

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**



**TESIS**

**INFLUENCIA DEL ENDOMÁRketing EN EL DESEMPEÑO LABORAL**  
**DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CLÍNICA LA LUZ TACNA**  
**S.A.C 2021.**

Para obtener el título profesional de:  
Licenciado en Comunicación Social

**Presentada por:**

**Bach. Paula Lucía Coronado Soto**

**Asesora:**

**Mag. Juana del Carmen Bedoya Chanove**

**TACNA – PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

A mi familia por su apoyo y empuje incondicional que me permitió cumplir con mi objetivo, por su perseverancia y paciencia, por enseñarme que la constancia premia y que siempre podré contar y apoyarme en ellos, por su comprensión y confianza que han permitido la culminación de mi carrera profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres, promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios inculcados, a mi hermano por estar siempre, por ser mi guía y por el apoyo moral (“eso es todo”), y a mis amigos por estar en todos los momentos difíciles de mi vida tales como la felicidad y la tristeza, ya que gracias a ellos soy lo que ahora soy, por su y mi esfuerzo ahora puedo ser un orgullo para ustedes.

EL ENDOMÁRKETING Y EL DESEMPEÑO  
LABORAL DEL PERSONAL DE LA CLÍNICA LA  
LUZ TACNA S.A 2021.

**Presentada por:**

**Bach. Coronado Soto, Paula Lucía**

Para obtener el título profesional de:

Licenciado en Comunicación Social

**Asesor:**

**Mag. Juana del Carmen Bedoya Chanove**

**Línea General:**

Desarrollo de la comunidad, marketing y periodismo.

**Sub Línea:**

Marketing y publicidad

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice.....	v
Indice de figuras .....	ix
Resumen .....	xi
Abstract .....	xii
Introducción.....	13
1. CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1 Descripción del problema .....	15
1.2 Formulación del problema .....	16
1.2.1 Problema Principal .....	16
1.2.2 Problemas específicos .....	16
1.3 Justificación de la investigación.....	17
1.4 Objetivos .....	18
1.4.1 Objetivo general .....	18
1.4.2 Objetivos específicos .....	18
1.5 Antecedentes del estudio.....	18
1.5.1. Antecedentes a nivel internacional.....	18
1.5.2. Antecedentes a nivel nacional.....	20
1.5.3. Antecedentes a nivel local .....	22
1.6 Definición de términos básicos .....	25
2. CAPITULO II: ENDOMÁRKETING.....	31
2.1 Concepto de endomárketing.....	31
3. CAPITULO III: .....	37
3.1 Concepto del desempeño laboral.....	37
4. CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
4.1.1 Hipótesis general.....	39
4.1.2 Hipótesis específicas .....	39
4.2 Definición y Operacionalización de variables.....	40
4.2.1 Variable Independiente: Endomárketing = X .....	40

4.2.2	Variable Dependiente: Ejecución física financiera= Y .....	40
4.3	Tipo y diseño de la Investigación .....	41
4.3.1	Tipo de Investigación .....	41
4.3.2	Diseño de investigación .....	41
4.3	Ámbito de la investigación.....	42
4.4	Unidad de estudio, Población y muestra.....	42
4.4.1	Unidad de estudio.....	42
4.4.2	Población.....	42
4.4.3	Muestra .....	42
4.5	Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	42
4.5.1	Técnicas de recolección de datos .....	42
4.5.2	Encuesta.....	42
4.5.2	Instrumentos de recolección de datos .....	43
4.5.3	Procesamiento y análisis de información.....	43
4.6	Análisis de Fiabilidad del instrumento. ....	44
16	CAPITULO V: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	45
5.1	El Trabajo de Campo .....	45
5.2	Diseño e interpretación de los resultados.....	45
5.3	Interpretación de resultados .....	46
5.3.1	Endomárketing .....	46
5.3.2	Desempeño Laboral .....	61
5.4	Comprobación de Hipótesis .....	89
5.4.1	Hipótesis General .....	89
5.4.2	Hipótesis Específicas.....	90
6.	CAPITULO VI:.....	96
	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	96
6.1	Conclusiones .....	96
6.2	Sugerencias .....	97
7.	Bibliografía.....	98
8.	ANEXOS.....	102
	APENDICE A - MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	102
	ANEXO N°3 - CUESTIONARIO VARIABLE INDEPENDIENTE	
	ENDOMÁRKETING .....	103

ANEXO N°4 - CUESTIONARIO VARIABLE DEPENDIENTE DESEMPEÑO LABORAL.....	105
--	-----

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variable independiente .....	40
<b>Tabla 2</b> Operacionalización de variable dependiente .....	40
<b>Tabla 3</b> ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cumple con los incentivos y premiaciones que se les ofrece de acuerdo a la meta establecida? .....	46
<b>Tabla 4</b> ¿Considera usted que los trabajadores tienen conocimientos de la misión y visión de la empresa? .....	48
<b>Tabla 5</b> ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. genera muchos cambios?.....	49
<b>Tabla 6</b> ¿Considera usted que hay un ambiente agradable que le permite realizar sus actividades laborales? .....	50
<b>Tabla 7</b> ¿Considera usted que el personal encargado establece distintas funciones?.....	51
<b>Tabla 8</b> Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. ¿Invierte en el talento humano?.....	52
<b>Tabla 9</b> ¿Considera usted que las charlas de seguridad y salud en el trabajo son aplicadas en la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.? .....	53
<b>Tabla 10</b> ¿Considera usted que la producción y desarrollo de actividades internas está mejorando con el tiempo? .....	54
<b>Tabla 11</b> ¿Considera usted que se trabaja en equipo al momento de lograr los objetivos? .....	55
<b>Tabla 12</b> ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cuenta con suficientes recursos para realizar sus actividades? .....	56
<b>Tabla 13</b> ¿Considera usted que la empresa cumple con las normativas de seguridad en el trabajo y/o uniforme?.....	57
<b>Tabla 14</b> ¿Considera que las capacitaciones que recibe han brindado un buen resultado en su entorno laboral? .....	58
<b>Tabla 15</b> ¿Considera que se necesita una nueva planificación de los objetivos de la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.? .....	59
<b>Tabla 16</b> ¿Considera que la distribución de funciones es delegada correctamente? .....	60
<b>Tabla 17</b> ¿Se promueve la generación de ideas creativas e innovadoras? .....	61
<b>Tabla 18</b> ¿Se siente feliz por los resultados que logra en su trabajo?.....	62
<b>Tabla 19</b> ¿Ofrecen retroalimentación de manera precisa y oportuna?.....	63
<b>Tabla 20</b> ¿Existe motivación para un buen desempeño en las labores diarias? .....	64
<b>Tabla 21</b> ¿La evaluación que se hace al trabajo ayuda a mejorar las tareas?.....	65
<b>Tabla 22</b> ¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo permite el desarrollo personal? .....	66
<b>Tabla 23</b> ¿Se promueve los altos niveles de desempeño?.....	67

<b>Tabla 24</b>	¿Realiza el trabajo en tiempo establecido y sin errores? .....	68
<b>Tabla 25</b>	¿Puede trabajar de forma independiente? .....	69
<b>Tabla 26</b>	¿Produce y realiza su trabajo en forma metódica y ordenada? .....	70
<b>Tabla 27</b>	¿Cumple con el horario y registra puntualidad? .....	71
<b>Tabla 28</b>	¿Asume con responsabilidad las consecuencias negativas de sus acciones? .....	72
<b>Tabla 29</b>	¿La responsabilidad del puesto está claramente definida? .....	73
<b>Tabla 30</b>	¿Informa y consulta oportunamente al jefe sobre cambios que los afecten directamente?.....	74
<b>Tabla 31</b>	¿Cumple con los objetivos demostrando iniciativa en la realización de actividades en tiempo indicado?.....	75
<b>Tabla 32</b>	¿Se anticipa a las necesidades y problemas futuros?.....	76
<b>Tabla 33</b>	¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas? .....	77
<b>Tabla 34</b>	¿Responde de forma clara y oportuna dudas del personal de la institución? .....	78
<b>Tabla 35</b>	¿Demuestra respeto a sus jefes compañeros de trabajo? .....	79
<b>Tabla 36</b>	¿Valora y respeta las ideas de todo el equipo de trabajo? .....	80
<b>Tabla 37</b>	¿El trabajo que realiza permite desarrollar al máximo sus capacidades?..	81
<b>Tabla 38</b>	¿Se muestra atento al cambio, implementando nuevas metodologías de trabajo?.....	82
<b>Tabla 39</b>	¿Se recibe preparación necesaria para realizar el cambio?.....	83
<b>Tabla 40</b>	¿Los jefes promueven las capacitaciones?.....	84
<b>Tabla 41</b>	¿Su trabajo permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas?.	85
<b>Tabla 42</b>	¿La institución promueve el desarrollo personal?.....	86
<b>Tabla 43</b>	¿Aplica la experiencia, capacidades y conocimientos adquiridos demostrados en resultados?.....	87
<b>Tabla 44</b>	¿Se recibe preparación para realizar el trabajo?.....	88
<b>Tabla 45</b>	Correlación hipótesis general.....	90
<b>Tabla 46</b>	Correlación hipótesis específica 1 .....	91
<b>Tabla 47</b>	Correlación hipótesis específica 2.....	92
<b>Tabla 48</b>	Correlación hipótesis específica 3.....	93



## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cumple con los incentivos y premiaciones que se les ofrece de acuerdo a la meta establecida?	46
<b>Figura 2</b> ¿Considera usted que los trabajadores tienen conocimientos de la misión y visión de la empresa?	48
<b>Figura 3</b> ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. genera muchos cambios?	49
<b>Figura 4</b> ¿Considera usted que hay un ambiente agradable que le permite realizar sus actividades laborales?	50
<b>Figura 5</b> ¿Considera usted que el personal encargado establece distintas funciones?	51
<b>Figura 6</b> Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. ¿Invierte en el talento humano?	52
<b>Figura 7</b> ¿Considera usted que las charlas de seguridad y salud en el trabajo son aplicadas en la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.?	53
<b>Figura 8</b> ¿Considera usted que la producción y desarrollo de actividades internas está mejorando con el tiempo?	54
<b>Figura 9</b> ¿Considera usted que se trabaja en equipo al momento de lograr los objetivos?	55
<b>Figura 10</b> ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cuenta con suficientes recursos para realizar sus actividades?	56
<b>Figura 11</b> ¿Considera usted que la empresa cumple con las normativas de seguridad en el trabajo y/o uniforme?	57
<b>Figura 12</b> ¿Considera que las capacitaciones que recibe han brindado un buen resultado en su entorno laboral?	58
<b>Figura 13</b> ¿Considera que se necesita una nueva planificación de los objetivos de la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.?	59
<b>Figura 14</b> ¿Considera que la distribución de funciones es delegada correctamente?	60
<b>Figura 15</b> ¿Se promueve la generación de ideas creativas e innovadoras?	61
<b>Figura 16</b> ¿Se siente feliz por los resultados que logra en su trabajo?	62
<b>Figura 17</b> ¿Ofrecen retroalimentación de manera precisa y oportuna?	63
<b>Figura 18</b>	64
<b>Figura 19</b> ¿La evaluación que se hace al trabajo ayuda a mejorar las tareas?	65
<b>Figura 20</b> ¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo permite el desarrollo personal?	66
<b>Figura 21</b> ¿Se promueve los altos niveles de desempeño?	67
<b>Figura 22</b> ¿Realiza el trabajo en tiempo establecido y sin errores?	68
<b>Figura 23</b> ¿Puede trabajar de forma independiente?	69
<b>Figura 24</b> ¿Produce y realiza su trabajo en forma metódica y ordenada?	70
<b>Figura 25</b> ¿Cumple con el horario y registra puntualidad?	71
<b>Figura 26</b> ¿Asume con responsabilidad las consecuencias negativas de sus acciones?	72

<b>Figura 27</b> ¿La responsabilidad del puesto está claramente definida?	73
<b>Figura 28</b> ¿Informa y consulta oportunamente al jefe sobre cambios que los afecten directamente?	74
<b>Figura 29</b> ¿Cumple con los objetivos demostrando iniciativa en la realización de actividades en tiempo indicado?	75
<b>Figura 30</b> ¿Se anticipa a las necesidades y problemas futuros?	76
<b>Figura 31</b> ¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?	77
<b>Figura 32</b> ¿Responde de forma clara y oportuna dudas del personal de la institución?	78
<b>Figura 33</b> ¿Demuestra respeto a sus jefes compañeros de trabajo?	79
<b>Figura 34</b> ¿Valora y respeta las ideas de todo el equipo de trabajo?	80
<b>Figura 35</b> ¿El trabajo que realiza permite desarrollar al máximo sus capacidades?	81
<b>Figura 36</b> ¿Se muestra atento al cambio, implementando nuevas metodologías de trabajo?	82
<b>Figura 37</b> ¿Se recibe preparación necesaria para realizar el cambio?	83
<b>Figura 38</b> ¿Los jefes promueven las capacitaciones?	84
<b>Figura 39</b> ¿Su trabajo permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas?	85
<b>Figura 40</b> ¿La institución promueve el desarrollo personal?	86
<b>Figura 41</b> ¿Aplica la experiencia, capacidades y conocimientos adquiridos demostrados en resultados?	87
<b>Figura 42</b> ¿Se recibe preparación para realizar el trabajo?	88

## RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo de investigación está comprendido a la influencia del endomárketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C 2021, el presente trabajo de investigación es no experimental porque se obtienen datos directamente de la realidad objeto de estudio, asimismo es descriptivo y finalmente correlacional de acuerdo a la finalidad de la investigación, el presente trabajo tiene como finalidad determinar la influencia del endomárketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021. reúne los diferentes aspectos para evaluar la ejecución del trabajo del personal y su motivación para el cumplimiento de sus funciones a fin de poder permitir mejorar la gestión y cumplir el objetivo de la empresa.

La investigación será realizada a la totalidad de los administrativos de la Clínica La Luz Tacna, y el área encargada de llevarlo a cabo será la de marketing con la ayuda de recursos humanos, a través del cumplimiento de la ejecución física, para la toma de decisiones y efectuar el plan de endomárketing en el caso de que sea necesario.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación la muestra estuvo comprendida por el 100% de la población, que corresponde a 40 trabajadores, utilizando la técnica de encuesta y tomando como instrumento un cuestionario.

El endomarketing influye en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021. Se observa que no se muestra interés en su consumidor interno ni se incluye al personal con los objetivos ni visión ni misión de la empresa pues en su mayoría desconocen cuales son.

***Palabras Clave:*** Recursos Humanos, endomarketing, marketing, desempeño laboral, influencia.

## **ABSTRACT**

The development of this research work is comprised of the influence of endomarketing on the work performance of the administrative staff of the Clínica La Luz Tacna SAC 2021, this research work is non-experimental because data are obtained directly from the reality under study, It is also descriptive and finally correlational according to the purpose of the research, the present work aims to determine the influence of endomarketing on the work performance of the administrative staff of the Clínica La Luz Tacna 2021. It brings together the different aspects to evaluate the execution of the work of the staff and their motivation for the fulfillment of their functions in order to allow to improve the management and fulfill the objective of the company.

The investigation will be carried out to all the administrators of the La Luz Tacna Clinic, and the area in charge of carrying it out will be the marketing area with the help of human resources, through compliance with the physical execution, for decision-making and carry out the endomarketing plan if necessary.

For the development of this research work, the sample was comprised of 100% of the population, which corresponds to 35 workers, using the survey technique and taking a questionnaire as an instrument.

Endomarketing influences the work performance of the administrative staff of the Clínica La Luz Tacna 2021. It is observed that no interest is shown in its internal consumer nor are the staff included with the objectives, vision or mission of the company since most of them do not know which ones are.

**Key Words:** Human Resources, endomarketing, marketing, job performance, influence.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo del presente trabajo de investigación esta echo con el fin de determinar la influencia del endomárketing en el desempeño laboral de la Clínica la Luz S.A.C 2021, en donde se observa una deficiente ejecución de plan de endomárketing siendo necesaria la implementación de este para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica, se observa que el personal es apto, pero la empresa no ayuda a desarrollar las capacidades de estos, ni personal, ni laboralmente, influyendo mucho en su labor diaria, el cual es necesario para el buen cumplimiento de sus funciones a fin de poder permitir mejorar y cumplir juntos los objetivos de la Clínica. Así mismo se puede observar que no todo el personal tiene conocimiento de estos e indican ordenar la entrega y designación de funciones.

La importancia del cliente interno es tan importante como el externo, pues si un el trabajador se siente contento o a gusto en su lugar y puesto de trabajo que ocupa y es entendido y escuchado está demostrado que la empresa tendrá mejores resultados en tanto a sus metas y objetivos. En la ciudad de Tacna las Clínicas optan por su cliente externo y no por el interno, la Clínica La Luz tiene varios puntos, para el grupo administrativo relacionan el endomárketing con su desempeño laboral. Por tal motivo la tendencia del endomarketing como medio de comunicación entre empleado y empleador es creciente y debería ser es de vital importancia para servir como ejemplo en las demás Clínicas de la Ciudad de Tacna. El presente estudio de investigación está dividido en seis capítulos. El capítulo I El problema, en el cual se describe la razón por el cual se desarrolló la presente investigación, por el cual incluye la determinación y formulación del problema, la justificación de la investigación, los objetivos, antecedentes Nacional e Internacional y las definiciones operacionales. El capítulo II Fundamentos teóricos científicos de la variable independiente endomárketing, y la variable dependiente endoárketing. El capítulo III Fundamentos teóricos científicos de la variable dependiente, es decir de la

variable Autoaprendizaje. El capítulo IV Metodología, en este apartado se vierte la información referente a como se investigó, así como las acciones necesarias para comprobar la investigación, por lo cual incluye el enunciado de las hipótesis, la operacionalización de la variables y la escala de medición, el tipo y diseño de investigación, el ámbito de investigación, la unidad de estudio, la población y muestras, así como también se indica los procedimientos, técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolectar los datos. El capítulo V Los resultados, donde se presenta el trabajo de cambios, el diseño de presentación de los resultados, los resultados obtenidos, la comprobación de las hipótesis y la discusión. El capítulo VI Conclusiones y sugerencia, influye con el propósito de sintetizar la información encontrada y de esta manera brindar propuestas que puedan beneficiar a la población estudiada. Finalmente, se plantea generar un ambiente positivo, aumentar la confianza y empatía entre los trabajadores con la empresa, ayudar a comprender a jefes y trabajadores poder tener mejor comunicación e integrar los conocimientos del personal a la empresa para sumar experiencias todo gracias a la implementación del plan de marketing para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica la Luz Tacna.

## **CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción del problema**

El desempeño laboral es el reflejo de todo trabajador luego de realizar una actividad correspondiente a un oficio o puesto asignado, así mismo; podemos decir que el desempeño laboral según Faria, (1995) es el resultado del comportamiento del personal administrativo frente al contenido de su cargo, sus atribuciones, tareas y actividades, depende de un proceso de mediación o regulación entre él y la empresa. En este contexto, resulta importante brindar estabilidad laboral a los trabajadores que ingresan a las empresas tratando de ofrecerles los más adecuados beneficios según sea el caso, acorde al puesto que va a ocupar. De eso depende un mejor desempeño laboral, el cual ha sido considerado como elemento fundamental para medir la efectividad y éxito de una organización. La estabilidad laboral genera a la persona tranquilidad, salud, motivación y buen estado emocional. En estas condiciones el individuo está dispuesto a dar más y enfocarse hacia otros horizontes que lo lleven a mejorar su posición tanto en la organización como en la sociedad. Todo desempeño laboral evidencia las habilidades, capacidades, la eficiencia de todo trabajador frente a la función o cargo asignado.

Existen factores que pueden generar que el desempeño laboral no se desarrolle de manera adecuada; en la Clínica la Luz Tacna se viene observando que los trabajadores no realizan sus actividades encargadas a cabalidad, lo que se refleja en el resultado de su desempeño laboral. Uno de los factores por el cual no se viene desarrollando un buen desempeño laboral

es por falta de motivación, poco interés, falta de comunicación e identificación con la empresa, aspectos que deben ser tratados dentro del área de marketing junto con recursos humanos.

Por todo lo mencionado consideramos que el endomárketing es un factor causal del desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna. Considerando que el endomárketing es según Adriana M. (2019) el conjunto de iniciativas dirigidas a premiar el compromiso y la implicación de los trabajadores en la empresa. Ten en cuenta que los empleados son auténticos embajadores y prescriptores de la marca, sobre todo, a partir del desarrollo de las redes sociales. Por eso, es tan importante trazar una estrategia de endomárketing que propicie el bienestar, la entrega y el buen clima laboral. Además de proyectar una imagen de empresa capaz de atraer el mejor talento.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema Principal**

¿Cuál es la influencia del endomárketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021?

### **1.2.2 Problemas específicos**

a. ¿Cómo el endomárketing influye en la motivación del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021?

b. ¿Cómo el endomárketing influye en la responsabilidad del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021?

c. ¿Cómo el endomárketing influye en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021?



### 1.3 Justificación de la investigación

El endomárketing es una de las formas más poderosas para reducir el turnover (índice de rotación de personal) y atraer profesionales altamente cualificados a la empresa, una de las razones más importantes es que cuando los colaboradores están felices en el lugar donde trabajan, su rendimiento mejora y se encuentran más preparados. Esto ayuda para disminuir algunos gastos en la empresa y aumenta los resultados positivos hacia un objetivo en común. Se Planea desarrollar acciones internas que generen estabilidad e influyan en el desempeño laboral del personal como encuestas de satisfacción, recomendaciones, grupos de espacios sociales, comunicación lineal, etc. Así mismo esta investigación permitirá recaudar información para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz de Tacna.

**Justificación Teórica:** Permitirá reafirmar la teoría planteada por los diferentes autores como Gil & Ospina (2019) quienes indican que, el endomárketing está orientado a generar motivación en los trabajadores con la finalidad de que la empresa logre trabajar en torno al bienestar laboral (clima organizacional) ideal, con aras de brindar al cliente interno las condiciones adecuadas para maximizar la productividad para así cumplir los objetivos organizacionales, en otras palabras el endomárketing es una herramienta estratégica para fortalecer las capacidades y aptitudes del cliente interno

**Justificación Social:** El endomárketing como influencia mejora el servicio que brinda el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna y de esta manera podrá captar mayores pacientes satisfechos lo cual hará que la marca se posicione.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la influencia del endomárketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- a. Analizar si el endomárketing influye en la motivación del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.
  
- b. Determinar si el endomárketing influye en la responsabilidad del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.
  
- c. Evaluar si el endomárketing influye en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021.

## **1.5 Antecedentes del estudio**

### **1.5.1. Antecedentes a nivel internacional**

González Estacio,(2018) En su investigación titulada “Medir el nivel de satisfacción de los clientes internos de la IPS Ensalud Colombia SAS ubicada en la ciudad de Santiago de Cali”. El propósito del desarrollo de la presente investigación es medir el nivel de satisfacción de los clientes internos de la IPS Ensalud Colombia SAS ubicada en la ciudad de Santiago de Cali. Para alcanzar el logro de este objetivo se propuso la estructuración de una investigación con enfoque exploratorio y descriptivo. El trabajo de campo se realizó con base a la encuesta con preguntas cerradas y un cuestionario con preguntas abiertas con el fin de realizar un Verbatim. Se realizó a todo el personal de la sede de Cali, la muestra fue de 30 clientes internos y 7 clientes respectivamente. También se realizaron entrevistas a profundidad al gerente, tres jefes y tres subalternos. Los resultados dan cuenta de que para los clientes internos encuestados la satisfacción laboral que tienen respecto a la empresa es positiva. Algunas variables como comunicación, clima laboral y el trabajo en equipo son variables con resultados no tan positivos, las cuales se deben

priorizar para tomar medidas de mejoramiento. Esto puede significar que la empresa, aunque toma en cuenta las necesidades del personal, es necesario que, enfatizen en las variables como comunicación interna, clima laboral y trabajo en equipo donde realicen propuestas de mejoramiento para aumentar la satisfacción laboral de los empleados en estas variables. Finalmente se plantea una propuesta de mejoramiento que contribuya a la priorización de las variables que están presentando fallas dentro de la empresa y con ella contribuir al mejoramiento de la comunicación interna, el clima laboral y el trabajo en equipo.

Araque Jaimes, Sánchez Estepa, & Uribe (2017) en su investigación titulada “Relación del Marketing interno entre el compromiso organizacional en centros de Desarrollo Tecnológicos Colombia”, tuvo como objetivo determinar la relación entre el Marketing interno y el compromiso organizacional en dos centros de desarrollo tecnológico de Colombia. El método de estudio utilizado fue no experimental de enfoque correlacional, se aplicó un cuestionario de marketing interno de Bohenenberger y la escala de compromiso organizacional de Allen y Meyer, la muestra estuvo constituida por 100 empleados de dos corporaciones ubicadas en la Municipalidad de Piedecuesta. Los resultados de la investigación se muestran mediante una correlación de Pearson de 0,45 entre el Marketing interno y el compromiso organizacional, con una significancia en el nivel de 0,01 (2 colas), representando a una relación positiva moderada y significativa. Se concluye que el Marketing interno no se está desarrollando adecuadamente y se puede reflejar en su poco compromiso con la organización, es decir a mayor aplicación del Marketing interno, mayor será el compromiso organizacional.

López & Aguirre (2016) realizó una tesis doctoral titulada “Estrategias del Marketing interno para incrementar la motivación del cliente interno”, tuvo como objetivo proponer estrategias de Marketing interno para el incremento de la motivación laboral en Volkswagen Tulancingo. Dicha investigación se realizó bajo los lineamientos metodológicos de un proyecto factible, con un

diseño de campo, ya que ha propuesto una solución viable para la empresa, la metodología empleada presenta una etapa cuantitativa, para identificar los procesos que se relacionan con las prácticas del Marketing interno en las organizaciones, teniendo un alcance exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. La muestra estuvo conformada por 72 colaboradores en Volkswagen Tulancingo representando al 100% de la población de los cuales el 60% fueron del género masculino y el 40% representaron al género femenino, los resultados fueron los siguientes, en primer lugar se ha identificado la existencia de relaciones positivas y estadísticamente significativas entre las variables, motivación con las variables de comunicación interna, trabajo en equipo y desarrollo laboral definidas como fundamentales para formular las estrategias de Marketing interno segundo lugar se ha reforzado las estrategias de Marketing interno, en relación a la variable trabajo en equipo, se demostró que no se fomenta, no se tiene la libertad de tomar decisiones y no existe colaboración entre los clientes internos, para llevar las diversas actividades en equipo. Se puede concluir que las estrategias propuestas aún se deben reforzar de una manera permanente en las áreas ya mencionadas, la empresa debe crear un posicionamiento positivo en la mente de los clientes internos y establecer una adecuada estrategia de comunicación interna, con el objetivo de alcanzar mayores niveles de esfuerzo y comunicación.

### **1.5.2. Antecedentes a nivel nacional**

Para Belizario Ccorahua & Sanchez Chavez, (2018) En su tesis denominada “El Endomárketing en la satisfacción de los asistentes de venta de tienda Ripley Arequipa 2017- 2018”. Cuyo objetivo es establecer la relación entre el endomárketing y la satisfacción de los clientes de venta de tienda Ripley Arequipa 2017-2018. Respecto a la metodología realizada en esta investigación es mixta, por lo que está conformada por una primera etapa que alcanzan y analizan datos cuantitativos continuamente de una evaluación de datos cualitativos. Por lo tanto, se maneja un diseño

descriptivo- correlacional para ello cuenta con una muestra de 53 asistentes de venta. La investigación determinó que los resultados obtenidos por medio del “Rho de Spearman” (prueba no paramétrica), lo cual dio como resultado “0.244”, según los cuadros estadísticos disminuyó significativamente, en las dos variables “endomárketing y satisfacción en los clientes de la venta de tienda Ripley Arequipa 2017-2018”, finalmente decimos que el marketing interno y la satisfacción son propicios.

Para Flores Valencia, (2020) en su investigación del “Endomárketing y satisfacción laboral en el área de admisión y el departamento de operaciones de la Clínica Good Hope, Lima – 2019” tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre el endomárketing 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. Se concluye que existe una relación positiva entre las variables analizadas en el presente estudio, las cuales son: endomárketing y satisfacción laboral, entendiendo así que, cualquier alteración ya sea positiva o negativa del endomárketing, repercutirá en la satisfacción laboral de los colaboradores del departamento de Operaciones y el área de Admisión.

Rosario & Eduardo, (2014) Señala que su investigación “Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en el personal de salud del Hospital de San Juan de Lurigancho” tiene como propósito efectuar una descripción del marketing interno y como ésta se relaciona con el compromiso organizacional en el personal de salud, (médicos y enfermeras), del Hospital de San Juan de Lurigancho. Se utilizó un diseño descriptivo correlacional, con una muestra de 155 profesionales, médicos

y enfermeras, a quienes se les aplicó dos instrumentos de evaluación: el Cuestionario de Marketing Interno de María Bohnenberger y el Inventario de Compromiso Organizacional de Allen y Meyer. Estos instrumentos fueron sometidos a los análisis respectivos que determinaron si las pruebas son válidas y confiables. Los resultados indican que existen correlaciones significativas y positivas entre el marketing interno y el compromiso organizacional en esta muestra de trabajadores ( $r = 0.77$ ). Así mismo se encontró que el personal de salud femenino alcanza puntajes más altos tanto en el marketing interno como en el compromiso organizacional, que los varones.

### **1.5.3. Antecedentes a nivel local**

Según Conde Garay, (2021) “El Endomárketing y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Electrosur S.A Tacna,2019”, Cual objetivo se basaba en establecer la influencia del endomárketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Electrosur S.A Tacna,2019”. Respecto a la metodología, el tipo de investigación es cuantitativa, el diseño de investigación es no experimental con corte transversal, para la recolección de datos se utilizó un cuestionario donde se encuestó a una población de 33 trabajadores de la empresa Electrosur S.A Tacna,2019, para establecer la influencia se utilizó el estadígrafo de regresión lineal simple y todo se trabajó con el programa estadístico SPSS 25. Por lo tanto se sugiere mejorar la variable endomárketing , para ello se deberá optimizar la comunicación interna con los trabajadores de la Gerencia Comercial, debido que se evidenció que el 12.1% de los trabajadores no considera bueno el endomárketing, de tal motivo se sugirió realizar estrategias de comunicación interna con los empleados de Gerencia Comercial de, estos son : realizar reuniones de manera mensual con el equipo de trabajo, segundo suministrar el correcto uso de la tecnología es decir que en el grupo de trabajo se plasmara toda

información referente a la empresa, lo cual estará al alcance de cada empleado, tercero es indispensable contar con un buzón de sugerencias dentro de la empresa, también coaching para optimizar la efectividad en la gerencia comercial

Para Chino Escalante, (2017) El presente estudio se realizó en el Banco de Crédito – Agencia, La presente investigación giró en torno a conocer si existe una relación del endomarketing en el compromiso organizacional del personal que labora en el Banco de Crédito del Perú - Agencia Bolognesi durante el año 2016. La misma que se elaboró a través de la realización de 5 capítulos. Donde el objetivo principal es “Determinar el nivel de relación del endomarketing en el compromiso organizacional de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú – Agencia Bolognesi y así conocer que tan comprometidos se encuentran los trabajadores con la organización” y se concluye que “El Banco de Crédito cuenta con un plan de endomarketing pero este no es aplicado de manera adecuada a sus colaboradores, hoy en día se están enfocando en las agencias pertenecientes a la ciudad de Lima, en el caso de provincias la 15 aplicación de dicho plan no lleva un control adecuado es por eso que con dicha investigación se quiere llegar a saber el nivel de endomarketing en los colaboradores y como este influye en el compromiso organizacional.”

Para Benavente Alanoca, (2017) En su investigación “La Influencia de la Satisfacción Laboral en la Productividad de Ventas de los Trabajadores de Teletanto del Perú S.A.C., Sede Tacna Periodo 2015” tiene como objetivo determinar la influencia de la Satisfacción Laboral en la productividad de los trabajadores de Teletanto Perú S.A.C., Sede Tacna. La metodología empleada es de tipo básica, con un diseño no experimental, transeccional, y de nivel correlacional. La investigación fue dirigida a los 30 trabajadores de Teletanto Perú S.A.C. de Tacna. Se concluye que la investigación desarrollada permitió determinar, dado el cálculo de un p-valor de 0.00,

que existe influencia de la Satisfacción Laboral en la productividad de los trabajadores de Teleatento Perú S.A.C., Sede Tacna. Este resultado se complementa dado el R-cuadrado de 37.95% que explica que dicho resultado tiene tal grado de influencia. Este resultado nos permite comprobar que efectivamente un trabajador satisfecho con su lugar de trabajo tiende a mostrar mejores índices de productividad, por lo cual resulta muy importante para una empresa como Teleatento Perú, mantener en cada una de sus sedes adecuadas condiciones para garantizar una respuesta adecuada de sus colaboradores.



## **1.6 Definición de términos básicos**

### **Satisfacción**

Grady & Edgington (2008) “La satisfacción es una respuesta emocional del individuo ante la experiencia y la relación con el proveedor del servicio”

Garay (2021)

### **Influencia**

La influencia es la habilidad que puede mostrar una persona, un grupo en una situación particular, en el caso que sus consecuencias afecten a una amplia mayoría de personas, de ejercer un concreto poder sobre alguien o el resto de las personas. Para Mendoza, M. y Ortiz C. (2006) La influencia corresponde a la fuerza que posee el líder sobre sus seguidores para inducir el cambio en ellos, incluyendo cambios en comportamientos, actitudes y valores. Dentro del análisis acerca de la influencia, se debe tener claridad acerca de la diferencia entre el ser verdaderamente influenciado y el ceder ante la presión social directa o indirecta que puede ejercer una persona sobre otra. Existen situaciones en las que el proceso de influencia es tan fuerte como para lograr un control sobre el comportamiento de los demás, sin importar si están convencidos totalmente. En otras ocasiones la influencia ejercida llega a cambiar actitudes, comportamientos u opiniones privadas, comprometiéndose con la petición o el objetivo a alcanzar

### **Mecanismos para incrementar el compromiso de los trabajadores**

Dados estos efectos positivos del compromiso laboral, ¿cómo pueden las empresas fomentarlo entre el capital humano? En el Dale Carnegie Training proponen, a partir de la encuesta How to Engage Employees by Fostering Positive Emotions, las siguientes cinco claves:

- a) **Reconocimiento.** Valorando el trabajo de los trabajadores se promueven las emociones positivas en las plantillas, por lo que recomiendan a los superiores reconocer los logros de los empleados para que aumente la energía y su rendimiento.
- b) **Confianza.** Cuando un profesional se siente respaldado por la empresa muestra una actitud más proactiva y refuerza el vínculo emocional con la organización.
- c) **Desafíos.** Introducir nuevos retos hace que los empleados incrementen su entusiasmo y adopten una actitud más innovadora y creativa, al tiempo que se sienten agradecidos con la compañía por darles la posibilidad de desarrollarse profesionalmente.
- d) **Satisfacción.** Mejorando los aspectos laborales detonantes de la satisfacción laboral, también repercute en la optimización del compromiso laboral. Al estar felices en su puesto de trabajo, aumentan sus ganas por contribuir al éxito de la organización.
- e) **Empoderamiento.** El sentido de pertenencia a la empresa es esencial para que exista compromiso con la organización. Para ello, es necesario que la compañía otorgue autonomía e incluya a los empleados en la toma de decisiones. Quispe, (2019)

### **Estrategia de endomárketing**

El endomárketing es una de las formas más eficaces para reducir el turnover (índice de rotación de personal) y atraer profesionales altamente cualificados a la empresa. La estrategia ayuda a crear la imagen de un buen lugar para trabajar y se convierte en el empleo de los sueños para mucha gente. Rockcontent (2017) Como toda estrategia de marketing, el primer paso es llevar a cabo un análisis dentro de la empresa, es decir estudia detenidamente todo lo que ocurre dentro de la organización: la comunicación, los espacios de trabajo, las relaciones entre empleados, etc. Encuestas a tus clientes internos sobre su nivel de satisfacción laboral, para que se pueda identificar

la imagen y percepción que tiene respecto a la empresa, así como las sugerencias que permitirán lograr mejoras. Luego el enfoque es conocer sus necesidades, deseos y metas.

### **Compromiso institucional**

Para Robbins (2009) Compromiso organizacional es el grado en que un empleado se identifica con una organización en particular y las metas de ésta, y desea mantener su relación con ella. Por tanto, al involucrarse en el trabajo significa que los trabajadores se van a sentir identificados y comprometidos con un trabajo específico, en tanto el compromiso organizacional es la identificación del individuo con la organización que lo emplea. Arias Galicia, (2001) define el compromiso organizacional como la intensidad de la participación de un empleado y su identificación con la organización. Este se caracteriza por la creencia y aceptación de las metas y los valores de la organización, la disposición a realizar un esfuerzo importante en beneficio de la organización y el deseo de pertenecer a la organización. Chiavenato (1992) opina que el compromiso organizacional es el sentimiento y la comprensión del pasado y del presente de la organización, como también la comprensión y compartimiento de los objetivos de la organización por todos sus participantes. Aquí no hay lugar para la alienación del empleado, sino para el compromiso del mismo.

### **Elementos del endomárketing**

Kotler (2000) afirma que las organizaciones hacen uso de los componentes de la mezcla de mercadeo para responder a las necesidades del mercado, de esta manera las acciones ejecutadas estimularán la demanda de sus productos los cuales se disponen a través del Producto, precio, plaza y promoción.

- **Trabajador.** Se trata del elemento principal para el cual se lleva a cabo cada estrategia. Los trabajadores son el punto focal del endomárketing.
- **Empresa.** Para que una compañía pueda sacar a flote su producto, debe apoyarse en sus empleados.
- **Comunicación interna.** Es lo que se oculta detrás de cada técnica de venta, así como de los análisis de mercadeo.
- **Equipo directivo.** Equivaldría a los mandos que se encargan de que el equipo de ventas funcione a la perfección y alcance sus metas.
- **El empleado es el cliente interno,** a él es a quien se tiene que “venderle” la idea de empresa. Téngase en cuenta además en este aspecto la necesidad de reuniones de grupo o brainstorming.
- **Pero para vender la empresa se necesita de alguna herramienta,** en este caso será el Plan de Comunicación Interna en sus versiones descendentes para transmitir políticas, objetivos y acciones.
- **Fuerza de ventas. Se trata de los directivos y mandos de la empresa,** cuyo papel es fundamental en endomárketing.
- El fin último u objetivo final que se pretende alcanzar es el de la **motivación** global de los trabajadores para aumentar la productividad global.

### **Satisfacción laboral**

Wright, T. y Bonett, D. (2007) señala que “La satisfacción laboral es una variable actitudinal que puede ser un indicador diagnóstico del grado en que a las personas les gusta su trabajo”. Blum y Nayles (1995, en Morillo, 2006:47) mencionan que la satisfacción en el trabajo “es el resultado de varias actitudes que tiene un empleado hacia su trabajo, los factores conexos y la vida en general”. Wright y Davis (2003:70) señalan que la satisfacción laboral “representa una interacción entre los empleados y su ambiente de trabajo, en

donde se busca la congruencia entre lo que los empleados quieren de su trabajo y lo que los empleados sienten que reciben”. Ruiz & Mérida (2010)

### **Compromiso institucional**

Robbins (2009) compromiso organizacional es el grado en que un empleado se identifica con una organización en particular y las metas de ésta, y desea mantener su relación con ella. Por tanto, involucramiento en el trabajo significa identificarse y comprometerse con un trabajo específico, en tanto que el compromiso organizacional es la identificación del individuo con la organización que lo emplea.

### **Importancia del endomarketing**

Según Aca (2017) en todas las empresas de diferentes tamaños y giros hay proyectos y estrategias, los colaboradores toman un rol crucial para el éxito del proyecto, es importante determinar qué es lo que influye y el por qué no se enteran todos los colaboradores de un nuevo proyecto.

Hay algo muy importante para involucrar a todos los colaboradores y fomentar su compromiso: el marketing interno o endomarketing.

Las áreas de mercadotecnia y comunicación organizacional, tienen una función estratégica para el éxito de los proyectos, para ello se apoyan de diferentes herramientas internas: Intranet, screensaver (protectores de pantalla), boletín interno, correo corporativo, desayunos empresariales, juntas, la preguntan sería si usan métricas o hay algún tipo de seguimiento pues existen herramientas de colaboración empresarial, pero debes monitorear, asegúrate que se ha comprendido la información, no des por hecho que con lanzar un e mail general se va a comprender la información, determinando que el cliente interno es muy importante y necesita ser atendido.

El endomarketing, debería ser una práctica común en las empresas, pero no es así, en muchos casos los proyectos o iniciativas se implementan “en seco”, no hay difusión, falta sensibilización; la percepción de los colaboradores hará que rechacen las dinámicas internas.

### **Desafíos del endomárketing**

Para Arbelaez, Fuentes, & Llanos, (2017) en la revista Espacios, los estudios sobre Endomarketing analizados muestran un panorama amplio sobre la interrelación entre clientes internos, gerencia, comunicaciones y recursos humanos, así como las funciones que cada uno cumple. Sin embargo, debido a la amplia gama de organizaciones se evidencian la aparición de posibles ramas de investigación que podrían aportar mayores elementos de juicio para comprender el aporte que el Endomarketing ofrece a las organizaciones de acuerdo a sus características y contexto. Sobre el particular, Ahmed y Rafiq (2003) exhortan sobre algunos retos que enfrenta la investigación de Marketing Interno. Entre estos retos destacan temas como: el vínculo entre la satisfacción de los empleados y el desempeño organizacional, la necesidad de investigar cómo puede lograrse la coordinación interfuncional para la aplicación efectiva de las estrategias de comercialización, el análisis de la percepción de la comercialización en el Marketing Interno, la relación del Endomarketing con las estrategias de comunicación interna, y el papel del Marketing Interno en el desarrollo de competencias organizativas. Otro desafío, esta vez planteado por Varey (1995) va dirigido a descubrir cómo el Endomarketing aporta a que los empleados manejen de mejor forma los cambios organizacionales. Como se indicó al inicio de este artículo, son los cambios internos y externos el permanente desafío de las organizaciones. En cuanto a prever cambios o anticiparlos las organizaciones a nivel mundial han avanzado mucho gracias a diversas técnicas, pero sin embargo sigue costando que al interior de las organizaciones dichos cambios sean asimilados rápidamente. Determinar si el Endomarketing ayuda a que este proceso se dé ágilmente es una tarea a revisar.

## **CAPITULO II**

### **ENDOMÁRKETING**

#### **2.1 Concepto de endomárketing**

Bien dice la frase “Un trabajador contento, es un cliente feliz” es importante velar por la comodidad de los trabajadores ¿Cómo lograrlo? Pues, para ello la cita; “El endomárketing es el conjunto de estrategias y acciones propias del marketing que se planean y ejecutan al interior de las organizaciones con la finalidad de incentivar en los trabajadores, o clientes internos, actitudes que eleven la satisfacción de los clientes externos y, con ello, contribuyan a crear valor para la empresa. Se trata de motivar a los trabajadores, crear un mejor clima organizacional y obtener un mayor grado de lealtad y compromiso en la relación empresa-trabajador” Regalado, Allpacca, Baca, & Gerónimo, (2011)

Quispe, Indica que “el endomárketing es un conjunto de métodos de gestión de la relación personal organización que tiene como propósito lograr que el personal adopte voluntariamente la orientación hacia la calidad del servicio, necesaria para lograr altos, consistentes y estables niveles de calidad, tanto interna como externa, en todos los servicios de la empresa.”

Por otro lado, Arbelaez, Fuentes, Llanos, Martinez, & Bonnett, ( 2017) nos indica que “El Endomárketing es una estrategia innovadora que abre la posibilidad de mejorar de las relaciones entre la alta gerencia y los trabajadores en general, puesto que crea mecanismos de motivación y compromiso. Es por ello que toda organización que desee tener su equipo de trabajo motivado debe estimular sus emociones y lograr insertar en cada siquis la importancia que su trabajo reviste para el logro de los objetivos organizacionales; así como también valorar de manera oportuna las actuaciones positivas e innovadoras de

los empleados, ya que en resumidas cuentas el activo más importante de cada organización es su gente.

Cabe mencionar que la revista Harvard Business Review destaca que un empleado satisfecho con su trabajo es 31% más productivo y aquel que además manifiesta que se siente feliz con su empleo puede ser hasta 37% más efectivo en las labores de venta. Lo cual sugiere que al contar con trabajadores satisfechos se obtienen mejores resultados con los clientes, pues de esta manera las personas se comprometen más para alcanzar las metas y los objetivos del negocio. Con lo expuesto anteriormente, podrás ver a tus trabajadores como clientes internos potenciales. Gómez, (2021)

### **¿Por qué trabajar el endomárketing?**

Es importante identificar las razones para la cual debemos invertir en esta estrategia, es fundamental entender cómo afecta a la empresa. Content (2017) Señala que, cuando los colaboradores están más felices con el lugar donde trabajan, su rendimiento es mejor y ellos se encuentran más dispuestos. Esto disminuye ciertos gastos dentro de la empresa y aumenta los resultados positivos.

#### **1. Colaboradores más motivados**

El endomarketing promueve la motivación de los colaboradores. Esto ocurre porque la empresa se muestra más abierta a las ideas y mejoras que los empleados ofrecen. La motivación de los empleados aumenta al notar que están en un ambiente que se preocupa con la calidad del trabajo y el bienestar.

#### **2. Optimización de la productividad**

Así como la motivación, la productividad también se vuelve una realidad con buenas estrategias de endomarketing. Cuando los colaboradores se sienten más motivados y satisfechos con su trabajo, lo ejecutan mejor, con actitud más proactiva y garantizando mejores resultados.



### **3. Menor rotación de personal**

Cuando pensamos en colaboradores más motivados y satisfechos, se nota que la rotación de personal disminuye, pocos se muestran dispuestos a dejar la empresa, no solo pensando en el sueldo, sino también en la importancia que la empresa les da.

### **4. Colaboradores más leales y comprometidos**

Ponte en lugar del colaborador: también te sentirías más acogido por una empresa que se preocupa por tus necesidades y sugerencias. Esto impacta directamente en la lealtad y compromiso que los empleados desarrollan con el lugar donde trabajan.

### **5. Clima organizacional más saludable y agradable**

Cuando la empresa se preocupa con la calidad de trabajo y bienestar de sus colaboradores, el flujo de actividades mejora y los procesos pasan a ser seguidos de forma más precisa. Esto influye en el desempeño del equipo y aumentan los resultados positivos.

### **6. Calidad de trabajo y bienestar**

Algunas actividades son estresantes. Muchos terminan dejando que estas situaciones afecten su bienestar. Cuando la empresa se preocupa con la salud de sus empleados, el ambiente de trabajo se vuelve más agradable y notamos una mejoría considerable en la salud mental del equipo y disminuye el estrés en las oficinas.

### **Beneficios del endomarketing:**

Para que un proyecto sea rentable, buscamos la participación de todos los colaboradores en las campañas, proyectos y que sean promotores, la comunicación organizacional no es un capricho, esto no pasa de moda, es una necesidad, algunos beneficios son:

- **Difusión de proyectos**, recuerda que tus colaboradores o clientes internos forman una parte crucial para el éxito de cualquier proyecto, por ello deben de estar enterados y saber cuál será el proyecto y de que manera de puede apoyar al cumplimiento del mismo.
- **Integración de todos los colaboradores**, el objetivo es la participación de todos los colaboradores, la imposición no es la solución, el mejor apoyo es el endomárketing.
- **Transparencia en el avance de proyectos**, la incertidumbre predomina en algunos proyectos, que este no sea tu caso, informa a tus colaboradores de las iniciativas de innovación, certificaciones, torneos, campañas, es parte de la fidelización que debes fomentar.
- **Mejora los resultados del proyecto**, involucra a tus colaboradores y hazlos coparticipes de las iniciativas de la organización, que no sean simples observadores o críticos
- **Mejora la comunicación**, estoy convencida de que no solo debe emitir comunicados para informar malas noticias
- **Actuar por convicción**, colaboramos con personas las cuales tienen emociones y creencias, entonces ¿por qué no promover que actúen por convicción?, sí un colaborador se siente comprometido se convertirá en embajador de tu marca y contagiara a otros más.

## 2.2 Compromiso (Dimensión X1)

Según el pensamiento de S. Lehman “el compromiso es lo que transforma una promesa en realidad, es la palabra que habla con valentía de nuestras intenciones, es la acción que habla más alto que las palabras, es hacerse al tiempo cuando no lo hay, es cumplir con lo prometido cuando las circunstancias se ponen adversas, es el material con el que se forja el carácter para poder cambiar las cosas, es el triunfo diario de la integridad sobre el escepticismo. Comprometerse y mantener los compromisos, son la esencia de la proactividad” Business&Marketing School, (2000)

En un ámbito que nos lleva a la educación, para la revista Hacer familia (2020) El compromiso, un valor para enseñar a los niños es la capacidad que tenemos las personas para tomar conciencia de la importancia de cumplir con algo que hemos pactado anteriormente. Cuando nos comprometemos con algo o alguien, somos conscientes de todas las implicaciones que esto conlleva y estamos aceptando la responsabilidad de llevar a cabo y cumplir aquello con lo que nos hemos comprometido. Nos ayuda a convertir una promesa en realidad a pesar de las adversidades, nos hace esforzarnos al máximo para conseguir nuestro objetivo, planeando el camino que vamos a seguir. Es la fuerza que nos mueve a hacer algo por duro y sacrificado que nos parezca haciéndonos sentir vivos y ayudándonos a evolucionar y crecer personalmente.

### **2.3 Productividad (Dimensión X2)**

La productividad laboral es una medida de eficiencia en el trabajo. La cual mide la eficiencia de una persona, de un equipo, o una maquinaria, en la conversión de insumos en productos útiles. La productividad mide la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo, así como los recursos utilizados para obtener dicha producción. Por tanto, la productividad laboral es la relación entre el trabajo desempeñado o los bienes producidos por una persona en su trabajo, así como los recursos que este ha utilizado para obtener dicha producción. La productividad laboral es una medida muy importante para las empresas. ¿Qué factores influyen en la productividad laboral? Existen determinados factores que tienen una clara influencia en la productividad de los empleados, así como de la maquinaria, de una empresa.

Entre estos factores cabría destacar los siguientes:

- a) Salario.
- b) Clima laboral.
- c) Motivación laboral.

- d) Equipamiento y recursos.
- e) Entorno.
- f) Liderazgo.
- g) Diseño de los productos o servicios.
- h) Estabilidad de los diseños.
- i) Calidad de las materias primas.
- j) Calidad y estado de la maquinaria.

Morales, (2020)

## **2.4 Organización (Dimensión X3)**

La organización es un sistema que permite una utilización equilibrada de los recursos cuyo fin es establecer una relación entre el trabajo y el personal que lo debe ejecutar. Es un proceso en donde se determina qué es lo que debe hacerse para lograr una finalidad establecida o planeada, dividiendo y coordinando las actividades y suministrando los recursos. Además, organizar es disponer el trabajo para conseguir las metas de la organización. Organizar incluye determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones. Robbins & De Cenzo (2009)

Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización sólo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común. Una organización es un conjunto de cargos con reglas y normas de comportamiento que han de respetar todos sus miembros, y así generar el medio que permite la acción de una empresa. Fernandez (2017)

## **CAPITULO III: DESEMPEÑO LABORAL**

### **3.1 Concepto del desempeño laboral**

La Revista de Ciencias Sociales, (2010) Plantea que: “El desempeño laboral es el valor que se espera aportar a la organización de los diferentes episodios conductuales que un individuo lleva a cabo en un período de tiempo. Estas conductas, de un mismo o varios individuos(s) en diferentes momentos temporales a la vez, contribuirán a la eficiencia organizacional.” Para Robbins S. (2004) complementa al determinar, como uno de los principios fundamentales de la psicología del desempeño, es la fijación de metas, la cual activa el comportamiento y mejora el desempeño, porque ayuda a la persona a enfocar sus esfuerzos sobre metas difíciles, que cuando las metas son fáciles; sin embargo. Chiavenato (2004), plantea: El desempeño es el comportamiento del evaluado en la búsqueda de los objetivos fijados. Constituye la estrategia individual para lograr los objetivos deseados.

Teniendo en cuenta lo mencionado el desempeño laboral es fundamental para que el trabajador contribuya de manera eficiente a la organización y con este lograr un desempeño óptimo para alcanzar los objetivos establecidos con la empresa.

### **3.2 Motivación (Dimensión Y1)**

“La motivación es uno de los aspectos psicológicos que se relaciona más con el desarrollo del ser humano. No se caracteriza como un rasgo personal, sino por la interacción de las personas con la situación, por ello varía de una persona a

otra y en una misma persona puede variar en diferentes momentos y situaciones. Motivar a alguien, en sentido general, se trata de crear un entorno en el que éste pueda satisfacer sus objetivos aportando su energía y esfuerzo, de ahí la importancia de que los directivos dominen esta temática para que valoren y actúen, procurando que los objetivos individuales coincidan lo más posible con los de la organización.” Herrera, (2020) Se puede decir que si se crea un entorno seguro donde se pueda identificar la preocupación e interés del empleador al empleado este se sentirá motivado a ofrecer lo mejor de él.

### **3.3 Responsabilidad (Dimensión Y2)**

Según la (RAE) responsabilidad es la “capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.” Dicho esto, podemos decir que la responsabilidad es un valor que toda persona al realizar alguna acción entiendo las consecuencias de este.

### **3.4 Liderazgo y trabajo en equipo (Dimensión Y3)**

Landy y Conte (2005), “determinan que es el conjunto de dos o más individuos que se relacionan, son interdependientes y que se reúnen para conseguir objetivos específicos, en donde los equipos de trabajo existentes deben de pasar por una evolución o una secuencia básica llamada modelos, varios de estos modelos de equipos deben realizar tareas específicas en un tiempo determinado, pero muchos otros siguen un esquema diferente de acuerdo a seguridad, estatus, autoestima, afiliación, poder y consecución de metas”. Perea, (2019)

**CAPITULO IV**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

**4.1 Enunciado de la Hipótesis**

**4.1.1 Hipótesis general**

El endomárketing influye significativamente en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.

**4.1.2 Hipótesis específicas**

- a. El Endomárketing influye en la motivación del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.
- b. Existe una influencia significativamente entre el endomárketing y la responsabilidad del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.
- c. El endomárketing influye en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021.

## 4.2 Definición y Operacionalización de variables

### 4.2.1 Variable Independiente: Endomárketing = X

**Tabla 1** Operacionalización de variable independiente

<i>ENDOMÁRketing</i>			
DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
(Arbelaez D. A., Fuentes, Llanos, Martínez, & Bonnett, 2017) El Endomárketing es una estrategia innovadora que abre la posibilidad de mejorar de las relaciones entre la alta gerencia y los trabajadores en general, puesto que crea mecanismos de motivación y compromiso.	1. Compromiso.	a. Monitorizar consecución de los logros. b. Grato ambiente laboral. c. Estabilidad laboral	Ordinal
	2. Productividad	a. Funciones encargadas b. Trabajo en equipo. c. Cumplimiento de normativas.	
	3. Estrategias de endomárketing	a. Capacitaciones b. Evaluación del trabajo. c. Comunicación entre áreas	
<i>Nota: Elaboración propia</i>			

### 4.2.2 Variable Dependiente: Ejecución física financiera= Y

**Tabla 2** Operacionalización de variable dependiente

<i>DESEMPEÑO LABORAL</i>			
DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Palaci (2005: 155), plantea que: El desempeño laboral es el valor que se espera aportar a la organización de los diferentes episodios conductuales que un individuo lleva a cabo en un período de tiempo. Estas conductas, de un mismo o varios individuos(s) en diferentes momentos temporales a la vez, contribuirán a la eficiencia organizacional.	1. Motivación	a. Autoevaluación b. Logro de resultados.	Ordinal
	2. Responsabilidad	a. Proactividad b. Comunicación	
	3. Liderazgo y Trabajo en Equipo	a. Puntualidad b. Colaborativo c. Eficiente d. Orden	
<i>Nota: Elaboración propia</i>			



## 4.3 Tipo y diseño de la Investigación

### 4.3.1 Tipo de Investigación

*El tipo de investigación es de enfoque cuantitativo* López, (2011) menciona que el Método cuantitativo tiene su base en el positivismo, que busca las causas mediante métodos tales como el cuestionario y producen datos susceptibles de análisis estadístico, por ello es deductivo. Para el positivismo, la objetividad es muy importante, el investigador observa, mide y manipula variables; además de que se desprende de sus propias tendencias y es que la relación entre éste y el fenómeno de estudio es independiente. Lo que no puede medirse u observarse con precisión se descarta como “objeto” de estudio. Cabe señalar que el primer enfoque a la investigación en desarrollarse fue el cuantitativo.

Kerlinger, (2013) Sostiene que generalmente se llama diseño de investigación al plan y a la estructura de un estudio. “Es el plan y estructura de una investigación concebidas para obtener respuestas a las preguntas de un estudio”. En ese sentido, el diseño de investigación señala la forma de conceptualizar un problema de investigación y la manera de colocarlo dentro de una estructura que sea guía para la experimentación (en el caso de los diseños experimentales) y de recopilación y análisis de datos.

### 4.3.2 Diseño de investigación

*En el presente estudio, el diseño de investigación es no experimental descriptivo*, según Escamilla, (2013) Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. las variables no serán manipuladas ni intervenidas, se limitará a observar los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural, de corte transversal ya que los datos se recolectarán en un solo momento, y en un tiempo único es decir en el año 2021.

### **4.3 Ámbito de la investigación**

Clínica La Luz Tacna en el año 2021.

### **4.4 Unidad de estudio, Población y muestra**

#### **4.4.1 Unidad de estudio**

Personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna

#### **4.4.2 Población**

La población está conformada por 40 trabajadores administrativos en total de la Clínica La Luz Tacna S.A 2021.

#### **4.4.3 Muestra**

No fue necesario calcular la muestra ya que se trabajará con la totalidad de la población de 40 trabajadores de la Clínica La Luz Tacna S.A 2021.

### **4.5 Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **4.5.1 Técnicas de recolección de datos**

La técnica aplicada a esta investigación es la encuesta y como herramienta para la recolección de datos será el cuestionario.

#### **4.5.2 Encuesta**

Se realizará el cuestionario de endomárketing del trabajo de investigación de Cueva (2018) el cual fue validado por “juicio de expertos “, conformado por 3 especialista relacionados al tema, obteniendo un alfa de Cronbach de 0.956 considerando una consistencia y para la variable dependiente de desempeño laboral se utilizó el cuestionario de Desempeño laboral realizado por Rodriguez M. y Ramirez D. (2015) el cual se validó por expertos en el tema.

Como estrategia para la recolección de datos se aplicará mediante correo electrónico, se utilizará la herramienta de Google Drive para formular la plantilla del cuestionario. La recolección de datos se aplicará en el año 2021.

#### **4.5.2 Instrumentos de recolección de datos**

##### **Cuestionario**

Se aplicará un cuestionario dirigido al personal administrativo de las áreas involucradas, para evaluar el endomárketing y desempeño laboral de la Clínica La Luz Tacna S.A.C gracias al área de recursos humanos y marketing.

#### **4.5.3 Procesamiento y análisis de información**

Para el procesamiento de los datos se aplicará métodos estadísticos como el soporte informático **SPSS 25.0**. Para Windows paquete con recursos para el análisis relacional de las variables y para el cálculo de medidas estadísticas inferenciales.

Para configurar la matriz de sistematización de datos del informe; elaboración de tablas de frecuencia absoluta y porcentual, se utilizó **Microsoft Office Excel 2010** gracias a que cuenta con funciones para el conteo sistemáticos así mismo para el registro de información sobre la base de los formatos aplicados.

#### 4.6 Análisis de Fiabilidad del instrumento.

##### FIABILIDAD VARIABLE INDEPENDIENTE: ENDOMARKETING

###### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	35	100,0

###### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	14

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

##### FIABILIDAD VARIABLE DEPENDIENTE: DESEMPEÑO LABORAL

###### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	35	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	35	100,0

###### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,948	28

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

##### PRUEBAS DE NORAMALIDAD

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Endomarketing	,274	35	,000	,775	35	,000
Desempeño Laboral	,277	35	,000	,764	35	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Al no haber normalidad, se aplicará el metodo estadistico rho de spearman

## **CAPITULO V**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **5.1 El Trabajo de Campo**

Para el desarrollo de la presente investigación, se solicitó la aprobación del gerente general de la Clínica La Luz junto con la coordinación del área de recursos humanos y marketing. Se organizó al personal administrativo en una base de datos de Excel y mediante el chat de la aplicación Whatsapp se brindó el enlace de la encuesta realizada por Google Drive; comenzando con el saludo correspondiente, las indicaciones del cuestionario, el límite de tiempo para el desarrollo, finalizando con el agradecimiento por la ayuda brindada para dicha investigación.

#### **5.2 Diseño e interpretación de los resultados**

Después de recolectar la información a través de las encuestas apoyadas en una ficha de análisis documental, para evaluar la variable independiente endomarketing y la variable dependiente desempeño laboral; se procedió a la interpretación y análisis de cada uno de los indicadores, para dar cumplimiento al desarrollo de los objetivos indicados en la investigación.

A la relación, se debe considerar que los datos tienen su significado únicamente en función de las interpretaciones que les da el investigador, ya que de nada sirve cuantiosa información si no se somete a un adecuado tratamiento analítico. Por lo tanto, se procedió a representar de manera general, en forma gráfica y el análisis porcentual de los resultados obtenidos.

A continuación, se muestran los resultados para ambas variables de la investigación, los datos fueron obtenidos a través de:

Variable independiente – Endomárketing: se han analizado tablas presupuestales relacionadas a la variable de estudio, dividiéndose esta en 03 dimensiones para una mejor elaboración de resultados.

Variable dependiente desempeño laboral: se han analizado tablas presupuestales relacionadas a la variable de estudio, dividiéndose esta en 03 dimensiones para una mejor elaboración de resultados.

### 5.3 Interpretación de resultados

Se ha desarrollado las tablas estadísticas donde se reflejan las frecuencias absolutas y porcentuales de las mismas.

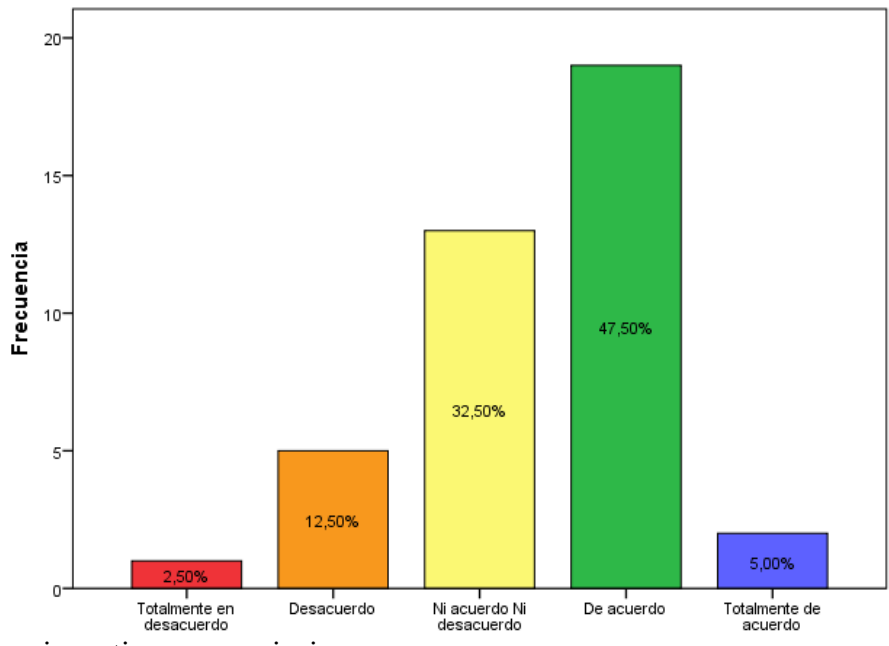
#### 5.3.1 Endomárketing

**Tabla 3** ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cumple con los incentivos y premiaciones que se les ofrece de acuerdo a la meta establecida?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5
	Desacuerdo	5	12,5	15,0
	Ni acuerdo Ni desacuerdo	13	32,5	47,5
	De acuerdo	19	47,5	95,0
	Totalmente de acuerdo	2	5,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* incentivos y premiaciones

**Figura 1** ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cumple con los incentivos y premiaciones que se les ofrece de acuerdo a la meta establecida?



*Nota:* incentivos y premiaciones

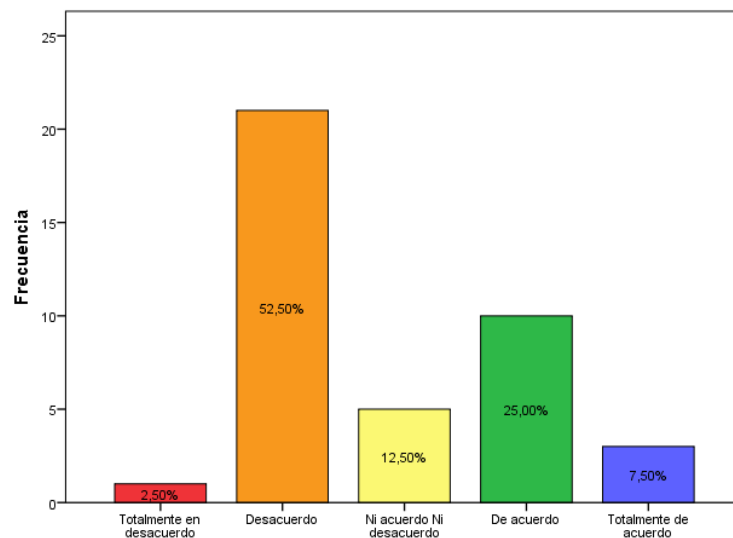
Respecto a la pregunta ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cumple con los incentivos y premiaciones que se les ofrece de acuerdo a la meta establecida? El 47.5% contestó estar de acuerdo el 47.50% contestó que no. De los resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C. un 47.5% no considera ser premiado ni incentivado.

**Tabla 4** ¿Considera usted que los trabajadores tienen conocimientos de la misión y visión de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
	Desacuerdo	21	52,5	52,5	55,0
	Ni acuerdo Ni desacuerdo	5	12,5	12,5	67,5
	De acuerdo	10	25,0	25,0	92,5
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5	100,0
	<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Misión y visión

**Figura 2** ¿Considera usted que los trabajadores tienen conocimientos de la misión y visión de la empresa?



*Nota:* Misión y visión

Respecto a la pregunta ¿Considera usted que los trabajadores tienen conocimientos de la misión y visión de la empresa? El 52.5% contestó estar desacuerdo un 12.5% ni acuerdo ni desacuerdo y el 7.50% contestó estar



totalmente de acuerdo.

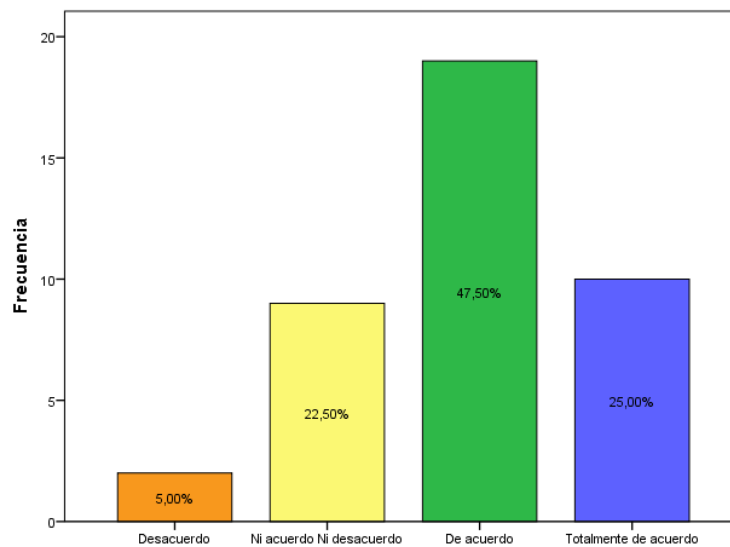
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 67.5% no conoce su misión ni visión.

**Tabla 5** ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. genera muchos cambios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	9	22,5	22,5	27,5
Válidos De acuerdo	19	47,5	47,5	75,0
Totalmente de acuerdo	10	25,0	25,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Cambios

**Figura 3** ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. genera muchos cambios?



*Nota:* Cambios

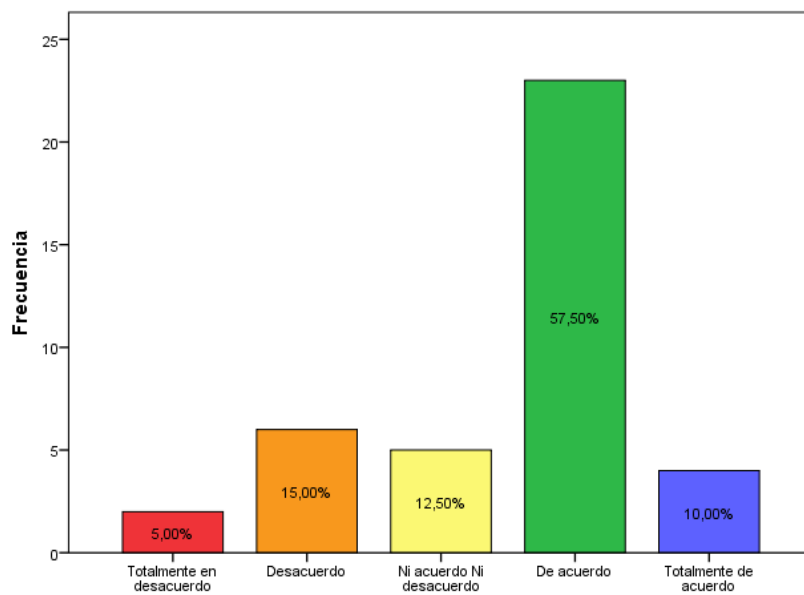
Respecto a la pregunta ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. genera muchos cambios? El 47.5% contestó estar de acuerdo el 5% contestó estar en desacuerdo. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 95 % considera que la Clínica genera muchos cambios.

**Tabla 6** ¿Considera usted que hay un ambiente agradable que le permite realizar sus actividades laborales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	5,0	5,0	5,0
Desacuerdo	6	15,0	15,0	20,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	5	12,5	12,5	32,5
De acuerdo	23	57,5	57,5	90,0
Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Ambiente laboral

**Figura 4** ¿Considera usted que hay un ambiente agradable que le permite realizar sus actividades laborales?



*Nota:* Ambiente laboral

Respecto a la pregunta ¿Considera usted que hay un ambiente agradable que le permite realizar sus actividades laborales? El 57.5 % contestó estar de acuerdo el 5% contestó estar en desacuerdo.

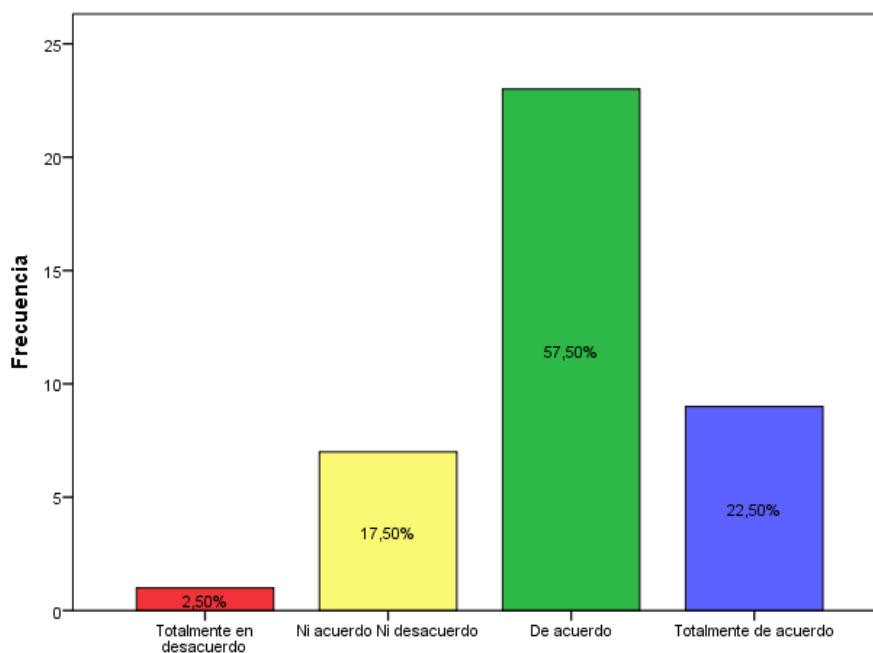
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 32.5 % considera que no hay un buen ambiente laboral.

**Tabla 7** ¿Considera usted que el personal encargado establece distintas funciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
Ni acuerdo Ni desacuerdo	7	17,5	17,5	20,0
Válidos De acuerdo	23	57,5	57,5	77,5
Totalmente de acuerdo	9	22,5	22,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Funciones

**Figura 5** ¿Considera usted que el personal encargado establece distintas funciones?



*Nota:* Funciones

Respecto a la pregunta ¿Considera usted que el personal encargado establece distintas funciones? El 92.5 % contestó estar de acuerdo el 2.5% contestó estar en desacuerdo.

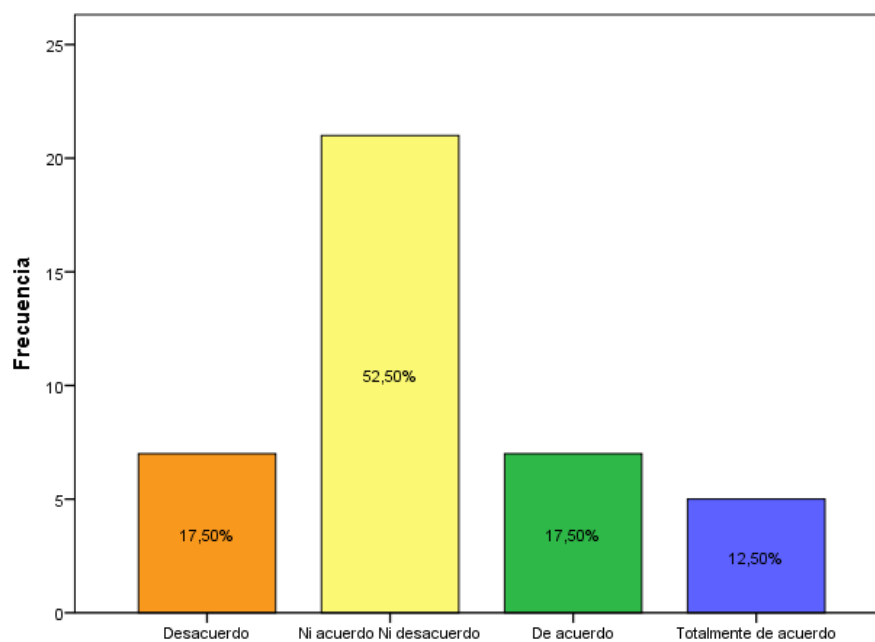
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 80 % considera que no se establece sus funciones.

**Tabla 8** Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.  
¿Invierte en el talento humano?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	7	17,5	17,5	17,5
Ni acuerdo Ni desacuerdo	21	52,5	52,5	70,0
De acuerdo	7	17,5	17,5	87,5
Totalmente de acuerdo	5	12,5	12,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Invierte en talento humano

**Figura 6** Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.  
¿Invierte en el talento humano?



*Nota:* Invierte en talento humano

Respecto a la pregunta Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. ¿Invierte en el talento humano? El 52.5 % contestó no estar de acuerdo ni en desacuerdo el 12.5% contestó estar en totalmente de acuerdo.

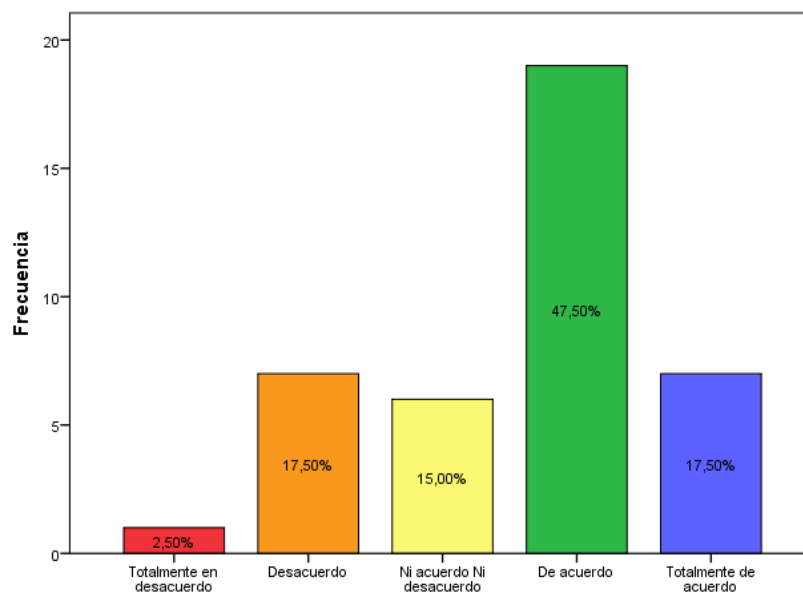
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 70 % considera que no se invierte en el talento humano.

**Tabla 9** ¿Considera usted que las charlas de seguridad y salud en el trabajo son aplicadas en la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
Desacuerdo	7	17,5	17,5	20,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	6	15,0	15,0	35,0
De acuerdo	19	47,5	47,5	82,5
Totalmente de acuerdo	7	17,5	17,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Charlas de seguridad y salud en el trabajo

**Figura 7** ¿Considera usted que las charlas de seguridad y salud en el trabajo son aplicadas en la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.?



*Nota:* Charlas de seguridad y salud en el trabajo

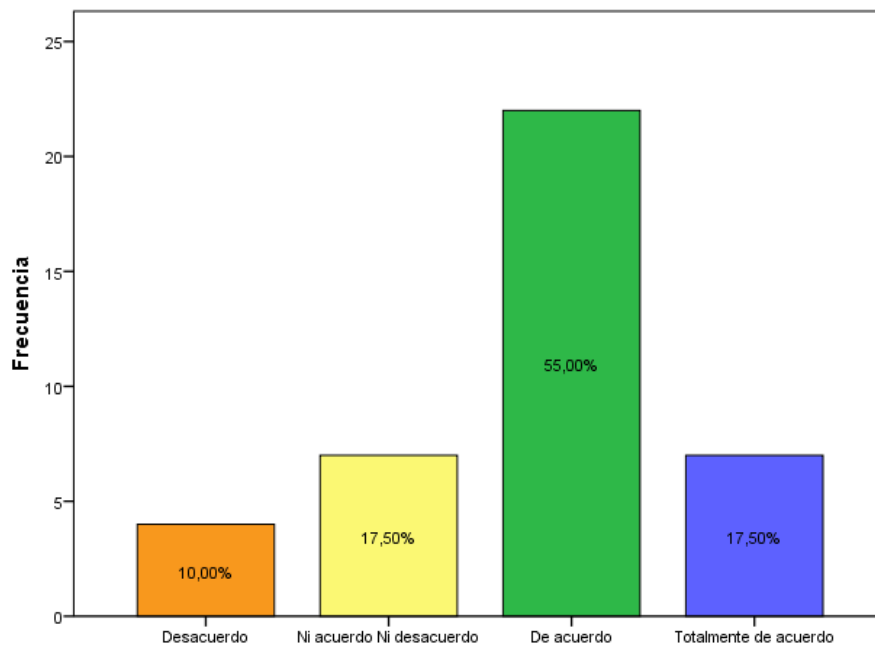
Respecto a la pregunta ¿Considera usted que las charlas de seguridad y salud en el trabajo son aplicadas en la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.? El 47.5 % contestó estar de acuerdo, el 17.50% totalmente de acuerdo y el 2.5% contestó estar en totalmente desacuerdo. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 35 % considera que las charlas de seguridad y salud en el trabajo no son aplicadas.

**Tabla 10** ¿Considera usted que la producción y desarrollo de actividades internas está mejorando con el tiempo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	4	10,0	10,0	10,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	7	17,5	17,5	27,5
Válidos De acuerdo	22	55,0	55,0	82,5
Totalmente de acuerdo	7	17,5	17,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Actividades internas

**Figura 8** ¿Considera usted que la producción y desarrollo de actividades internas está mejorando con el tiempo?



*Nota:* Actividades internas

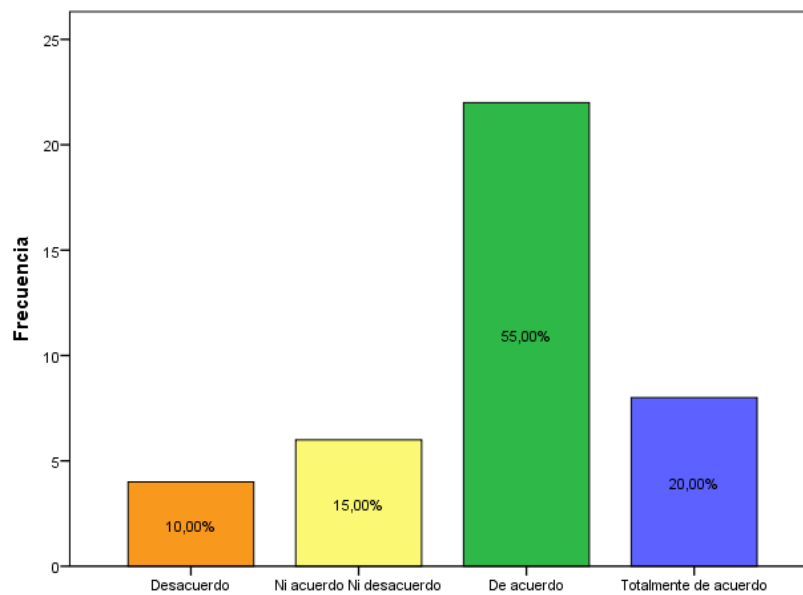
Respecto a la pregunta ¿Considera usted que la producción y desarrollo de actividades internas está mejorando con el tiempo? El 55 % contestó estar de acuerdo y el 10% contestó estar en desacuerdo. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 27.5% considera que actividades internas no están mejorando con el tiempo.

**Tabla 11** ¿Considera usted que se trabaja en equipo al momento de lograr los objetivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	4	10,0	10,0	10,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	6	15,0	15,0	25,0
Válidos De acuerdo	22	55,0	55,0	80,0
Totalmente de acuerdo	8	20,0	20,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Trabajo en equipo

**Figura 9** ¿Considera usted que se trabaja en equipo al momento de lograr los objetivos?



*Nota:* Trabajo en equipo

Respecto a la pregunta ¿Considera usted que la producción y desarrollo de actividades internas está mejorando con el tiempo? El 55% contestó estar de acuerdo y el 10% contestó estar en desacuerdo.

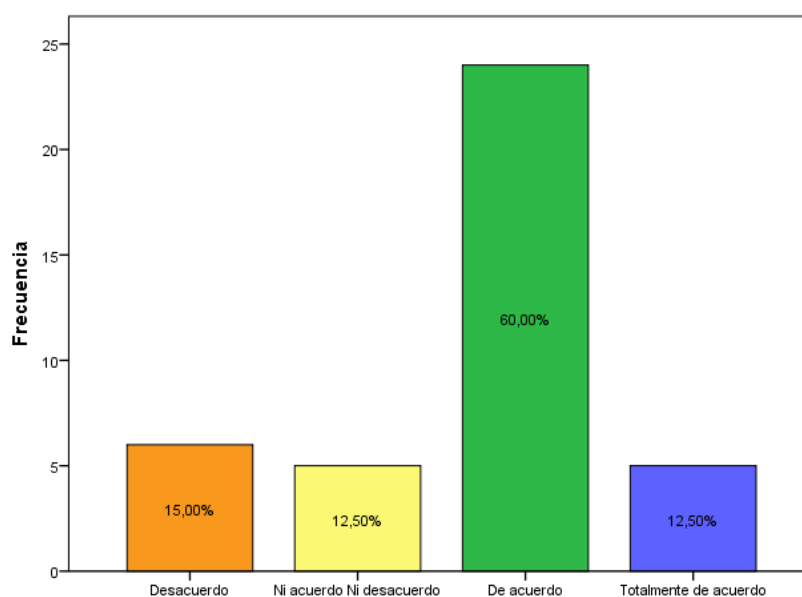
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 25 % considera que el trabajo en equipo no ayuda a lograr el objetivo.

**Tabla 12** ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cuenta con suficientes recursos para realizar sus actividades?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	6	15,0	15,0	15,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	5	12,5	12,5	27,5
Válidos De acuerdo	24	60,0	60,0	87,5
Totalmente de acuerdo	5	12,5	12,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Recursos para actividades

**Figura 10** ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cuenta con suficientes recursos para realizar sus actividades?



*Nota:* Recursos para actividades

Respecto a la pregunta ¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cuenta con suficientes recursos para realizar sus actividades? El 60% contestó estar de acuerdo y el 15% contestó estar en desacuerdo. De los resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 27.50 % considera que no cuentan con los recursos suficientes para actividades.

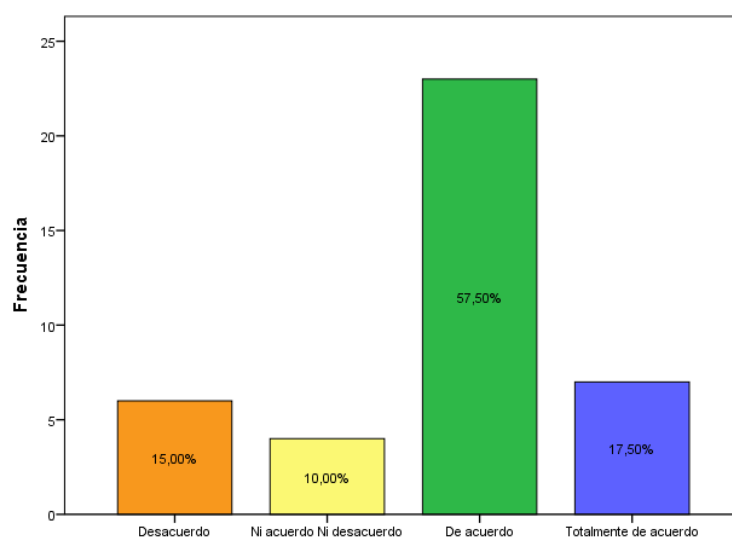


**Tabla 13** ¿Considera usted que la empresa cumple con las normativas de seguridad en el trabajo y/o uniforme?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	6	15,0	15,0	15,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	4	10,0	10,0	25,0
Válidos De acuerdo	23	57,5	57,5	82,5
Totalmente de acuerdo	7	17,5	17,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Normativas de seguridad

**Figura 11** ¿Considera usted que la empresa cumple con las normativas de seguridad en el trabajo y/o uniforme?



*Nota:* Normativas de seguridad

Respecto a la pregunta ¿Considera usted que la empresa cumple con las normativas de seguridad en el trabajo y/o uniforme? El 57.5% contestó estar de acuerdo y el 10% contestó estar ni en acuerdo ni en desacuerdo.

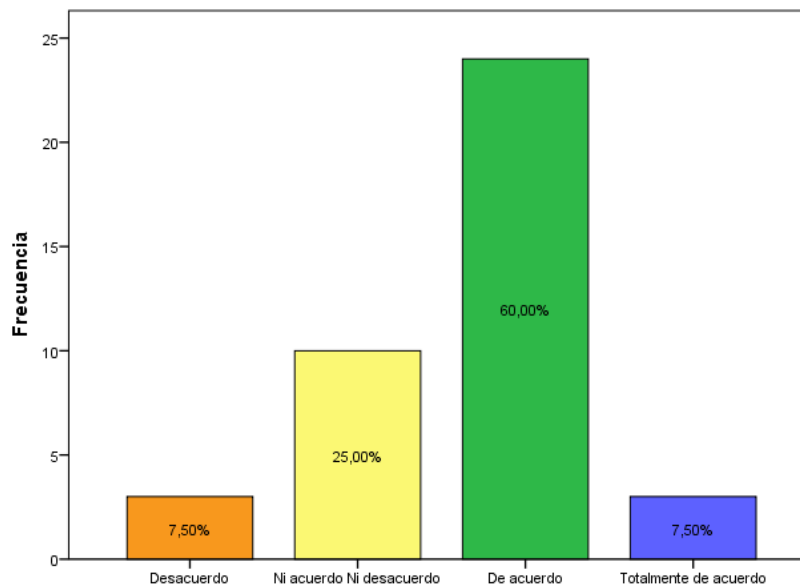
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 25 % considera que no se cumplen las normativas de seguridad.

**Tabla 14** ¿Considera que las capacitaciones que recibe han brindado un buen resultado en su entorno laboral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	3	7,5	7,5	7,5
Ni acuerdo Ni desacuerdo	10	25,0	25,0	32,5
Válidos De acuerdo	24	60,0	60,0	92,5
Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Normativas de seguridad

**Figura 12** ¿Considera que las capacitaciones que recibe han brindado un buen resultado en su entorno laboral?



*Nota:* Normativas de seguridad

Respecto a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones que recibe han brindado un buen resultado en su entorno laboral? El 60% contestó estar de acuerdo y el 7.5% contestó estar en desacuerdo.

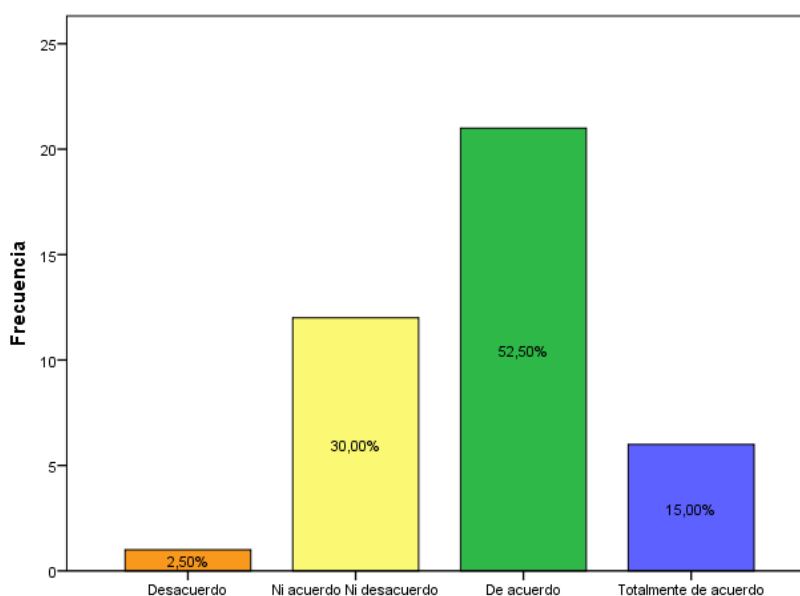
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 32.5 % considera que las capacitaciones brindadas no dan un buen resultado.

**Tabla 15** ¿Considera que se necesita una nueva planificación de los objetivos de la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
Ni acuerdo Ni desacuerdo	12	30,0	30,0	32,5
Válidos De acuerdo	21	52,5	52,5	85,0
Totalmente de acuerdo	6	15,0	15,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Nuevos objetivos

**Figura 13** ¿Considera que se necesita una nueva planificación de los objetivos de la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.?



*Nota:* Nuevos objetivos

Respecto a la pregunta ¿Considera que las capacitaciones que recibe han brindado un buen resultado en su entorno laboral? El 52.5% contestó estar de acuerdo y el 2.5% contestó estar en desacuerdo.

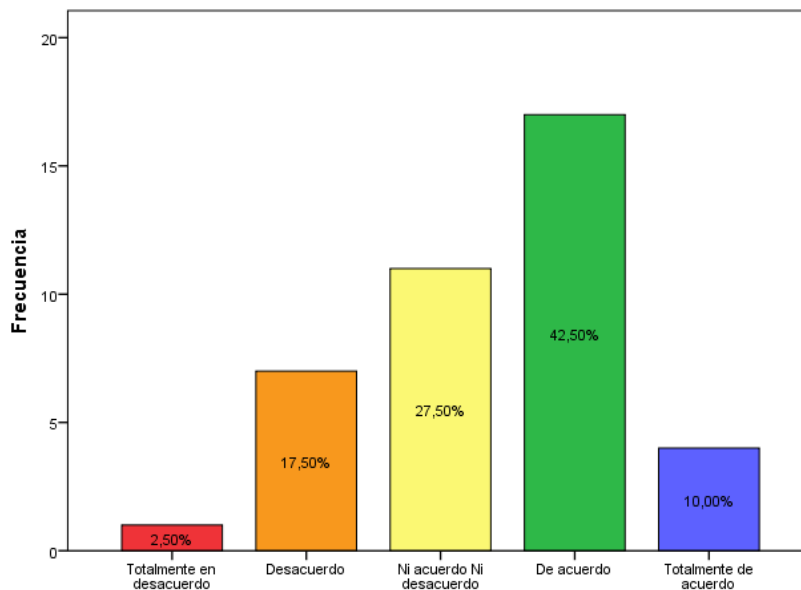
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 67.5 % considera que se debería planificar nuevos objetivos.

**Tabla 16** ¿Considera que la distribución de funciones es delegada correctamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,5	2,5	2,5
Desacuerdo	7	17,5	17,5	20,0
Ni acuerdo Ni desacuerdo	11	27,5	27,5	47,5
De acuerdo	17	42,5	42,5	90,0
Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Delegación de funciones

**Figura 14** ¿Considera que la distribución de funciones es delegada correctamente?



*Nota:* Delegación de funciones

Respecto a la pregunta ¿Considera que la distribución de funciones es delegada correctamente? El 52.5% contestó estar de acuerdo y el 2.5% contestó estar en desacuerdo. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 47.5 % considera que no se delegan correctamente las funciones.

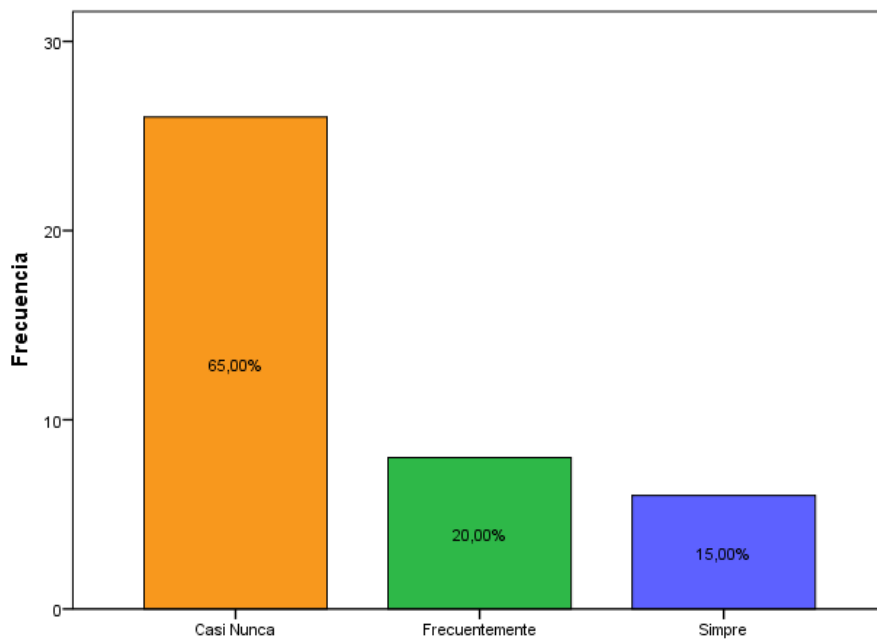
### 5.3.2 Desempeño Laboral

**Tabla 17** ¿Se promueve la generación de ideas creativas e innovadoras?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	26	65,0	65,0
	Frecuentemente	8	20,0	85,0
	Siempre	6	15,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Ideas creativas

**Figura 15** ¿Se promueve la generación de ideas creativas e innovadoras?



*Nota:* Ideas creativas

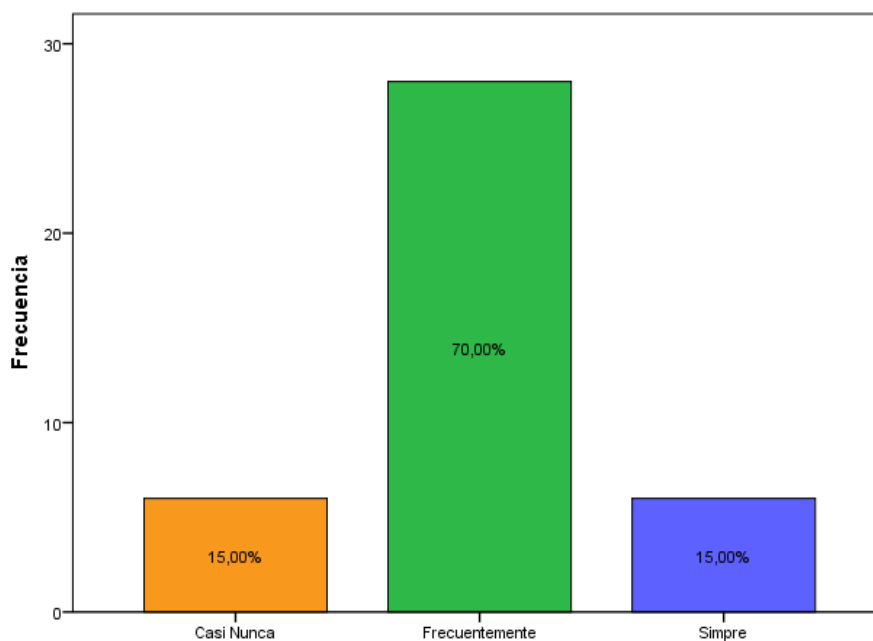
Respecto a la pregunta ¿Se promueve la generación de ideas creativas e innovadoras? Se puede observar que el 65% del total de los encuestados respondió casi nunca, el 20% frecuentemente y el 15% contestó siempre. De lo resultados obtenidos se puede indicar que un 85 % considera que no se promueve las ideas creativas e innovadoras, sin embargo, el 35% manifiesta estar de acuerdo.

**Tabla 18** ¿Se siente feliz por los resultados que logra en su trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	6	15,0	15,0	15,0
	Frecuentemente	28	70,0	70,0	85,0
	Siempre	6	15,0	15,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Feliz por los resultados que logra

**Figura 16** ¿Se siente feliz por los resultados que logra en su trabajo?



*Nota:* Feliz por los resultados que logra

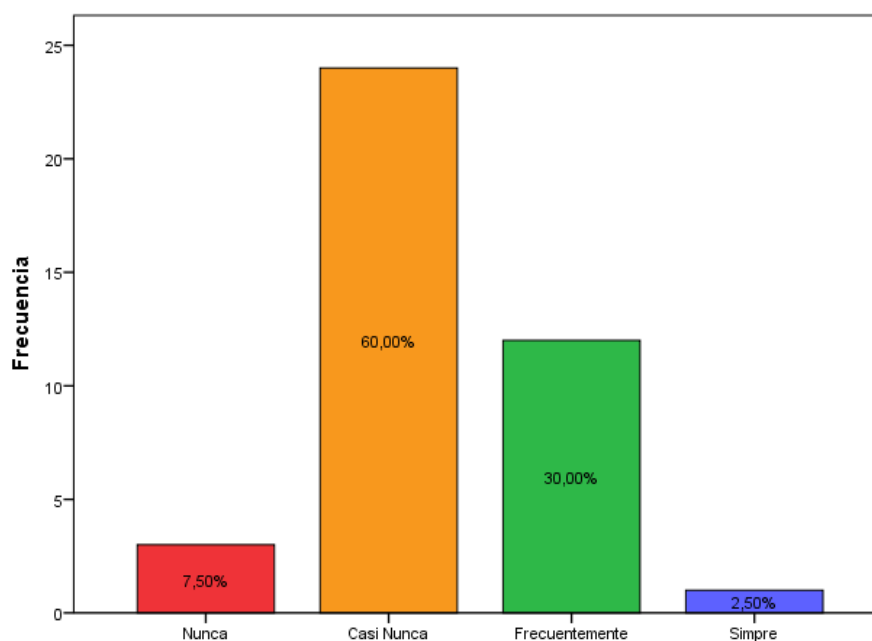
Respecto a la pregunta ¿Se siente feliz por los resultados que logra en su trabajo? El 70% contestó frecuentemente y el 15 % contestó casi siempre. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 85 % considera que no se promueven las ideas creativas.

**Tabla 19** ¿Ofrecen retroalimentación de manera precisa y oportuna?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	7,5	7,5	7,5
Casi Nunca	24	60,0	60,0	67,5
Válidos Frecuentemente	12	30,0	30,0	97,5
Siempre	1	2,5	2,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Feliz por los resultados que logra

**Figura 17** ¿Ofrecen retroalimentación de manera precisa y oportuna?



*Nota:* Feliz por los resultados que logra

Respecto a la pregunta ¿Ofrecen retroalimentación de manera precisa y oportuna? El 60% contestó casi nunca y el 2.5 % contestó siempre.

De los resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 97.5 % considera que no se promueven las ideas creativas.

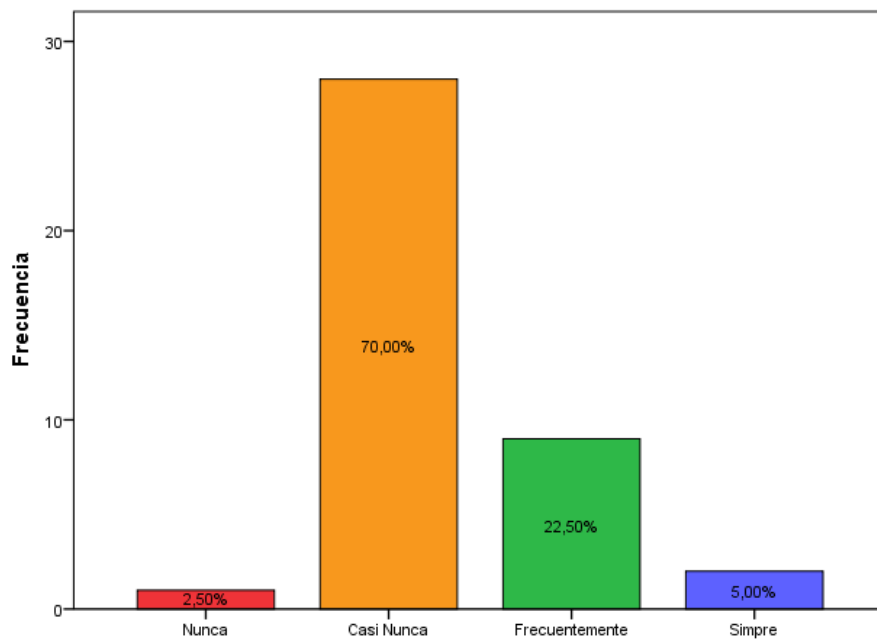
**Tabla 20** ¿Existe motivación para un buen desempeño en las labores diarias?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,5	2,5	2,5
Casi Nunca	28	70,0	70,0	72,5
Válidos Frecuentemente	9	22,5	22,5	95,0
Siempre	2	5,0	5,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Motivación

**Figura 18**

¿Existe motivación para un buen desempeño en las labores diarias?



*Nota:* Motivación

Respecto a la pregunta ¿Existe motivación para un buen desempeño en las labores diarias? El 70% contestó casi nunca y el 2.5 % contestó nunca.

De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 95 % considera que no hay motivación para el desempeño de labores diarias.

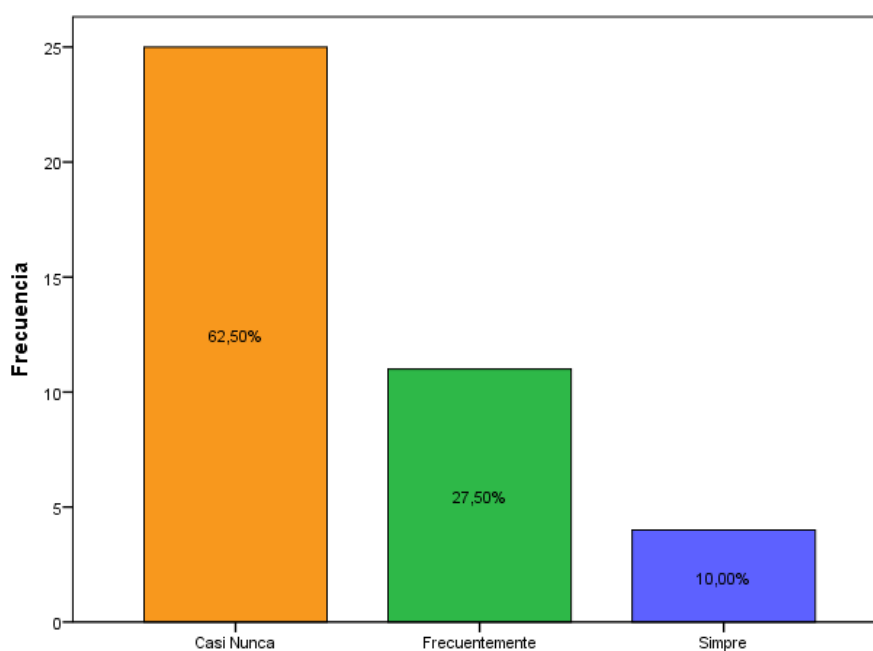


**Tabla 21** ¿La evaluación que se hace al trabajo ayuda a mejorar las tareas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	25	62,5	62,5
	Frecuentemente	11	27,5	90,0
	Siempre	4	10,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Evaluación

**Figura 19** ¿La evaluación que se hace al trabajo ayuda a mejorar las tareas?



*Nota:* Evaluación

Respecto a la pregunta ¿La evaluación que se hace al trabajo ayuda a mejorar las tareas? El 62.5% contestó casi nunca y el 10% contestó siempre.

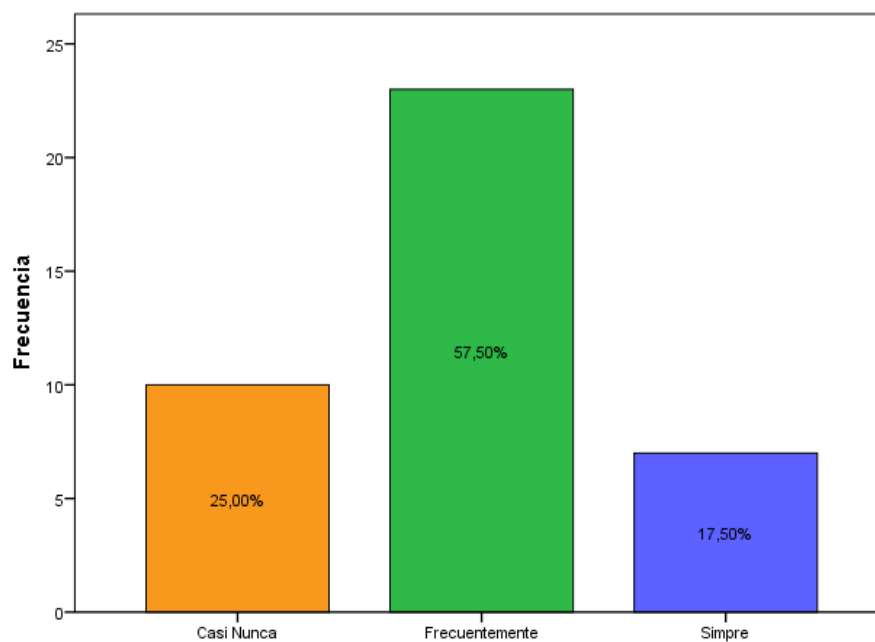
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 90 % considera que las evaluaciones no ayudan a mejorar las tareas.

**Tabla 22** ¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo permite el desarrollo personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	10	25,0	25,0
	Frecuentemente	23	57,5	82,5
	Siempre	7	17,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* desarrollo personal

**Figura 20** ¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo permite el desarrollo personal?



*Nota:* desarrollo personal

Respecto a la pregunta ¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo permite el desarrollo personal? El 57.5% contestó frecuentemente y el 17.5% contestó siempre.

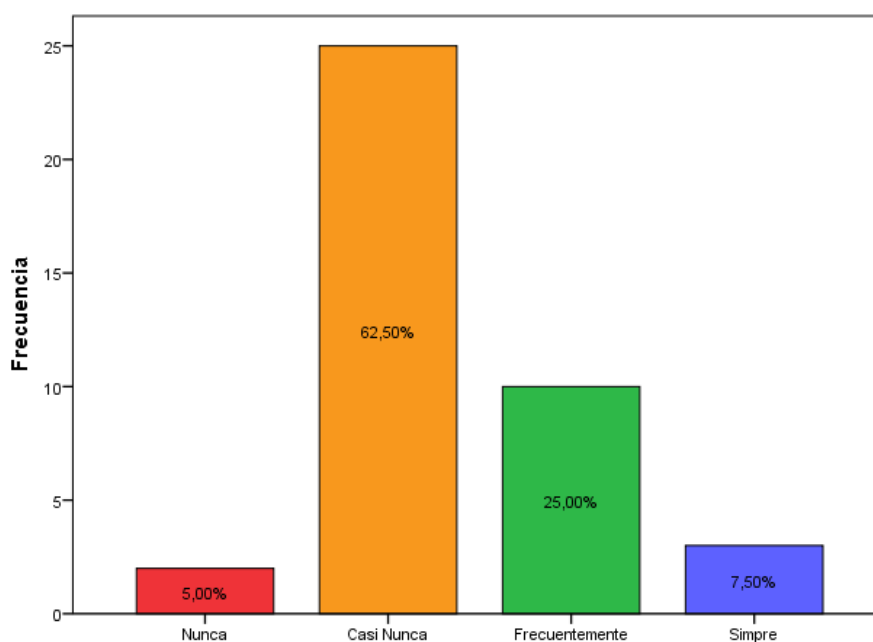
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 25 % considera que el trabajo no permite el desarrollo personal.

**Tabla 23** ¿Se promueve los altos niveles de desempeño?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	5,0	5,0	5,0
Casi Nunca	25	62,5	62,5	67,5
Válidos Frecuentemente	10	25,0	25,0	92,5
Siempre	3	7,5	7,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Nivel de desempeño

**Figura 21** ¿Se promueve los altos niveles de desempeño?



*Nota:* Nivel de desempeño

Respecto a la pregunta ¿Se promueve los altos niveles de desempeño? El 62.5% contestó casi nunca y el 5% contestó nunca.

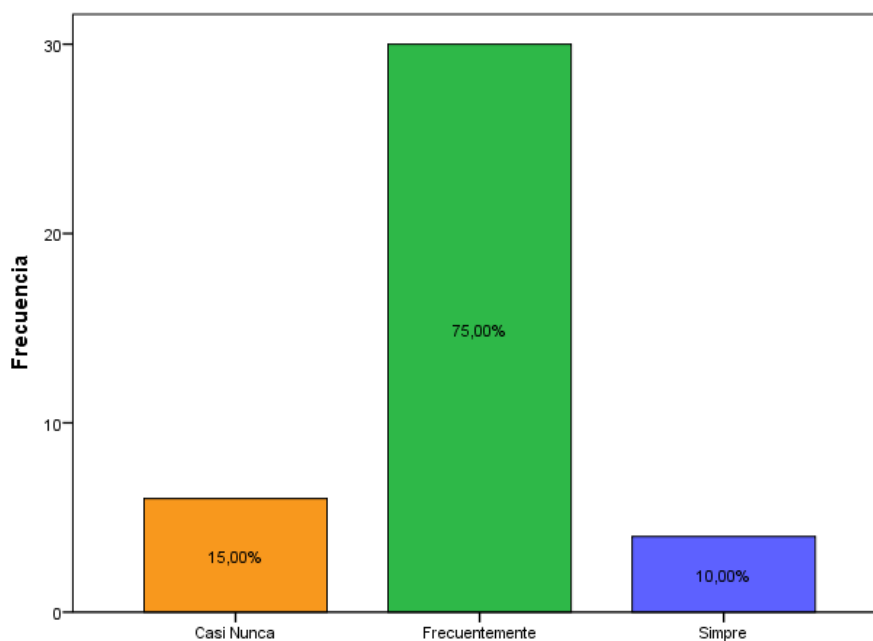
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 92.5% considera que no se promueve el desempeño.

**Tabla 24** ¿Realiza el trabajo en tiempo establecido y sin errores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	6	15,0	15,0
	Frecuentemente	30	75,0	90,0
	Siempre	4	10,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Tiempo

**Figura 22** ¿Realiza el trabajo en tiempo establecido y sin errores?



*Nota:* Tiempo

Respecto a la pregunta ¿Realiza el trabajo en tiempo establecido y sin errores?

El 75% contestó frecuentemente y el 5% contestó casi nunca.

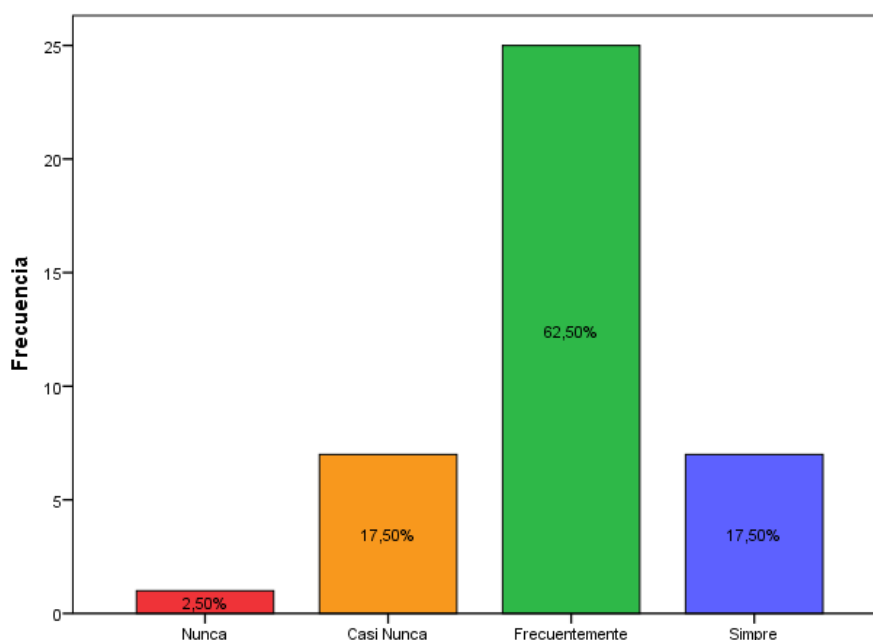
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 15% considera que no realiza a tiempo y sin errores el trabajo establecido.

**Tabla 25** ¿Puede trabajar de forma independiente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,5	2,5	2,5
Casi Nunca	7	17,5	17,5	20,0
Válidos Frecuentemente	25	62,5	62,5	82,5
Siempre	7	17,5	17,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Independiente

**Figura 23** ¿Puede trabajar de forma independiente?



*Nota:* Independiente

Respecto a la pregunta ¿Puede trabajar de forma independiente? El 62.5% contestó frecuentemente y el 2.5% contestó nunca.

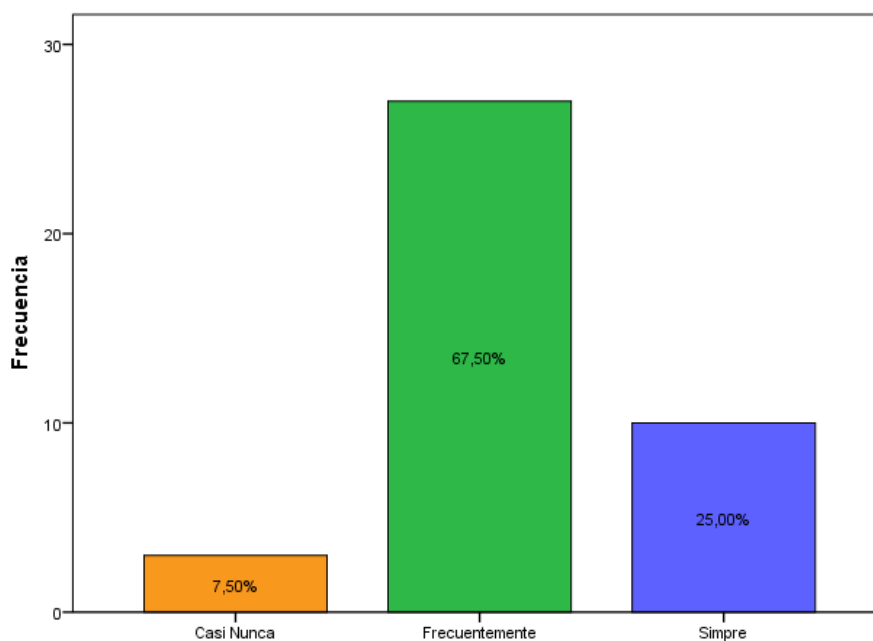
De los resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 20% considera que no puede trabajar de forma independiente.

**Tabla 26** ¿Produce y realiza su trabajo en forma metódica y ordenada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	3	7,5	7,5
	Frecuentemente	27	67,5	75,0
	Siempre	10	25,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Trabajo metódico y ordenado

**Figura 24** ¿Produce y realiza su trabajo en forma metódica y ordenada?



*Nota:* Trabajo metódico y ordenado

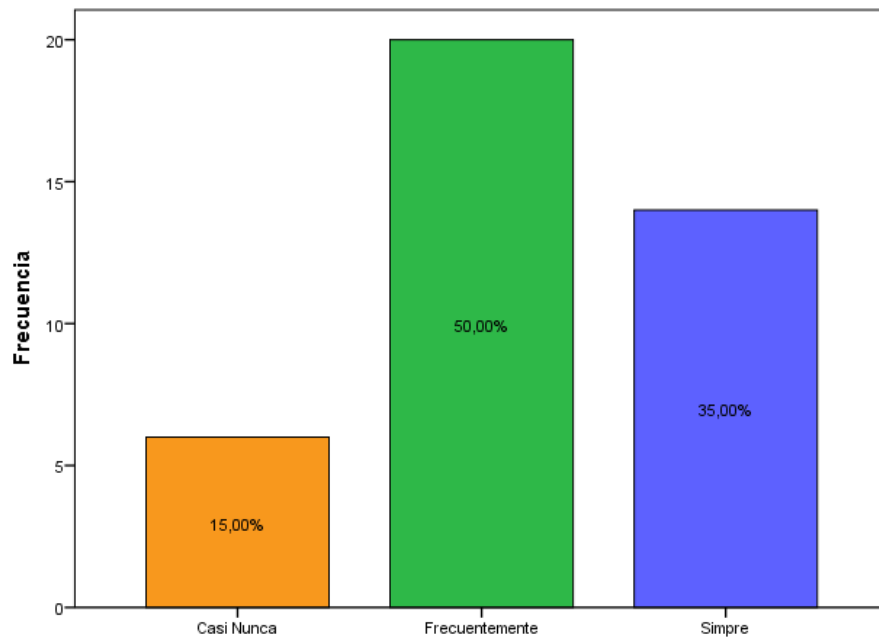
Respecto a la pregunta ¿Produce y realiza su trabajo en forma metódica y ordenada? El 67.5% contestó frecuentemente y el 7.5% contestó casi nunca. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 75% considera que no puede trabajar de forma metódica y ordenada.

**Tabla 27** ¿Cumple con el horario y registra puntualidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Casi Nunca	6	15,0	15,0	15,0
Frecuentemente	20	50,0	50,0	65,0
Siempre	14	35,0	35,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Horario

**Figura 25** ¿Cumple con el horario y registra puntualidad?



*Nota:* Horario

Respecto a la pregunta ¿Cumple con el horario y registra puntualidad? El 50% contestó frecuentemente y el 15% contestó casi nunca.

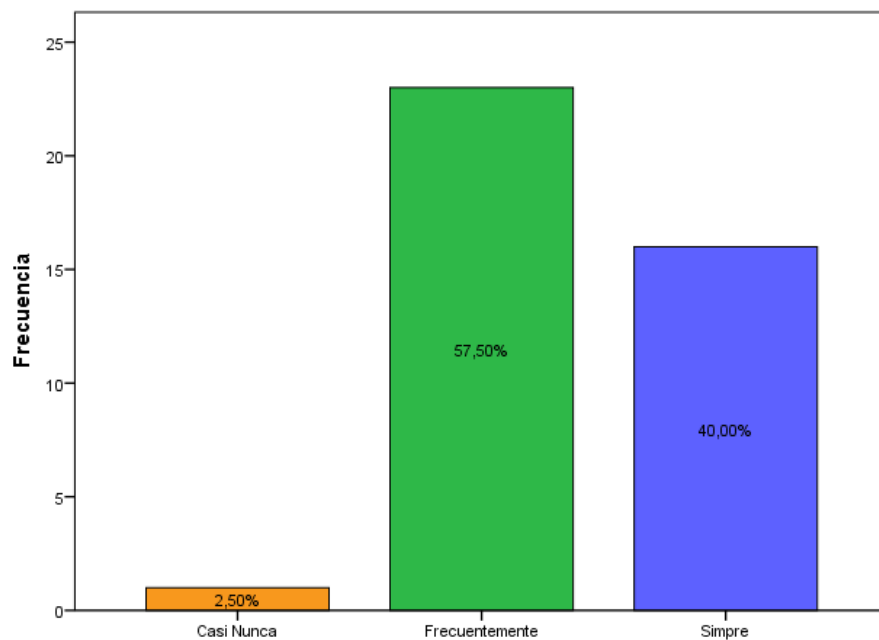
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 65% no cumple con el horario establecido.

**Tabla 28** ¿Asume con responsabilidad las consecuencias negativas de sus acciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	1	2,5	2,5
	Frecuentemente	23	57,5	60,0
	Siempre	16	40,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Consecuencias negativas

**Figura 26** ¿Asume con responsabilidad las consecuencias negativas de sus acciones?



*Nota:* Consecuencias negativas

Respecto a la pregunta ¿Asume con responsabilidad las consecuencias negativas de sus acciones? El 57.5% contestó frecuentemente y el 2.5% contestó casi nunca.

De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 60% no asume con responsabilidad las consecuencias negativas de sus acciones.

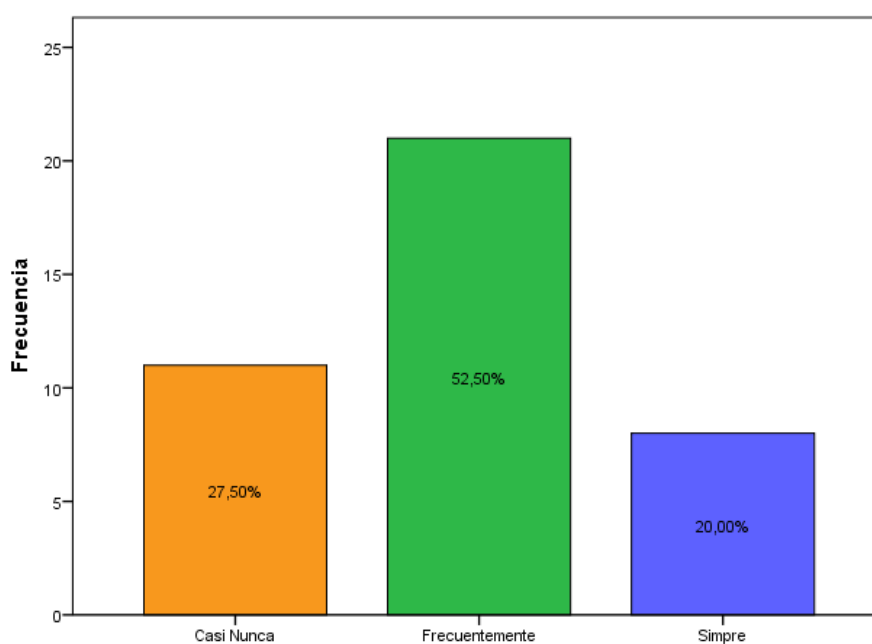


**Tabla 29** ¿La responsabilidad del puesto está claramente definida?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	11	27,5	27,5
	Frecuentemente	21	52,5	80,0
	Siempre	8	20,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Responsabilidad del puesto

**Figura 27** ¿La responsabilidad del puesto está claramente definida?



*Nota:* Responsabilidad del puesto

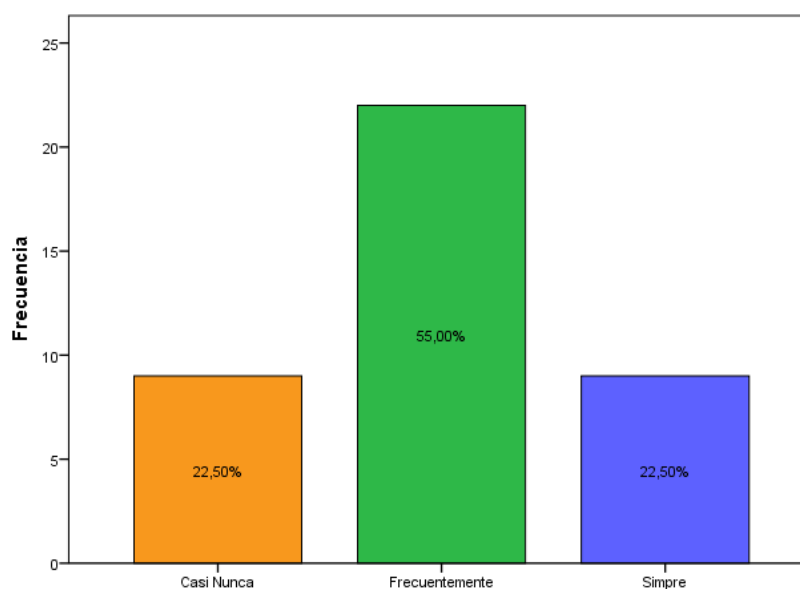
Respecto a la pregunta ¿La responsabilidad del puesto está claramente definida? El 52.5% contestó frecuentemente y el 27.5% contestó casi nunca. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 80% no tiene claramente definida la responsabilidad de su puesto.

**Tabla 30** ¿Informa y consulta oportunamente al jefe sobre cambios que los afecten directamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	9	22,5	22,5	22,5
	Frecuentemente	22	55,0	55,0	77,5
	Siempre	9	22,5	22,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Consulta al jefe cambios

**Figura 28** ¿Informa y consulta oportunamente al jefe sobre cambios que los afecten directamente?



*Nota:* Consulta al jefe cambios

Respecto a la pregunta ¿Informa y consulta oportunamente al jefe sobre cambios que los afecten directamente? El 55% contestó frecuentemente y el 22.5% contestó casi nunca.

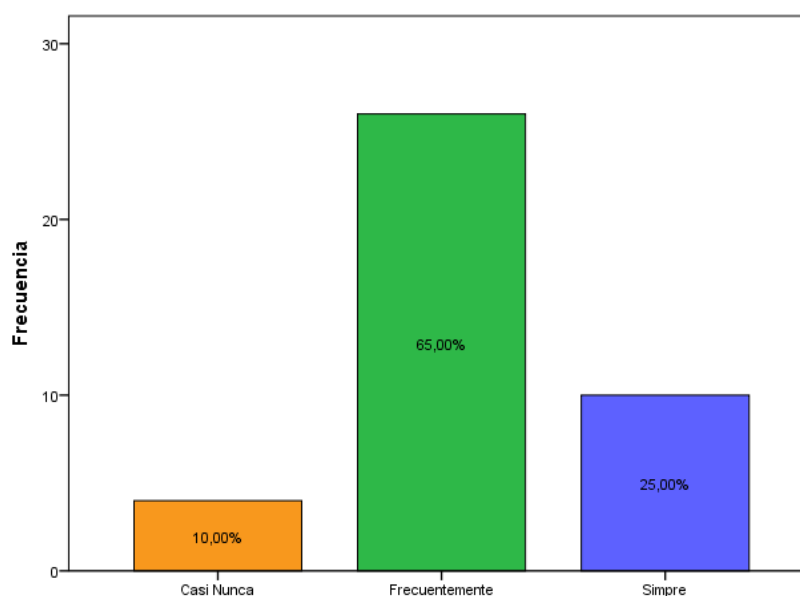
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 77.5% no consulta oportunamente al jefe sobre cambios que afecten directamente.

**Tabla 31** ¿Cumple con los objetivos demostrando iniciativa en la realización de actividades en tiempo indicado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	4	10,0	10,0
	Frecuentemente	26	65,0	75,0
	Siempre	10	25,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Cumple objetivos

**Figura 29** ¿Cumple con los objetivos demostrando iniciativa en la realización de actividades en tiempo indicado?



*Nota:* Cumple objetivos

Respecto a la pregunta ¿Cumple con los objetivos demostrando iniciativa en la realización de actividades en tiempo indicado? El 65% contestó frecuentemente y el 10% contestó casi nunca.

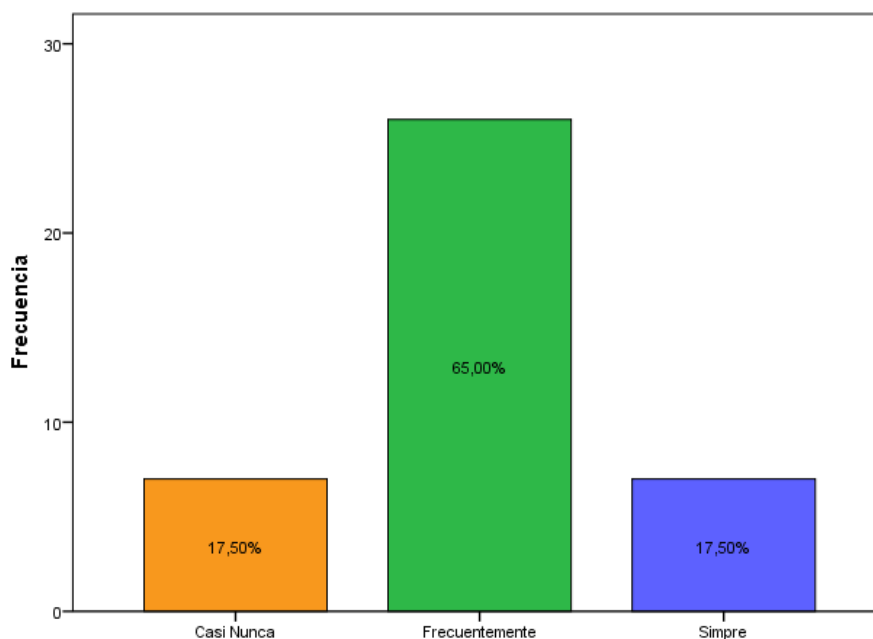
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 10% no cumple con los objetivos ni demuestra iniciativa.

**Tabla 32** ¿Se anticipa a las necesidades y problemas futuros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Casi Nunca	7	17,5	17,5	17,5
Frecuentemente	26	65,0	65,0	82,5
Siempre	7	17,5	17,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Anticipa a las necesidades

**Figura 30** ¿Se anticipa a las necesidades y problemas futuros?



*Nota:* Anticipa a las necesidades

Respecto a la pregunta ¿Se anticipa a las necesidades y problemas futuros?

El 65% contestó frecuentemente y el 17% contestó casi nunca.

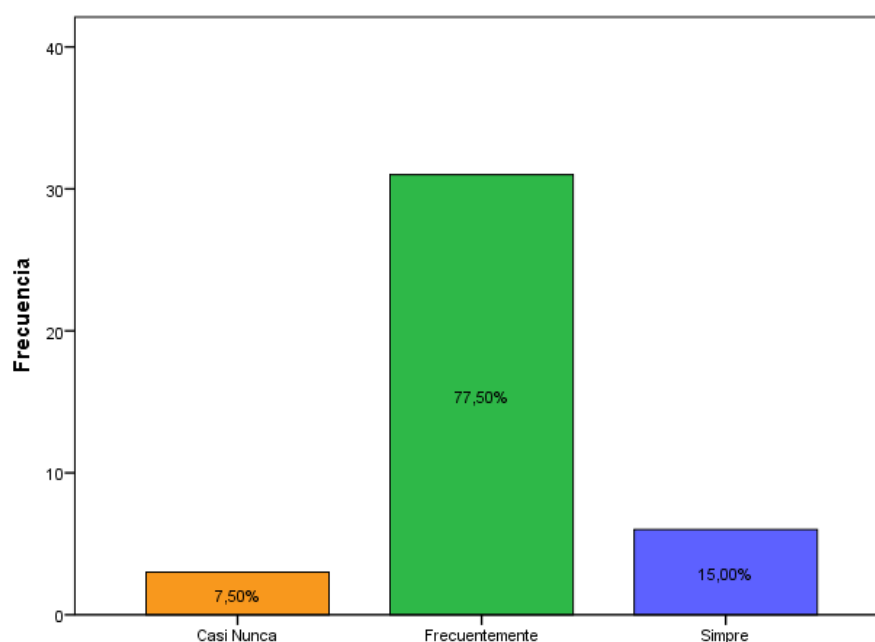
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 82.5% no se anticipa a las necesidades ni problemas futuros.

**Tabla 33** ¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	3	7,5	7,5
	Frecuentemente	31	77,5	85,0
	Siempre	6	15,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Reacción

**Figura 31** ¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?



*Nota:* Reacción

Respecto a la pregunta ¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas? El 77.5% contestó frecuentemente y el 7.5% contestó casi nunca.

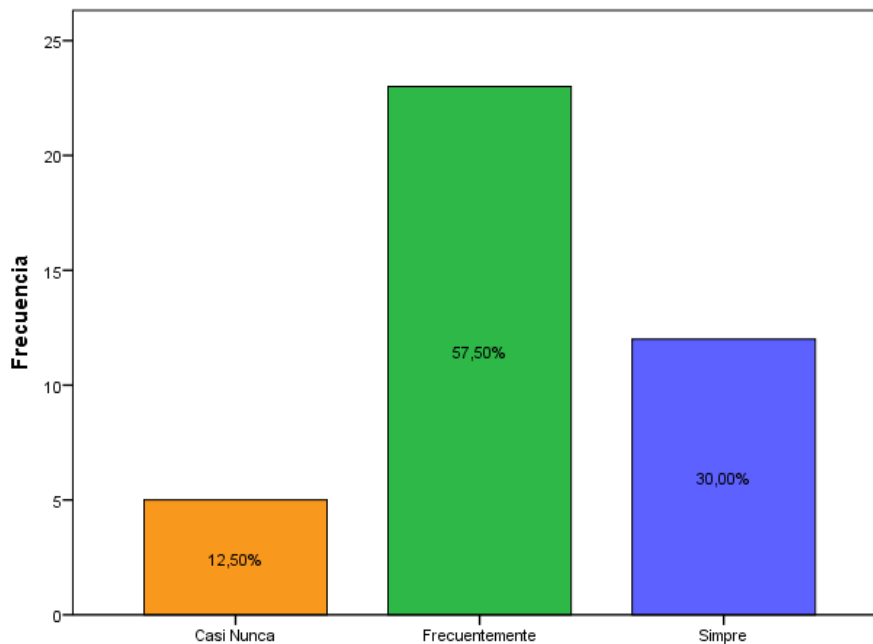
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 85% no reacciona de forma calmada frente a situaciones conflictivas.

**Tabla 34** ¿Responde de forma clara y oportuna dudas del personal de la institución?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	5	12,5	12,5
	Frecuentemente	23	57,5	70,0
	Siempre	12	30,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Dudas del personal

**Figura 32** ¿Responde de forma clara y oportuna dudas del personal de la institución?



*Nota:* Dudas del personal

Respecto a la pregunta ¿Responde de forma clara y oportuna dudas del personal de la institución? El 57.5% contestó frecuentemente y el 12.5% contestó casi nunca.

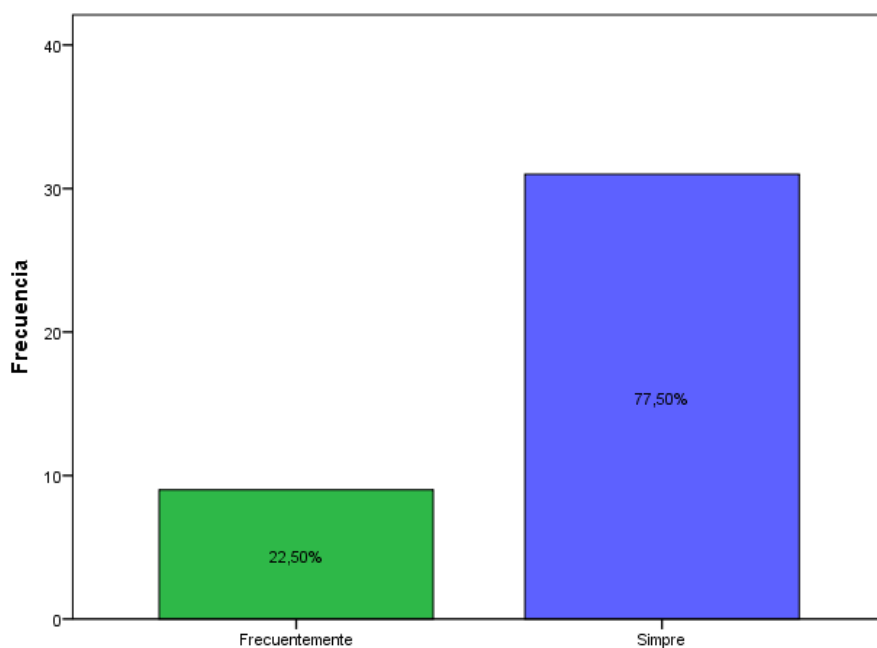
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 70% indica que no responde de forma clara y oportuna dudas del personal.

**Tabla 35** ¿Demuestra respeto a sus jefes compañeros de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Frecuentemente	9	22,5	22,5
	Siempre	31	77,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Dudas del personal

**Figura 33** ¿Demuestra respeto a sus jefes compañeros de trabajo?



*Nota:* Dudas del personal

Respecto a la pregunta ¿Demuestra respeto a sus jefes compañeros de trabajo? El 77.5% contestó siempre y el 22.5% contestó frecuentemente.

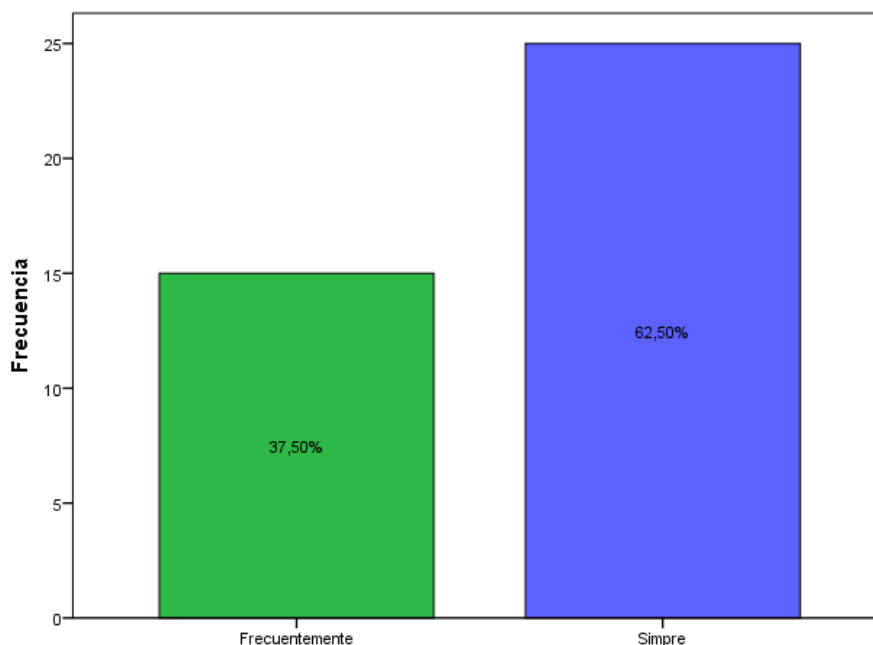
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 22% indica frecuentemente no respeta a sus jefes o compañeros de trabajo.

**Tabla 36** ¿Valora y respeta las ideas de todo el equipo de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Frecuentemente	15	37,5	37,5
	Siempre	25	62,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Valor y respeto

**Figura 34** ¿Valora y respeta las ideas de todo el equipo de trabajo?



*Nota:* Valor y respeto

Respecto a la pregunta ¿Valora y respeta las ideas de todo el equipo de trabajo? El 62.5% contestó siempre y el 37.5% contestó frecuentemente.

De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 37.5% indica frecuentemente no valora las ideas de todo el equipo de trabajo.

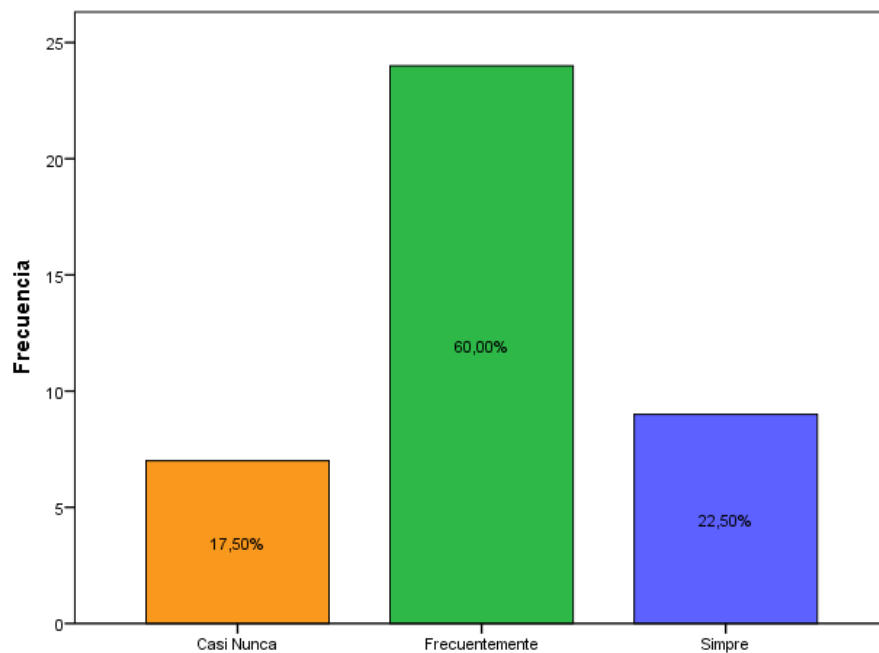


**Tabla 37** ¿El trabajo que realiza permite desarrollar al máximo sus capacidades?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	7	17,5	17,5
	Frecuentemente	24	60,0	77,5
	Siempre	9	22,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Desarrollo de capacidades

**Figura 35** ¿El trabajo que realiza permite desarrollar al máximo sus capacidades?



*Nota:* Desarrollo de capacidades

Respecto a la pregunta ¿El trabajo que realiza permite desarrollar al máximo sus capacidades? El 60% contestó frecuentemente y el 17.5% contestó casi nunca.

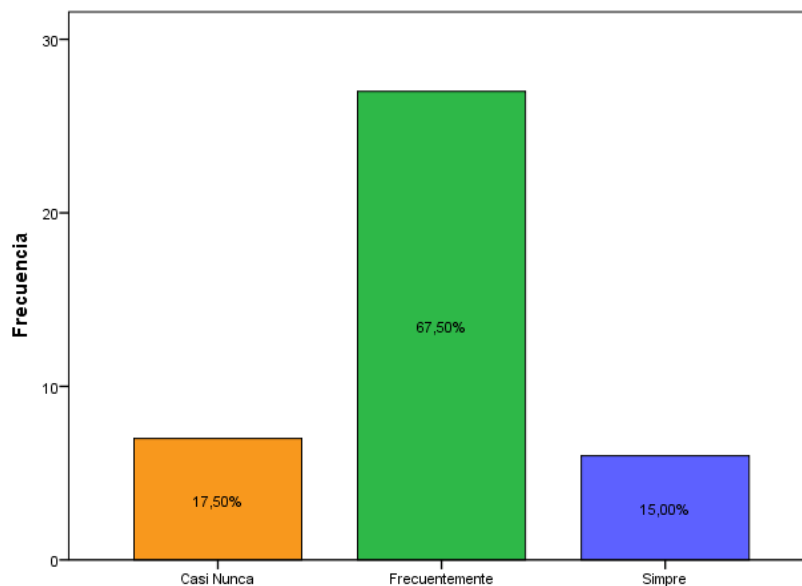
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 77.5% indica que el trabajo no permite desarrollar al máximo sus capacidades.

**Tabla 38** ¿Se muestra atento al cambio, implementando nuevas metodologías de trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	7	17,5	17,5
	Frecuentemente	27	67,5	85,0
	Siempre	6	15,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Cambio

**Figura 36** ¿Se muestra atento al cambio, implementando nuevas metodologías de trabajo?



*Nota:* Cambio

Respecto a la pregunta ¿Se muestra atento al cambio, implementando nuevas metodologías de trabajo? El 67.5% contestó frecuentemente y el 15% contestó siempre.

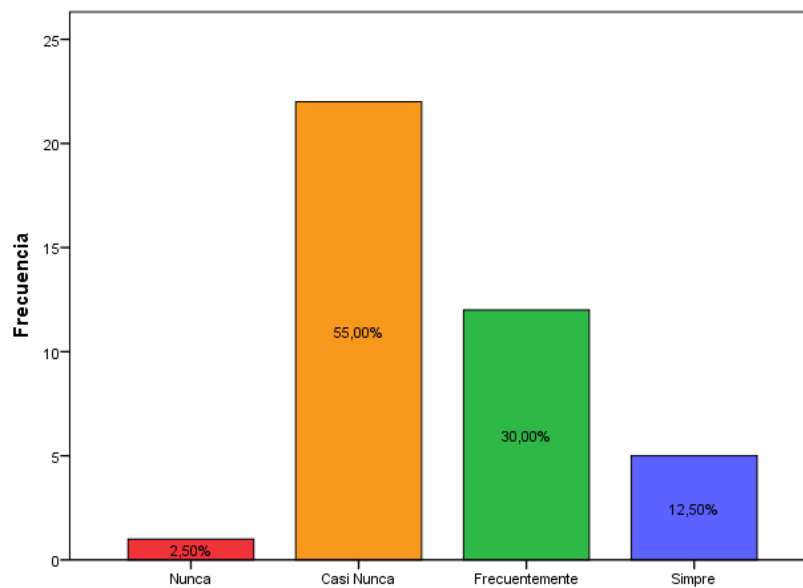
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 85% indica no siempre se muestra atento al cambio.

**Tabla 39** ¿Se recibe preparación necesaria para realizar el cambio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,5	2,5	2,5
Casi Nunca	22	55,0	55,0	57,5
Válidos Frecuentemente	12	30,0	30,0	87,5
Siempre	5	12,5	12,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Cambio

**Figura 37** ¿Se recibe preparación necesaria para realizar el cambio?



*Nota:* Cambio

Respecto a la pregunta ¿Se recibe preparación necesaria para realizar el cambio? El 55% contestó casi nunca y el 2.55% contestó nunca.

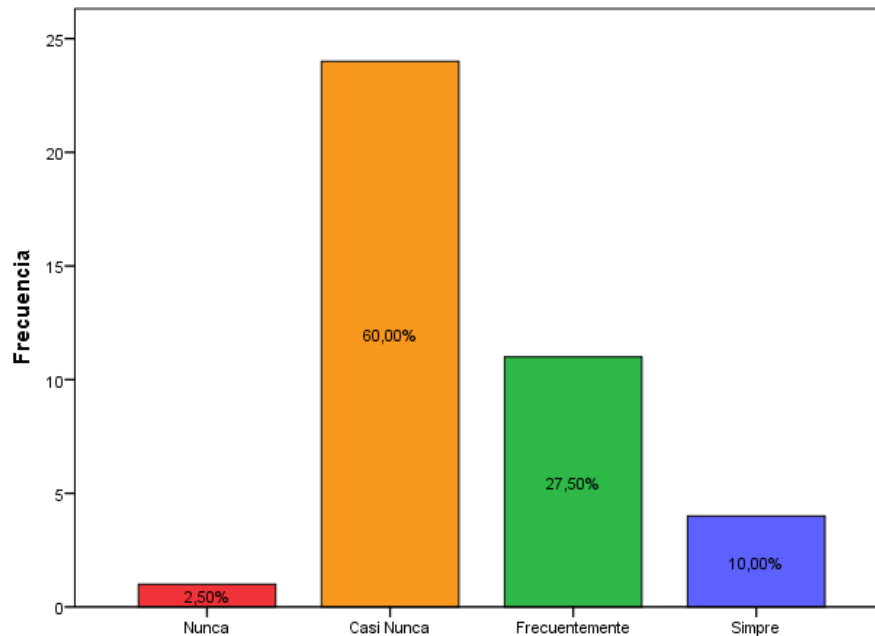
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 87.5% indica no se recibe preparación cuando se realizan cambios.

**Tabla 40** ¿Los jefes promueven las capacitaciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,5	2,5	2,5
Casi Nunca	24	60,0	60,0	62,5
Válidos Frecuentemente	11	27,5	27,5	90,0
Siempre	4	10,0	10,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Cambio

**Figura 38** ¿Los jefes promueven las capacitaciones?



*Nota:* Cambio

Respecto a la pregunta ¿Los jefes promueven las capacitaciones? El 60% contestó casi nunca y el 2.50% contestó nunca.

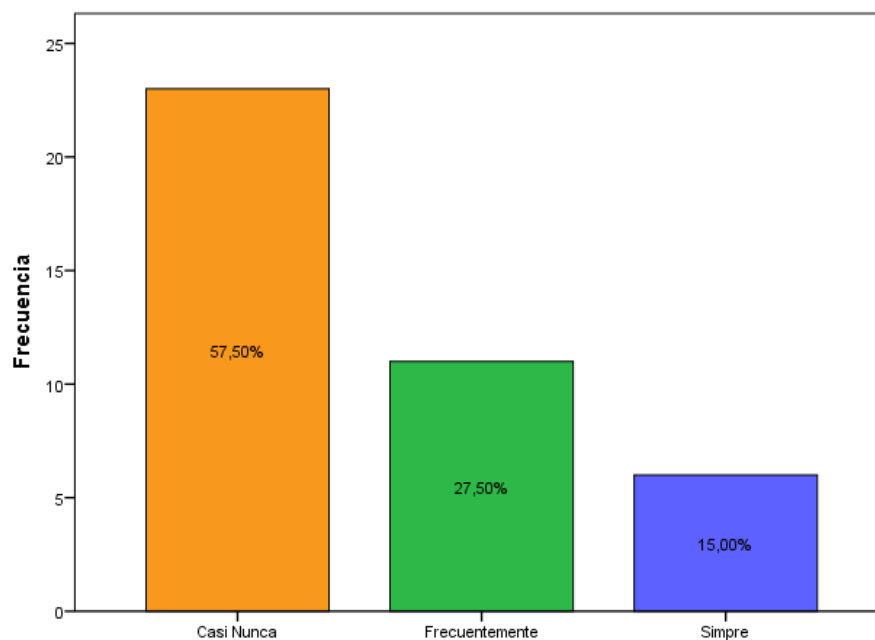
De los resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 62.5% indica no se promueven capacitaciones.

**Tabla 41** ¿Su trabajo permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	23	57,5	57,5
	Frecuentemente	11	27,5	85,0
	Siempre	6	15,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Lograr metas

**Figura 39** ¿Su trabajo permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas?



*Nota:* Lograr metas

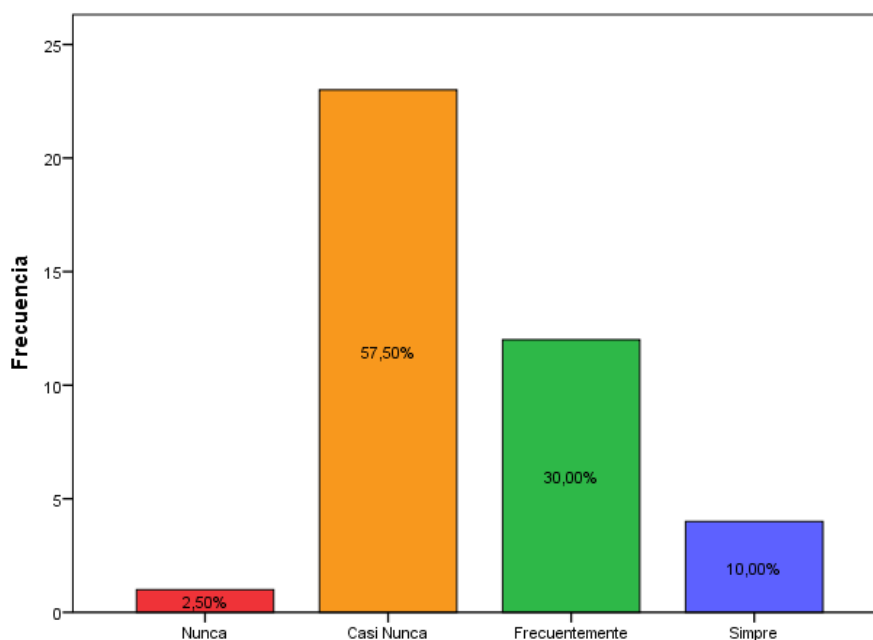
Respecto a la pregunta ¿Su trabajo permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas? El 57.5% contestó casi nunca y el 15% contestó siempre. De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 85% indica que casi nunca su trabajo permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas.

**Tabla 42** ¿La institución promueve el desarrollo personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,5	2,5	2,5
Casi Nunca	23	57,5	57,5	60,0
Válidos Frecuentemente	12	30,0	30,0	90,0
Siempre	4	10,0	10,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Desarrollo personal

**Figura 40** ¿La institución promueve el desarrollo personal?



*Nota:* Desarrollo personal

Respecto a la pregunta ¿La institución promueve el desarrollo personal? El 57.5% contestó casi nunca y el 2.5% contestó siempre.

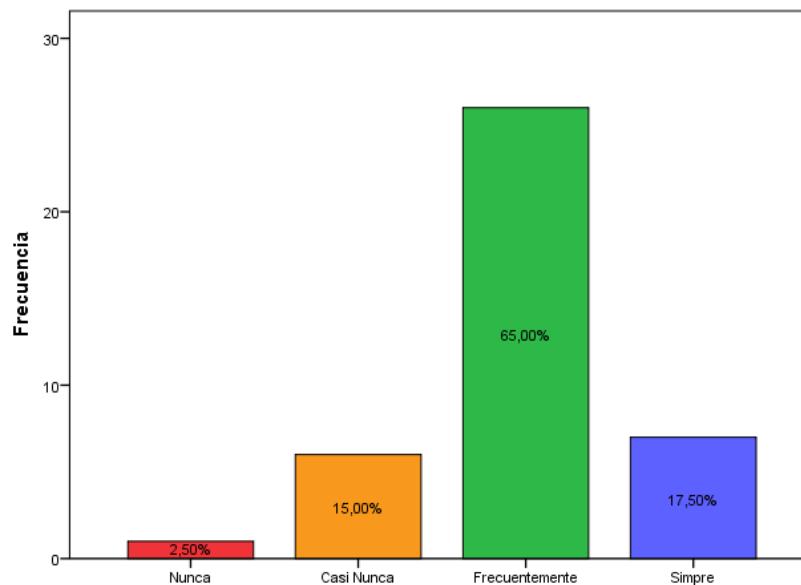
De los resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 60% indica que casi nunca si trabajo permite desarrollarse profesionalmente.

**Tabla 43** ¿Aplica la experiencia, capacidades y conocimientos adquiridos demostrados en resultados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,5	2,5	2,5
Casi Nunca	6	15,0	15,0	17,5
Válidos Frecuentemente	26	65,0	65,0	82,5
Siempre	7	17,5	17,5	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Aplica conocimientos

**Figura 41** ¿Aplica la experiencia, capacidades y conocimientos adquiridos demostrados en resultados?



*Nota:* Aplica conocimientos

Respecto a la pregunta ¿Aplica la experiencia, capacidades y conocimientos adquiridos demostrados en resultados? El 65% contestó frecuentemente y el 2.5% contestó nunca.

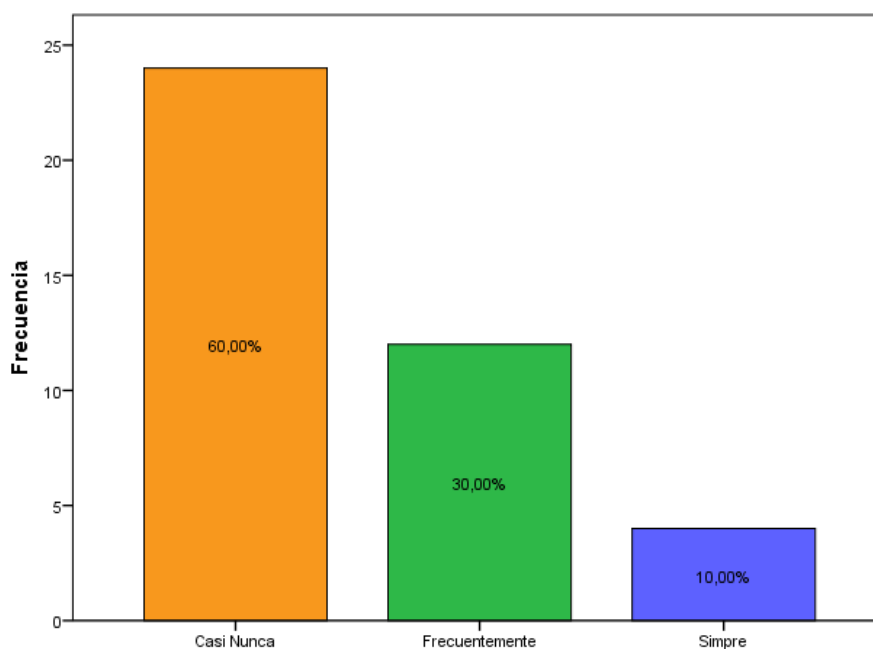
De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 82.5% indica que no siempre aplica la experiencia y conocimientos adquiridos.

**Tabla 44** ¿Se recibe preparación para realizar el trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Casi Nunca	24	60,0	60,0
	Frecuentemente	12	30,0	90,0
	Siempre	4	10,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* Aplica conocimientos

**Figura 42** ¿Se recibe preparación para realizar el trabajo?



*Nota:* Aplica conocimientos

Respecto a la pregunta ¿Se recibe preparación para realizar el trabajo? El 60% contestó casi nunca y el 10% contestó siempre.

De lo resultados obtenidos se infiere que el personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna S.A.C un 90% indica que no se recibe preparación para el puesto de trabajo.



## **5.4 Comprobación de Hipótesis**

Considerando la hipótesis general y las específicas planteadas en el trabajo de investigación con respecto a la influencia del endomárketing en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos de la Clínica La Luz Tacna 2021, en donde los ítems según sus indicadores fueron tabulados con la aplicación del análisis estadístico en las respuestas al cuestionario efectuado y se puede afirmar que ciertamente que el endomárketing influye en el desempeño laboral de los trabajadores del área administrativa de la Clínica La Luz Tacna S.A.C 2021.

### **5.4.1 Hipótesis General**

#### **Ho hipótesis nula:**

No existe un flujo significativo entre la influencia del endomárketing y el desempeño laboral en los trabajadores administrativos de la Clínica La Luz Tacna 2021.

#### **H1 hipótesis alterna:**

Existe influencia significativa entre la influencia del endomárketing y el desempeño laboral en los trabajadores administrativos de la Clínica La Luz Tacna 2021.

#### **Nivel de significancia**

A = 0,01

**Tabla 45** Correlación hipótesis general

		Correlaciones	
		Endomarketing	Desempeño Laboral
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	35
	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	,743**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	35

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

### Conclusión:

Finalmente se concluye que teniendo en cuenta que el P valor es menor que 0,01 (0,000); entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye con un nivel de confianza del 95% que existe un flujo demostrativo entre la influencia del endomárketing y el desempeño laboral en los trabajadores administrativos de la Clínica La Luz Tacna 2021.

### 5.4.2 Hipótesis Específicas

#### a) Hipótesis específica 1:

##### Ho hipótesis nula:

El endomárketing no influye significativamente en la responsabilidad de los trabajadores administrativos de la Clínica La Luz Tacna 2021.

##### H1 hipótesis alterna:

El endomárketing influye significativamente en la responsabilidad de los trabajadores administrativos de la Clínica La Luz Tacna 2021.

##### Nivel de significancia

A = 0,01

**Tabla 46** Correlación hipótesis específica 1

			<b>Correlaciones</b>	
			Endomarketing	Motivación
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1,000	,853**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Motivación	Coefficiente de correlación	,853**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Conclusión:**

Finalmente se concluye que teniendo en cuenta que el P valor es menor que 0,01 (0,000); entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye con un nivel de confianza del 95% que el endomárketing influye en la motivación del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.

**b) Hipótesis específica 2:**

**Ho hipótesis nula:**

El endomárketing no influye de manera significativa en la responsabilidad del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.

**H1 hipótesis alterna:**

El endomárketing influye de manera significativa en la responsabilidad del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.

**Nivel de significancia**

A = 0,01

**Tabla 47** Correlación hipótesis específica 2

		Correlaciones	
		Endomarketing	Responsabilidad
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,426*
		N	35
	Responsabilidad	Coefficiente de correlación	,426*
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	35

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Conclusión:**

Finalmente se concluye que teniendo en cuenta que el P valor es menor que 0,01 (0,000); entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye con un nivel de confianza del 0.95 que el endomárketing influye de manera significativa en la responsabilidad del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.

**c) Hipótesis específica 3:**

**Ho hipótesis nula:**

El endomárketing no influye de manera significativa en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021.

**H1 hipótesis alterna:**

El endomárketing influye de manera significativa en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021.

**Nivel de significancia:**

A = 0,01

**Tabla 48** Correlación hipótesis específica 3

Correlaciones			Endomarketing	Liderazgo y trabajo en equipo
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1,000	,724**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Liderazgo y trabajo en equipo	Coefficiente de correlación	,724**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Conclusión:**

Finalmente se concluye que teniendo en cuenta que el P valor es menor que 0,01; (0,000); entonces, se rechaza la hipótesis nula y se concluye con un nivel de confianza del 95% que el endomárketing influye de manera significativa en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021.

## 5.5 Discusión de resultados

De acuerdo con los resultados se observa que el endomárketing influye el desempeño laboral de la Clínica La Luz Tacna 2021; así mismo se ha podido demostrar los objetivos específicos en donde observamos que la preocupación de la empresa por sus clientes internos es tan importante como los clientes externos. El personal administrativo en un 67.5% no tener conocimiento de la misión ni de la visión de la Clínica; y sólo un 35% manifiesta estar al tanto de ellos; Así mismo el 95% de la parte administrativa considera que se realizan muchos cambios dentro de la empresa y solo un 5% esta en desacuerdo con ello. El 92.5% el personal administrativo considera que realiza distintas funciones a lo encargado y un 82.5% siente que la Clínica no invierte en el talento humano que tiene y uno de los resultados mas resaltantes es que un 97.5% considera se necesita considerar una nueva planificación de objetivos y un 57.5 considera que la distribución de funciones no está delegada correctamente.

Teniendo en cuenta los altos porcentajes de falta de endomárketing en el personal administrativo de la Clínica la Luz Tacna S.A.C. Vemos como influye en su desempeño laboral, pues el 85% de ellos considera que no se promueven las ideas creativas ni innovadoras y el 97.5% indica que no ofrecen retroalimentación de manera precisa ni oportuna; una de las respuestas más resaltantes de la investigación fue que el 95% indica que entre a veces, o incluso nunca sienten motivación para un buen desempeño en sus labores diarias, y un 90% coincide que solo a veces la evaluación que se realiza en el trabajo los ayudan a mejorar. Para un 92.5% no se promueven los niveles de desempeño y para el 87.5% no se recibe la preparación necesaria antes de realizar algún cambio coincidiendo con el 62.5% que considera que los jefes solo a veces o nunca promueven capacitaciones; un 57.5 considera que solo a veces su trabajo le permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas concordando con el 60% que indica que

solo a veces o incluso nunca la institución promueve el desarrollo personal y un 90% indica que solo a veces recibe preparación para su trabajo.

**Conde Garay (2021)** en su tesis para licenciatura en Ingeniería Comercial, en la Universidad Privada de Tacna, titulada: “*El endomárketing y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Electrosur S.A. Tacna, 2019*”, en la que se concluye: que el Endomárketing influye significativamente en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Electrosur S.A, Tacna 2019.

Pastor Guillen (2017), en su tesis para optar el Grado Título Profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima: “*clima organizacional y desempeño laboral en trabajadores administrativos de una empresa privada de combustibles E hidrocarburos, lima 2017*” en la que se concluye: sobre la base de los hallazgos encontrados, la existencia de una relación directa entre el clima organización y el desempeño laboral en los trabajadores administrativos de la empresa privada de combustibles e hidrocarburos Peruana de Combustibles S.A. (PECSA) en Lima durante el año 2017. Con este resultado se prueba la validez de la hipótesis principal de la investigación y se puede afirmar que, mientras mejor sea la percepción del clima organizacional, mayor será el desempeño de los trabajadores administrativos de la empresa.

## **CAPITULO VI:**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **6.1 Conclusiones**

##### **Primera**

El endomárketing influye en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021. Se observa que no se muestra interés en su consumidor interno ni se incluye al personal con los objetivos ni visión ni misión de la empresa pues en su mayoría desconocen cuales son.

##### **Segunda**

Analizando las respuestas del personal administrativo se observa que el endomárketing influye en el desempeño laboral, dado que el cliente interno de la clínica en su mayoría coincide que no hay motivación para el trabajo diario.

##### **Tercera**

Al contar con un índice alto del personal administrativo que indica que en la clínica se realizan muchos cambios dan como resultado que no se sienten preparados por la Clínica para las nuevas tareas definidas, disminuyendo su responsabilidad ante este.

##### **Cuarta**

El endomárketing influye en el trabajo en equipo de manera característica pues el personal administrativo de la clínica tiene alto perfil de trabajo en equipo haciendo que este sea más fácil para el ambiente laboral pero un alto índice también indica que no son muy abiertos a cambios y la mayoría indica que no reciben la capacitación necesaria.



## **6.2 Sugerencias**

### **Primera**

El área de márketing con la mano del área de recursos humanos debería implementar un plan de endomárketing para fidelizar a los trabajadores y así ganar la fidelización de ellos para un mejor resultado de los objetivos planteados por la Clínica.

### **Segunda**

El área de márketing y recursos humanos debería considerar realizar actividades para poder motivar al personal administrativo ya que en su mayoría no se siente preparado ni motivado para las labores encargadas.

### **Tercera**

El área de márketing y recursos humanos enfocarse en la retroalimentación del personal para que puedan realizar un buen trabajo diario, programar capacitaciones y tener menos rotación de labores entre el personal.

### **Cuarta**

El área de márketing y recursos humanos debería plantear actividades recreativas y premiar al grupo o área destacada, interesarse por los logros obtenidos del personal dándoles beneficios para el desarrollo particular.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Business&Marketing School. (2000). *Esic*. Obtenido de <https://www.esic.edu/pdf/empleabilidad/el-valor-del-compromiso.pdf>
- Aca, N. (18 de 04 de 2017). *merca20*. Obtenido de merca20: <https://www.merca20.com/la-importancia-del-endomarketing-para-la-fidelizacion-de-tus-colaboradores/>
- Ahmed, P. K. (2003). *Internal marketing issues and challenges*. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/03090560310498813>.
- Amezcu, W. (2002). *Proceso administrativo, planificacion, contrl, produccion, calidad e industria*. [https://www.academia.edu/28326962/proceso\\_administrativo](https://www.academia.edu/28326962/proceso_administrativo).
- Araque Jaimes, D. L., Sánchez Estepa, J. M., & Uribe, A. F. (2017). *Relación entre endomarketing y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos*. Colombia: Estudios Gerenciales, 33(142), 95–101.
- Arbelaez, D. A., Fuentes, G. R., & Llanos, J. R. (23 de 08 de 2017). *revistaespacios*. Obtenido de [revistaespacio: https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/a17v38n57p26.pdf](https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/a17v38n57p26.pdf)
- Arbelaez, D. A., Fuentes, R. H., Llanos, J. R., Martínez, J. L., & Bonnett, M. (02 de 09 de 2017). *revistaespacios*. Obtenido de [revistaespacios: https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/a17v38n57p26.pdf](https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/a17v38n57p26.pdf)
- Arias Galicia, F. (2001). *El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento*. Mexico DF: Contaduría y Administración. Enero-Marzo. Núm. 200.
- Belizario Ccorahua, J. R., & Sanchez Chavez, A. d. (2018). *El Endomarketing en la satisfacción de los asistentes de venta de tienda Ripley Arequipa 2017 - 2018*. Arequipa: unsa.
- Benavente Alanoca, K. E. (2017). *La Influencia de la Satisfacción Laboral en la Productividad de Ventas de los Trabajadores de Teleatento del Perú S.A.C., Sede Tacna Periodo 2015*. Tacna: UPT.
- Cardona-arbelaez, d. A., henriquez-fuentes, g. R., rada-llanos, j., ventura, j. L., & bonnett, m. ( 2017). *Endomárketing: Estrategia de innovación en las organizaciones el siglo XXI*. revistaespacios.

- Chiavenato, I. (1992). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. . México. D.F: Mc Graw Hill. México. D.F.
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Editorial Mc Graw Hill. .
- Chino Escalante, L. S. (2017). *El Endomarketing y su Influencia en el Compromiso Organizacional en el Personal del Banco de Credito del Peru – Agencia Bolognesi, Año 2016*. Tacna: UPT.
- Clemente., V. H. (7 de Abril de 2020). *Qué es la motivación, su importancia y sus principales teorías*. Obtenido de Qué es la motivación, su importancia y sus principales teorías: <https://www.gestiopolis.com/motivacion-concepto-y-teorias-principales/>
- Conde Garay, S. M. (2021). *El endomarketing y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa ElectroSur S.A. Tacna, 2019*. Tacna: UPT.
- Content, R. (4 de Noviembre de 2017). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/endomarketing/>
- Faria, F. (1995). *Desarrollo Organizacional*. México: Noriega Editores.
- Fernandez, F. (2017). *Apoyo administrativo a la gestion de recurso humanos*.
- Flores Valencia, G. R. (2020). *Endomarketing y satisfacción laboral en el área de admisión y el departamento de operaciones de la Clínica Good Hope, Lima – 2019*. Lima : upeu.
- Garay, B. S. (2021). *repositorio upt*. Obtenido de repositorio upt: <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1791/Conde-Garay-Sinai.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Gil, L. C., & Ospina, D. N. (2019). *Endomarketing: una herramienta de integración del cliente interno con la estrategia organizacional*. Bogotá: Hojas y Hablas.
- Gómez, A. (1 de marzo de 2021). *fmb*. Obtenido de fmb: <http://blog.fmb.mx/inbound-marketing-inmobiliario>
- hacerfamilia. (07 de 08 de 2020). *hacerfamilia*. Obtenido de hacerfamilia: <https://www.hacerfamilia.com/educacion/compromiso-comprometerse-valores-educar-valores-20161202133007.html>
- Kotler, P. (2000). *Administracao de Marketing*. Sao Paulo: Prentice Hall.

- López, M. d., & Aguirre, M. d. (2016). *Estrategias de marketing interno para incrementar la motivación del cliente interno*. México: División Económico Administrativa .
- M, A. (15 de 07 de 2019). *¿En qué consiste el endomarketing y que aporta a tu empresa?* Obtenido de infoempleo: <https://empresas.infoempleo.com/hrtrends/endomarketing>
- Mendoza, M. y. (2006). *El liderazgo Transformacional, Dimensiones e Impacto en la cultura organizacional y eficacia de las empresas*. Universidad Militar Nueva Granada Facultad Ciencias económicas.121, 118-134.
- Morales, F. C. (2020). *Productividad laboral*. Economipedia.com.
- Quispe, M. E. (2019). *El endomarketing y su influencia en el compromiso organizacional de los trabajadores de la sociedad de beneficencia pública de puno, periodo 2017*. Puno: repositorio unap.
- Quispe, M. F. (2019). <http://repositorio.unap.edu.pe/>. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/>: [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12100/Flores\\_Quispe\\_Marleny\\_Elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12100/Flores_Quispe_Marleny_Elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- RAE. (s.f.). *rae*. Obtenido de rae: <https://dle.rae.es/responsabilidad>
- Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2011). *Endomárketing : estrategias de relación con el cliente interno*. lima: repositorio esan.
- Robbins. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Obtenido de Comportamiento Organizacional: [https://es.wikipedia.org/wiki/Compromiso\\_organizacional](https://es.wikipedia.org/wiki/Compromiso_organizacional)
- Robbins. (2009). *Comportamiento Organizacional*.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional. 7ma. Edición*. México: Prentice Hall.
- Robbins, S., & De Cenzo, D. (2009). *Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones*, Pearson Educación. Recuperado el 17 de Diciembre de 2019, de <http://gestionyasesoriahotelera.blogspot.com/2016/10/que-es-proceso-administrativo.html>
- Rockcontent. (4 de noviembre de 2017). Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/endomarketing/>
- Rosario, Z. D., & Eduardo, F. (2014). *Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en el personal de salud del Hospital de San Juan de Lurigancho*. Lima: unmsm.

- Ruiz, E. J., & Mérida, Y. M. (2010). *Satisfacción laboral: Descripción teórica de sus determinantes*. psicologiacientifica.
- Sociales, R. d. (2010). *Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia*. venezuela: Universidad del Zulia.
- Varey, R. J. (1995). *Internal marketing: a review and some interdisciplinary research challenges*. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/09564239510078849>
- Wright, T. y. (2007). *Job Satisfaction and Psychological Well-Being as Nonadditive Predictors of Workplace Turnover*. *Journal of Management*, 33, pp. 141-160.

## ANEXOS

### APENDICE A - MATRIZ DE CONSISTENCIA

#### INFLUENCIA DEL ENDOMÁRketing EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CLÍNICA LA LUZ TACNA S.A 2021.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>General:</b> ¿Cuál es la influencia de endomárketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021?</p>	<p><b>General:</b> Determinar la influencia del endomárketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.</p>	<p><b>General:</b> El endomárketing influye significativamente en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021.</p>	<p><b>Independiente:</b> Endomárketing</p>	<p>1. Compromiso</p> <p>2. Productividad</p> <p>3. Estrategias de endomárketing</p>	<p>a. Monitorizar consecución de los logros.</p> <p>b. Grato ambiente laboral.</p> <p>c. Estabilidad laboral</p> <p>a. Funciones encargadas</p> <p>b. Trabajo en equipo</p> <p>c. Cumplimiento de normativas.</p> <p>a. Capacitaciones</p> <p>b. Evaluación del trabajo.</p> <p>c. Comunicación entre áreas</p>	<p><b>Tipo de investigación</b> - Cuantitativa</p> <p><b>Diseño de Investigación</b> - No experimental</p> <p><b>Nivel de Investigación</b> Explicativa</p> <p><b>Población y Muestra</b> - Población y muestra de 35 trabajadores administrativos de la Clínica La Luz Tacna.</p>
<p><b>Específicos:</b> a. ¿Cómo el endomárketing influye en la motivación del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021? b. ¿Cómo el endomárketing influye en la responsabilidad del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021? c. ¿Cómo el endomárketing influye en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021?</p>	<p><b>Específicos:</b> a. Analizar si el Endomárketing influye en la motivación del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021 b. Determinar si el endomárketing influye en la responsabilidad del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021. c. Evaluar si el endomárketing influye en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021.</p>	<p><b>Específicos:</b> a. El Endomárketing influye en la motivación del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021. b. Existe una influencia significativamente entre el endomárketing y la responsabilidad del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021. c. El endomárketing influye en el liderazgo y trabajo en equipo del personal administrativo de La Clínica La Luz Tacna 2021.</p>	<p><b>Dependiente:</b> Desempeño laboral</p>	<p>1. Motivación</p> <p>2. Responsabilidad</p> <p>3. Liderazgo y Trabajo en Equipo</p>	<p>a. Autoevaluación</p> <p>b. Logro de resultados.</p> <p>a. Proactividad</p> <p>b. Comunicación</p> <p>a. Puntualidad</p> <p>b. Colaborativo</p> <p>c. Eficiente</p> <p>d. Orden</p>	

**ANEXO N°3 - CUESTIONARIO VARIABLE INDEPENDIENTE  
ENDOMÁRketing**

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información veraz sobre el endomá케팅 de la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C Es por ello, que usted deberá responder con un aspa (x) en la alternativa que considere pertinente:

N	1	2	3	4	5
LEYENDA	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN COMPROMISO						
1	¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. cumple con los incentivos y premiaciones que se les ofrece de acuerdo a la meta establecida?					
2	¿Considera usted que los trabajadores tienen conocimientos de la misión y visión de la empresa?					
3	¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. genera muchos cambios?					
4	¿Considera usted que hay un ambiente agradable que le permite realizar sus actividades laborales?					
DIMENSIÓN PRODUCTIVIDAD						
5	¿Considera usted que el personal encargado establece distintas funciones?					
6	¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C. ¿Invierte en el talento humano?					
7	¿Considera usted que las charlas de seguridad y salud en el trabajo son aplicadas en la empresa Clínica La Luz Tacna S.A.C.?					
8	¿Considera usted que la producción y desarrollo de actividades está mejorando con el tiempo?					
9	¿Considera usted que se trabaja en equipo al momento de lograr los objetivos?					
10	¿Considera usted que la empresa Clínica La Luz S.A.C. cuenta con suficientes recursos para realizar sus actividades?					
11	¿Considera usted que la empresa cumple con las normativas de seguridad en el trabajo y/o uniforme?					
DIMENSIÓN ESTRATEGICA DE ENDOMARKETING						
12	¿Considera que las capacitaciones que recibe han brindado un buen resultado en su entorno laboral?					
13	¿Considera que se necesita una nueva planificación de los objetivos de la empresa Clínica La Luz S.A.C.?					
14	¿Considera que la distribución de funciones es delegada correctamente?					

*Gracias por su colaboración.*

*Interpretación de rangos de confiabilidad*

**Baremo para interpretar el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach**

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja



## ANEXO N°4 - CUESTIONARIO VARIABLE DEPENDIENTE DESEMPEÑO LABORAL

Estimado colaborador: Seleccione con una única respuesta para los reactivos que se le presenta, siempre, frecuentemente, algunas veces, nunca y coloque un aspa (X) en el cuadro que corresponda. Debe ser objetivo en su respuesta.

3) Siempre 2) Frecuentemente 1) A Veces 0) Nunca

N	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	0	1	2	3
<b>DIMENSIÓN MOTIVACIÓN</b>					
1	Se promueve la generación de ideas creativas e innovadoras.				
2	Se siente feliz por los resultados que logra en su trabajo.				
3	Ofrecen retroalimentación de manera precisa y oportuna.				
4	Existe motivación para un buen desempeño en las labores diarias.				
5	La evaluación que se hace al trabajo ayuda a mejorar las tareas.				
6	Cumplir con las tareas diarias en el trabajo permite el desarrollo personal.				
7	Se promueve los altos niveles de desempeño.				
8	Realiza el trabajo en tiempo establecido y sin errores.				
<b>DIMENSIÓN RESPONSABILIDAD</b>					
9	Puede trabajar de forma independiente.				
10	Produce y realiza su trabajo en forma metódica y ordenada.				
11	Cumple con el horario y registra puntualidad.				
12	Asume con responsabilidad las consecuencias negativas de sus acciones.				
13	La responsabilidad del puesto está claramente definida.				
14	Informa y consulta oportunamente al jefe sobre cambios que los afecten directamente.				
15	Cumple con los objetivos demostrando iniciativa en la realización de actividades en tiempo indicado.				
16	Se anticipa a las necesidades y problemas futuros.				
17	Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas.				
18	Responde de forma clara y oportuna dudas del personal de la institución.				
<b>DIMENSIÓN LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO</b>					
19	Demuestra respeto a sus jefes compañeros de trabajo.				
20	Valora y respeta las ideas de todo el equipo de trabajo.				
21	El trabajo que realiza permite desarrollar al máximo sus capacidades.				
22	Se muestra atento al cambio, implementando nuevas metodologías de trabajo.				
23	Se recibe preparación necesaria para realizar el cambio.				
24	Los jefes promueven las capacitaciones.				
25	Su trabajo permite desarrollarse profesionalmente y lograr sus metas.				
26	La institución promueve el desarrollo personal.				
27	Aplica la experiencia, capacidades y conocimientos adquiridos demostrados en resultados.				
28	Se recibe preparación para realizar el trabajo.				

*Gracias por su colaboración.*

### **Interpretación:**

- Siempre: 4 puntos
- Frecuentemente: 3 puntos
- A veces: 2 punto
- Nunca: 1 puntos

<b>Desempeño laboral</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Bajo</b>	1 a 28
<b>Promedio</b>	29 a 56
<b>Alto</b>	57 a 84