



**Título :** ENDOMARKETING EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTO DOMINGO DE GUZMÁN OFICINA PRINCIPAL, CUSCO – 2015.

**Autor :** - Oresly García Rondón

**Fecha :** 05-09-2016

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán, evidenciando como problema principal que el endomarketing es malo en dicha cooperativa.

La investigación tuvo como objetivo principal describir el endomarketing en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán Oficina Principal Cusco-2015. El tipo de la investigación fue básico, de nivel descriptivo y diseño no experimental; la población de estudio estuvo constituida por 50 clientes internos, La técnica de recolección de datos que se implemento fue la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario.

Se consideró tres dimensiones de estudio las cuales tienen como resultado que la Integración se encuentra en un nivel regular con una puntuación de 2.67 ebido a que los trabajos en equipo se dan de manera inadecuada lo cual disminuye la participación activa en la organización, la Comunicación está en un nivel regular con una puntuación de 2.81, ya que este proceso no se ejecuta de manera adecuada generando mal entendidos entre los colaboradores y finalmente la Motivación que también está en un nivel regular con una puntuación de 2.78 debido a que no todo el personal se siente a gusto laborando en la cooperativa, porque los factores emocionales no se aplican correctamente. Todos estos puntos conllevan a que el Endomarketing sea regular con un puntaje de 2.75, resultado que refleja la falta de lealtad, compromiso y rendimiento que tienen los trabajadores en sus áreas de trabajo.

**PALABRAS CLAVE:** Endomarketing- Marketing Interno



## ABSTRACT

This research work was developed into the cooperative savings and credit Santo Domingo de Guzmán, demonstrating as a major problem that the endomarketing is bad in this cooperative .

Research had as main objective describe the endomarketing in cooperative saving and credit Santo Domingo of Guzmán Office main Cusco-2015. The type of research was basic, descriptive and non-experimental design; the study population consisted of 50 internal clients, the technique of data collection that I implemented was the survey with their respective questionnaire instrument.

Three dimensions study consider which have as a result m that integration is in a normal level with a score of 2.67 due tail team work are given inappropriately which is Decreases Active participation in the Organization , the this Communication at a normal level with a score of 2.81 , as a process is not executed properly Generating misunderstandings between employees and finally the motivation is Present in a normal level with a score of 2.78 because a queue without all staff feel a pleasure working in the cooperative, why emotional factors are not applied correctly . All these points involve a sea tail Endomarketing regular score of 2.75, m result reflecting the lack of loyalty, commitment and performance that workers have in their work areas.

**KEY WORDS:** Endomarketing - internal Marketing