/1/2017_Falcon_Relacion-entre-el-marketing-moderno.pdf

Falcón, C. (2017). *Relación entre el marketing interno, la satisfacción laboral y el compromiso organizacional , en los trabajadores de estaciones de servicio: Caso aplicado a la empresa Gazel Perú.* Universidad San Ignacio de Loyola. Retrieved from http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3008/1/2017_Falcon_Relacion-entre-el-marketing-moderno.pdf

Fernández, A. (2018). *Estrategias para mejorar la motivación laboral en un instituto técnico superior, Lima - 2018.* Universidad Norbert Wiener. Retrieved from http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2483/TESIS_Fernandez_Augusto.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fuentes, S. (2012). *Satisfacción laboral y su influencia en la productividad: estudio realizado en la delegación de recursos humanos del Organismo Judicial en la ciudad de Quetzaltenango.* Retrieved from <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/Fuentes-Silvia.pdf>

Gandarillas, M., Vásquez, L., Márquez, H., Santamaría, E., Garaña, Ó., & Santibáñez, M. (2014). Satisfacción Laboral y apoyo social en trabajadores de un hospital de tercer nivel. *Medicina y Seguridad Del Trabajo*, 60(234), 64–89. <https://doi.org/10.4321/s0465-546x2014000100007>

García, G. (2007). Clima Organizacional: Hacia un nuevo modelo. Retrieved from http://www.unicauca.edu.co/porik_an/imagenes_3noanteriores/No.12porikan/articulo6.pdf

García Jiménez, J. (2007). *La comunicación interna.* Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from

https://books.google.com.pe/books?id=KilceG_59dMC&pg=PR10&dq=%5Da+co+comunicación+interna+es+un+recurso+gerenciable+en+orden+a+alcanzar+los+objetivos+corporativos+y+culturales,+organizacionales,+funcionales,+estratégicos+y+comportamentales+de+la+empresa.+la+comunicación+interna+no+es+un+fin,+sino+un+medio+y+una+herramienta+insustituible+para+desarrollar+las+nuevas+competencias&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjQ1cCx-KHjAhUtH7kGHcKjBZUQ6AEIJzAA#v=onepage&q=%5Da+comunicación+interna+es+un+recurso+gerenciable+en+orden+a+alcanzar+los+objetivos+corporativos+y+culturales%2C+organizacionales%2C+funcionales%2C+estratégicos+y+comportamentales+de+la+empresa.+la+comunicación+interna+no+es+un+fin%2C+sino+un+medio+y+una+herramienta+insustituible+para+desarrollar+las+nuevas+competencias&f=false

García, M. (2014). *El endomarketing y la calidad de servicio brindada a los clientes externos de la Caja Municipal de ahorro y crédito de Trujillo – Agencia España 2014*. Retrieved from http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2804/garcia_mayra.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García, V. (2012). *Motivación laboral: estudio descriptivo de unas variables*. Universidad de Valladolid. Retrieved from <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1144/1/TFG-B.60.pdf>

Gonzales, T., Vazquez, G., Vizcano, A., & Mayorga, P. (2016). Las finanzas y la competitividad en pymes manufactureras ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara. *La Competitividad y Su Relación Con La Gestión Del Conocimiento y El Mercado Global*. Retrieved from http://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/la_competitividad_y_su_relacion_con_la_gestion_del_conocimiento_y_el_mercado_global.pdf

Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico.

Herzberg, F. (1968). *One More Time: How Do You Motivate Employees?*

Hospinal, S. (2013). Clima organizacional y satisfacción laboral en la empresa F y D inversiones S.A.C. *Industrial Data*, 16(2). Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/816/81632390009/>

Huerta, F. (2012). *Diagnóstico de capacitación para mejorar la eficiencia laboral, el caso de una cadena de discos*. Retrieved from [https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/13022/Tesis Huerta Ortiz Fernando José.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/13022/Tesis%20Huerta%20Ortiz%20Fernando%20José.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lagos, V. (2015). *Motivación organizacional y su incidencia en el desempeño laboral en empresas de Copelec*. Universidad Bio Bio. Retrieved from [http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1533/1/Lagos Cortes%2C Victor.pdf](http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1533/1/Lagos%20Cortes%20Victor.pdf)

León, G. (2017). *La motivación y el desempeño laboral de los trabajadores en la municipalidad distrital de Cajay- Huari, año 2017*. Retrieved from <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/805/TFCE-01-16.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Linares, J. (2017). *Motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017*.
- Lopez, J. (1997). El salario. Retrieved from <https://goo.gl/yQqW1p>
- Luque, N. (2015). *Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano "José María Arguedas" Andahuaylas 2015*. Retrieved from http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/241/Nelly_Luque_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marin, H., & Placencia, M. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Horiz Med*, 17(4), 42–52. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2017.v17n4.08>
- Marin Samanez, H. S., & Placencia Medina, M. D. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Horizonte Médico*, 17(4), 42–52. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2017.v17n4.08>
- Matias, N., & Maguiña, A. (2015). *Marketing interno y compromiso organizacional de los trabajadores del Banco de la Nación agencia 2, Huaraz, 2015*. UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MA YOLO. Retrieved from http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/896/MARKETING_INTERNO_Y_COMPROMISO_ORGANIZACIONAL_DE_LOS_COLABORADORES_DEL_BANCO_DE_LA_NACION_AGENCIA_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mayurí, J. (2008). *Capacitación empresarial y desempeño laboral en el fondo de empleados del Banco de la Nación Feban, Lima 2006*. Retrieved from http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/2615/Mayuri_bj.pdf;jsessionid=1EF5AD7A088F2B98787AD96412036501?sequence=1
- Maza, L. (2018). *Gestión administrativa y satisfacción laboral en los trabajadores de la Oficina de Administración del SENACE – 2018*.
- Medina, M. (2000). *Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio* (Segunda). Mrucia. <https://doi.org/84-8371-162-1>
- Medina, S. (2017). *La gestión de remuneración y la satisfacción laboral del servidor de la administración pública en la Red Lima Ciudad 2016*. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6585/Medina_ASM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mendoza, B., & Gutiérrez, M. (2017). *Relación del engageent en el desempeño laboral del persona del hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado*. Retrieved from <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/317/004-3-10-004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mercado, J. (2017). *Gestión administrativa en la satisfacción laboral de los trabajadores de la Empresa Municipal Administradora de Peaje-Lima, 2016*. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6642/Mercado_MJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Miranda, F., & Pastor, P. (2015). *Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque - 2015*. Universidad Señor de Sipán. Retrieved from [http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/827/MIRANDA_CUBAS, FRANCISCO HUMBERTO y PASTOR NANFU%20Y_PAOLA DEL MILAGRO.pdf;jsessionid=FBE6D73BEFCAF809E523D5C62B4E2EB8?sequence=1](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/827/MIRANDA_CUBAS_FRANCISCO_HUMBERTO_y_PASTOR_NANFU%20Y_PAOLA_DEL_MILAGRO.pdf;jsessionid=FBE6D73BEFCAF809E523D5C62B4E2EB8?sequence=1)
- Montoya, M., & De la Rosa, L. (2014). Flujo de comunicacion en organizaciones privadas de Tijuana. Retrieved from www.razonypalabra.org.mx
- Olea, C. (2010). *Evaluación de impacto de la capacitación caracterización y una propuesta para la la gran empresa privada Chilena*. Retrieved from http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/cs-olea_c/pdfAmont/cs-olea_c.pdf
- Osorio, M. (2004). *Remuneración y Satisfacción*. Retrieved from <http://pdfs.wke.es/1/6/3/5/pd0000011635.pdf>
- Paz, J. (2018). *Relación entre el endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores en la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, 2017*. Retrieved from https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1291/Jose_Tesis_Maestro_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Peralta, E. (2016). Teoría general de los sistemas aplicada a modelos de gestión. *Aglala*, 7(1), 122–146. <https://doi.org/10.22519/22157360.901>
- Pérez, I., Maldonado, M., & Bustamante, S. (2006). Clima organizacional y gerencia: Inductores del cambio organizacional. *Investigación y Postgrado*, 21(2). Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/658/65821209/>
- Pérez, J., & Fidalgo, M. (2005). Satisfacción laboral: escala general de satisfacción. *Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, 1–6. Retrieved from https://www.insst.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/301a400/ntp_394.pdf
- Pérez Salinas, B., Bachiller Villarreal Cruz, D., Belen, M., & Silva, M. (2016). *Satisfacción laboral y relaciones interpersonales de los enfermeros del hospital nacional Sergio Enrique Bernales Collique - Comas, 2016*. Retrieved from [http://repositorio.ual.edu.pe/bitstream/handle/UAL/42/T-ENF_0029_%20Pérez Salinas y Villarreal Cruz%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ual.edu.pe/bitstream/handle/UAL/42/T-ENF_0029_%20Pérez_Salinas_y_Villarreal_Cruz%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Quiñones, E. (2017). *Relación de la comunicación interna en el clima organizacional en la gerencia de producción de griferías de la empresa Vsi Industrial*. Retrieved from http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3244/3/quinones_ev.pdf
- Quintero, N., Africano, N., & Faria, E. (2008). Clima Organizacional Y Desempeño Laboral Del Personal Empresa Vigilantes Asociados Costa Oriental Del Lago. *Organizational Climate and Labour Performance of the Company “ Vigilantes Associate ” Oriental Coast of the. Negotium*, 9, 33–51. Retrieved from <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/9/Art2.pdf>
- Quiroz, L. (2017). *Marketing Interno y Compromiso Organizacional en el Personal*

- Administrativo de la Universidad Privada – Lima, 2016*. Universidad César Vallejo. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/22034/Quiroz_LLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe, E. (2015). *Clima organizacional y desempeño laboral en la municipalidad distrital de Pacucha, Andahuaylas, 2015*. Retrieved from [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/230/20-2015-EPAE-Quispe VargasClima organizacional y desempeño laboral en la MD de Pacucha.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/230/20-2015-EPAE-Quispe_VargasClima_organizacional_y_desempeño_laboral_en_la_MD_de_Pacucha.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ramírez, A. (2014). *Metodología de investigación científica*. Retrieved from <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/1.pdf>
- Reátegui, L. (2017). *Influencia de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores de la Institución Educativa Integrado N° 0176 Ricardo Palma, de Huingoyacu, distrito San Pablo, provincia de Bellavista, región San Martín 2016*. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/935/reategui_al.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2001). *Endomárketing: estrategias de relación con el cliente interno*. Retrieved from https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/08/05/endomarketing_para_web_con_sello.pdf
- Rengifo, R. (2018). *Proceso de capacitación y el desempeño laboral del personal administrativo del organismo de evaluación y fiscalización ambiental, Lima 2017*. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16316/Rengifo_MRM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reynaga, Y. (2015). *Motivación y desempeño laboral del personal del hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2015*. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS FACULTAD. Retrieved from http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/245/Yolanda_Reynaga_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera, R. (2014). *Uso de las teorías motivacionales de Herzberg y McClelland para la mejora del desempeño laboral de los trabajadores de la empresa J.E Construcciones Generales S.A*. Retrieved from http://repositorio.untels.edu.pe/bitstream/UNTELS/96/1/Rivera_Rosa_Trabajo_de_Investigacion_2014.pdf
- Robbins, S., & DeCenzo, D. (2002). *Fundamentos de Administración: Conceptos Esenciales y Aplicaciones*. (Tercera). México: Person. Retrieved from <https://books.google.com.pe/books?id=yly3Ak0GLykC&pg=PA37&dq=piramide+de+maslow+libro&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjNrpCawN7lAhUso1kKHZIyAJcQ6AEISzAF#v=onepage&q=piramide de maslow libro&f=false>
- Rodrigues, A., Queirós, A., & Pires, C. (2016). A influência do marketing interno nas atitudes e comportamentos dos colaboradores: aplicação a uma organização de cuidados sociais e de saúde. *Revista Portuguesa de Saúde Pública*, 34(3), 292–304.

<https://doi.org/10.1016/j.rpsp.2016.08.001>

- Rojas, F. (2018). *Capacitación y desempeño laboral*. Retrieved from <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Rojas-Francisco.pdf>
- Rojas, R., & Vilchez, S. (2018). *Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral del personal del puesto de salud Sagrado Corazón de Jesús – Lima, enero 2018*.
- Ruiz, C. (2009). *Nivel de satisfacción laboral en empresas públicas y privadas de la ciudad de Chillán*. Retrieved from [http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/775/1/Ruiz Segura%2C Carol Marlene.pdf](http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/775/1/Ruiz_Segura%2C_Carol_Marlene.pdf)
- Sánchez, L., & Silva, M. (2017). *Percepción de los colaboradores sobre el endomarketing en la empresa Agroexportadora Caynarachi S.A.* Retrieved from https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/944/Lisy_tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Schwertner, A. (2015). ¿Contratar una agencia de Marketing digital o hacerlo interno? Retrieved September 1, 2019, from <https://www.tree.com.py/blog/contratar-una-agencia-de-marketing-digital-o-hacerlo-internamente>
- Sergueyevna, N., & Mosher, E. (2013). Motivational theories from the perspective of consumer behavior. Retrieved from www.sid.uncu.edu.ar
- Sharon, I. (2015). ¿Cómo tener una buena relación con el jefe y subalternos? - El Mostrador. Retrieved August 21, 2019, from <https://m.elmostrador.cl/noticias/opinion/2015/12/19/como-tener-una-buena-relacion-con-el-jefe-y-subalternos/>
- Sum, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral*. Retrieved from <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>
- Supera. (2014). El 45% de trabajadores no es feliz en su centro de labores || Gestión. Retrieved August 25, 2019, from <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/45-trabajadores-feliz-centro-labores-68545-noticia/>
- Suquilandia, M. (2018). El endomarketing en el Perú | Infomarketing. Retrieved June 1, 2019, from <http://www.infomarketing.pe/marketing/articulos/el-endomarketing-en-el-peru/>
- Toribio, C. (2016). *Influencia de la motivación en la satisfacción laboral de los trabajadores de una municipalidad distrital – 2015*. Uniersidad Privada del Norte. Retrieved from [http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10940/Toribio Gavidia Claudia Maribel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10940/Toribio_Gavidia_Claudia_Maribel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Torres, E., & Zegarra, S. (2013). Clima organizacional y desempeño laboral en las instituciones educativas bolivarianas de la ciudad Puno -2014 – Perú. *Comuni@cción*, 6(2), 5–14. Retrieved from http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682015000200001&script=sci_arttext&tlng=pt
- Torres, M. (2014). La satisfacción laboral aumenta con los años: personas de mayor edad son más felices - Noticiero Contable. Retrieved September 1, 2019, from

<https://www.noticierocontable.com/la-satisfaccion-laboral-aumenta-con-los-anos-personas-de-mayor-edad-son-mas-felices/>

- Trani, J. (2015). *La Comunicación Interna Una herramienta al servicio de las organizaciones*. Universidad de Barcelona. Retrieved from https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/imagen_id.cmd?idImagen=1097310
- Universidad Eafit, C. C. (n.d.). *Remuneración laboral*. Retrieved from <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/boletines/comercial-laboral/b7.pdf>
- Vargas, C., & Zevallos, L. (2013). “*Satisfacción Laboral y Satisfacción Marital en trabajadores de la ZOFRA Tacna.*” Universidad Católica de Santa María. Retrieved from <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4745/76.0235.PS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vasquez Donada, J. (2018). *Relaciones interpersonales y motivación laboral en los docentes de la institución educativa N° 80382 Carlos Alberto Olivares. Chepén - 2017. Universidad César Vallejo.*
- Vásquez, J. G. (2017). El clima laboral y su influencia en la productividad de los trabajadores administrativos de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten, 2016., 129. Retrieved from <http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/93/1/Tesis Oficial Jhon Vasquez.pdf>
- Vásquez, L. (2015). *Relaciones Interpersonales y Desempeño Laboral en los trabajadores del Centro de Salud Morales, 2015. Universidad César Vallejo.*
- Vásquez, R. (2019). Endomarketing: El propósito de hacer empresa | MercadoNegro. Retrieved September 1, 2019, from <https://www.mercadonegro.pe/marketing/endomarketing-el-proposito-de-hacer-empresa/>
- Vilvachagua, E. (2018). *Comunicación interna y salud ocupacional: Análisis de la estrategia de prevención de la tuberculosis en un hospital de Lima Metropolitana.* Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Werther, W., & Davis, K. (2008). *Administración de recursos humanos* (Sexta). Mexico: McGraw-Hill. Retrieved from <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/c2f2989d851e80e2cc6aa0ebf3a54cb0.pdf>
- Williams, L. (2013). *Estudio diagnóstico del clima laboral en una dependencia pública.* Retrieved from <http://eprints.uanl.mx/3751/1/1080256607.pdf>
- Yonclei, G. (2018). *Satisfacción laboral y productividad de los trabajadores de la municipalidad provincial de Huaura, 2017.* Retrieved from <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/1746/TFCE-03-09.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zavala, O. (2014). *Motivación y satisfacción laboral en el centro en el centro de servicios compartidos de una empresa embotelladora de bebidas.* Retrieved from <http://148.204.210.201/tesis/1392852540281TesisMAOmarA.pdf>

Zavaleta, J. (2017). *Motivación y productividad laboral en los trabajadores de las dependencias policiales del distrito de Nuevo Chimbote 2017*.

Zenger, J., & Folkman, J. (2012). How Damaging Is a Bad Boss, Exactly? Retrieved August 25, 2019, from <https://hbr.org/2012/07/how-damaging-is-a-bad-boss-exa>

Anexos

Anexo 1

Validación de expertos

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

Facultad de Ciencias Empresariales

Validación del instrumento por juicio de expertos

El instrumento a validar pertenece al proyecto de investigación titulado: "Endomarketing y satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la Clínica Good Hope, 2019"

Introducción:

Sírvase encerrar dentro de un círculo el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple con el objetivo propuesto?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

4. ¿Considera usted que si se aplica éste instrumento a grupos similares se obtendrán datos también similares?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

6. ¿Qué ítems cree usted que se podrá agregar?

7. ¿Qué ítems cree que se debería agregar?

Fecha (d/m/a):

Validado por:

Grado académico:



Firma del experto

Mg. Javier Antonio P.
[Handwritten signature]

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

Facultad de Ciencias Empresariales

Validación del instrumento por juicio de expertos

El instrumento a validar pertenece al proyecto de investigación titulado: "Endomarketing y satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la Clínica Good Hope, 2019"

Introducción:

Sírvase encerrar dentro de un círculo el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. ¿Considera usted que el instrumento cumple con el objetivo propuesto?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 ~~90~~ 100

2. ¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 ~~90~~ 100

3. ¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 ~~90~~ 100

4. ¿Considera usted que si se aplica éste instrumento a grupos similares se obtendrán datos también similares?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 ~~90~~ 100

5. ¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?

0 10 20 30 40 50 60 70 80 ~~90~~ 100


6. ¿Qué ítems cree usted que se podrá agregar?

7. ¿Qué ítems cree que se debería agregar?

Fecha (d/m/a): 15/08/2015

Validado por: Kelly Núñez Rojas

Grado académico: Mg.


Firma del experto

Anexo 2

Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Qué relación existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la relación que existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p>	<p>MARKETING INTERNO</p>	<p>COMUNICACIÓN INTERNA</p>	Comunicación ascendente	<p>ESCALA NOMINAL</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p>
					Comunicación descendente		
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>• ¿Qué relación existe entre el</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>• Determinar la relación que existe entre el</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>• Existe relación significativa entre el</p>	<p>MARKETING INTERNO</p>	<p>MOTIVACIÓN</p>	Comunicación horizontal	<p>ESCALA LIKERT</p> <p>1= Absolutamente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Indiferente; 4 = De acuerdo; 5 = Absolutamente de acuerdo</p>	<p>NO EXPERIMENTAL</p>
					Salarios		
					Capacitación		
					Seguridad y ambiente de trabajo		TRANSVERSAL

<p>endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?</p> <p>• ¿Qué relación existe entre el endomarketing y el desempeño laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?</p>	<p>endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p> <p>• Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p>	<p>endomarketing y el desarrollo de personas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p> <p>• Existe relación significativa entre el endomarketing y el desempeño laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p>			Satisfacción	
<p>endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?</p> <p>• ¿Qué relación existe entre el endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019?</p>	<p>endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p> <p>• Determinar la relación que existe entre el endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p>	<p>endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p> <p>• Existe relación significativa entre el endomarketing y el ambiente laboral en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019.</p>	SATISFACCIÓN LABORAL	DESARROLLO DEL PERSONAL	Identificación y realización laboral Realización personal	ESCALA NOMINAL
				DESEMPEÑO DE TAREAS	Trabajo gratificante	

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué relación existe entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019? 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación que existe entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre el endomarketing y los beneficios laborales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019. 			Identificación con las tareas que realiza	ESCALA LIKERT	DESCRIPTIVA
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué relación existe entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019? 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación que existe entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre el endomarketing y las políticas administrativas en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019. 		CONDICIONES FÍSICAS Y O MATERIALES	Comodidad y condiciones físicas	1= Absolutamente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Indiferente; 4 = De acuerdo; 5 = Absolutamente de acuerdo	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué relación existe entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación que existe entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre el endomarketing y las relaciones sociales en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica 		BENEFICIOS LABORALES O REMUNERATIVOS	Ubicación del ambiente físico		CORRELACIONAL
				POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS	Condiciones salariales		
				RELACIONES SOCIALES	Expectativas salariales		
					Desarrollo de actividades		
					Trato por parte de la empresa		
					Adecuación y aceptación del horario laboral		
					Reconocimiento de horas extras		
					Relaciones interpersonales		

<p>de la clínica Good Hope, Lima - 2019?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué relación existe entre el endomarketing y la relación con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019? 	<p>Good Hope, Lima - 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación que existe entre el endomarketing y la relación con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima - 2019. 	<p>Good Hope, Lima – 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe relación significativa entre el endomarketing y la relación con la autoridad en el área de Admisión y el departamento de Operaciones de la clínica Good Hope, Lima – 2019. 	<p>RELACIÓN CON LA AUTORIDAD</p>	<p>Cooperación y ayuda mutua</p> <p>Comprensión y disposición</p> <p>Empatía, calidad de trabajo</p> <p>Comodidad</p> <p>Sentido de valoración</p>		
---	--	--	----------------------------------	--	--	--

Anexo 3

Instrumento

CUESTIONARIO DE ENDOMARKETING

OBJETIVO:

El presente cuestionario está diseñado para medir la relación que existe entre el ENDOMARKETING Y LA SATISFACCIÓN LABORAL del personal del Departamento de Operaciones y el área de Admisión, la información analizada será utilizada únicamente fines académicos.

INSTRUCCIONES:

Por favor lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione una respuesta de acuerdo a su opinión sincera marcando una (X):

Absolutamente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Absolutamente de acuerdo
1	2	3	4	5

Datos

Nombre (Opcional):

Edad: 18-25 años () 26-30 años () 31-35 años () 36-40 años () + de 41 años ()

Sexo: F () M ()

Lugar de procedencia: Costa () Sierra () Selva ()

Tiempo de Servicio en la Institución: - de un año () de 1 a 3 años () de 4 a 7 años () + de 8 años ()

Área de trabajo: Facturación Ambulatoria () Facturación Hospitalaria y altas ()

Emergencia () Presupuesto y Admisión Hospitalaria () Admisión ()

Nº	Ítem	Absolutamente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Absolutamente de acuerdo
1	Considera usted fácil la comunicación a sus superiores.					
2	Comunica usted a su superior inmediato toda la información que recibe.					
3	Tiene libertad de expresar a sus superiores sus ideas y sugerencias.					
4	Se siente satisfecho con la comunicación que existe entre usted y su superior inmediato.					
5	Su superior inmediato le informa cuando hay cambios en la prioridad de su trabajo.					
6	La información relacionada con nuevos negocios de su organización le llega a través de su superior inmediato.					
7	La información relacionada con nuevos servicios de su organización le llega a través de su superior inmediato.					
8	La información que le transmite su superior es clara y la entiende con facilidad.					
9	Ejercitan regularmente la retroalimentación y el cómo usted trabaja respecto de las expectativas.					
10	Se aplica comunicación horizontal en su organización.					
11	Intercambia información con sus compañeros para coordinar tareas entre diferentes unidades de su Organización.					
12	Existe libertad y confianza para aclarar malentendidos entre los miembros del grupo de trabajo.					
13	Existe libertad y confianza para resolver conflictos entre los miembros del grupo de trabajo.					
14	Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área de trabajo.					
15	El salario que usted percibe es equitativo con el trabajo que realiza.					

16	Considera usted que las políticas salariales son equitativas para todos los miembros de su organización.					
17	La capacitación es importante para su desarrollo profesional.					
18	Está satisfecho de la formación que le brinda su organización.					
19	Tiene satisfactorias oportunidades de promoción y ascenso.					
20	Su organización le apoya con tiempo de trabajo para su estudio y capacitación.					
21	Su organización le apoya económicamente para estudio y capacitación.					
22	La limpieza e higiene en su lugar de trabajo es adecuada.					
23	La iluminación en su lugar de trabajo es adecuada.					
24	La ventilación en su lugar de trabajo está bien regulada.					
25	La temperatura en su lugar de trabajo está bien regulada.					
26	Está de acuerdo con su horario de trabajo.					
27	Sus condiciones de trabajo le brindan seguridad para preservar su salud física y emocional.					
28	El entorno físico y el espacio en que realiza su trabajo son satisfactorios.					
29	Su trabajo tiene un significado especial para usted: éste no es “sólo un trabajo”.					
30	La organización siempre reconoce sus logros, lo que le produce una sensación de orgullo.					
31	Su jefe se preocupa de comunicar cómo su equipo de trabajo contribuye al beneficio del cliente interno y externo.					
32	Usted se siente motivado al venir a trabajar a su organización.					
33	Puede ser usted mismo en su lugar de trabajo.					
34	Su formación está acorde a las actividades que usted desempeña dentro de su organización.					
35	Está orgulloso de decirles a otros que trabaja en su organización					

Anexo 4

Instrumento

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN LABORAL

Nº	Ítem	Absolutamente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Absolutamente de acuerdo
1	La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de mis labores.					
2	Mi sueldo es muy bajo en relación a la labor que realizo.					
3	El ambiente creado por mis compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.					
4	Siento que el trabajo que hago es justo para mi manera de ser.					
5	La tarea que realizó es tan valiosa como cualquier otra.					
6	Mi (s) jefe (s) es (son) comprensivo (s)					
7	Me siento mal con lo que hago.					
8	Siento que recibo por parte de la empresa un mal trato.					
9	Me agrada trabajar con mis compañeros.					
10	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.					
11	Me siento realmente útil con la labor que realizo.					
12	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta sobre mi trabajo					
13	El ambiente donde trabajo es confortable.					
14	Siento que el sueldo que tengo es bastante aceptable					
15	La sensación que tengo de mi trabajo es que me están explotando.					
16	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.					
17	Me disgusta mi horario.					

18	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.					
19	Las tareas que realizo las percibo como algo sin importancia.					
20	Llevarse bien con el jefe beneficia la calidad del trabajo.					
21	La comodidad que me ofrece el ambiente de trabajo es inigualable.					
22	Felizmente mi trabajo me permite cubrir mis expectativas económicas.					
23	El horario de trabajo me resulta incómodo.					
24	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.					
25	Me siento feliz por los resultados que logro en mi trabajo.					
26	Mi trabajo me aburre.					
27	La relación que tengo con mis superiores es cordial.					
28	Trabajo cómodamente en el ambiente físico donde me ubico.					
29	Mi trabajo me hace sentir realizado.					
30	Me gusta el trabajo que realizo.					
31	No me siento a gusto con mi (s) jefe (s).					
32	Existen las comodidades para un buen desempeño de las labores diarias.					
33	No te reconocen el esfuerzo si trabajas más de las horas reglamentarias					
34	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a)					
35	Me siento complacido con la actividad que realizo.					
36	Mi (s) jefe (s) valora (n) el esfuerzo que hago en mi trabajo.					

Anexo 6

Presupuesto

PRESUPUESTO						
NATURALEZA DE GASTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
MATERIALES DE OFICINA	<i>Papel Bond A4 80gr</i>	<i>1</i>	<i>millar</i>	<i>S/ 9,80</i>	<i>S/</i>	<i>9,80</i>
	<i>Bolígrafo</i>	<i>5</i>	<i>unidades</i>	<i>S/ 0,50</i>	<i>S/</i>	<i>2,50</i>
	<i>Grapas</i>	<i>2</i>	<i>caja</i>	<i>S/ 6,50</i>	<i>S/</i>	<i>13,00</i>
	<i>Clips</i>	<i>2</i>	<i>caja</i>	<i>S/ 3,00</i>	<i>S/</i>	<i>6,00</i>
	<i>Engrapador</i>	<i>1</i>	<i>unidad</i>	<i>S/ 10,00</i>	<i>S/</i>	<i>10,00</i>
	<i>Resaltador</i>	<i>2</i>	<i>unidades</i>	<i>S/ 1,50</i>	<i>S/</i>	<i>3,00</i>
	<i>Folder Manila</i>	<i>50</i>	<i>unidades</i>	<i>S/ 0,50</i>	<i>S/</i>	<i>25,00</i>
	<i>Sobre manila</i>	<i>30</i>	<i>unidades</i>	<i>S/ 0,50</i>	<i>S/</i>	<i>15,00</i>
	<i>Perforador</i>	<i>1</i>	<i>unidad</i>	<i>S/ 10,00</i>	<i>S/</i>	<i>10,00</i>
	<i>CD</i>	<i>3</i>	<i>unidad</i>	<i>S/ 2,50</i>	<i>S/</i>	<i>7,50</i>
	<i>USB</i>	<i>1</i>	<i>unidad</i>	<i>S/ 40,00</i>	<i>S/</i>	<i>40,00</i>
MATERIALES DE CONSULTA	<i>Libros de consulta</i>	<i>2</i>	<i>libros</i>	<i>S/ 30,00</i>	<i>S/</i>	<i>60,00</i>
	<i>Revistas</i>	<i>2</i>	<i>revistas</i>	<i>S/ 5,00</i>	<i>S/</i>	<i>10,00</i>
SERVICIOS	<i>Pasajes</i>	<i>12</i>	<i>meses</i>	<i>S/ 10,00</i>	<i>S/</i>	<i>120,00</i>
	<i>Impresiones</i>	<i>300</i>	<i>hojas</i>	<i>S/ 0,10</i>	<i>S/</i>	<i>30,00</i>
	<i>Fotocopiado</i>	<i>500</i>	<i>hojas</i>	<i>S/ 0,10</i>	<i>S/</i>	<i>50,00</i>
	<i>Anillados</i>	<i>8</i>	<i>juegos</i>	<i>S/ 3,50</i>	<i>S/</i>	<i>28,00</i>
	<i>Empastado</i>	<i>3</i>	<i>unidades</i>	<i>S/ 15,00</i>	<i>S/</i>	<i>45,00</i>
	<i>Quemado de CD's</i>	<i>3</i>	<i>unidades</i>	<i>S/ 3,00</i>	<i>S/</i>	<i>9,00</i>
	<i>Inscripción del proyecto</i>	<i>1</i>	<i>taller de tesis</i>	<i>S/ 4.800,00</i>	<i>S/</i>	<i>4.800,00</i>
TOTAL					<i>S/</i>	<i>5.293,80</i>