



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORME DE TESIS DENOMINADA

METODOLOGÍA BASADA EN LA TEORÍA DE MARKETING
INTERNO EN BUSCA DE UN MAYOR RENDIMIENTO
ORGANIZACIONAL DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE
SIPÁN.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

ARÉVALO FALEN VICTOR GUSTAVO
GUEVARA ANAYA SONIA ELIZABETH

PIMENTEL-PERÚ

2009

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal proponer una metodología para mejorar el rendimiento organizacional de la universidad Señor de Sipán. Para ello se ha recurrido a Caruana y Calleya (1998), entre otros para examinar los procesos internos asociados con la satisfacción del cliente que se enfoca en particular en la relación entre la naturaleza y desarrollo de marketing interno. El modelo utilizado en la investigación es el modelo de Berry y empieza por el fundamento del marketing interno que reconoce al empleado como un cliente y se desarrolla hasta una ventaja competitiva, por tal motivo si se elabora una metodología basada en la teoría de marketing interno de Berry entonces se lograra elevar el rendimiento organizacional de la universidad señor de Sipán. En la investigación se ha utilizado el método inductivo, sacando conclusiones generales de algo particular de acuerdo a 4 etapas básicas. Para la recolección de datos se utilizó el análisis documentado, encuesta y entrevista. Para el análisis de la información se utilizará la estadística descriptiva. del análisis de la información obtenida, hemos encontrado que existe una baja motivación, desinterés y poca identificación por parte de los trabajadores, asimismo se demuestra que la alta dirección no ha identificado los factores que están causando desmotivación y falta de interés y en algunos casos no se han planteado políticas y estrategias para superar esta situación, de allí que se hace necesario rediseñar los planes usando para ello el modelo de Marketing Interno de Berry comprobando así las causas que están generando la problemática en la universidad. Por último se concluye que los trabajadores, se encuentran medianamente satisfechos, por esto el rendimiento organizacional es bajo.

ABSTRACT

This research has as main objective to propose a methodology for improving the Organizational Performance from the University Lord of Sipán. The research, done by Caruana and Calleya(1998), examines internal processes associated with the delivery of customer satisfaction that focuses on the interrelationship between nature and development of internal marketing. The model used in research is the model of Berry and it begins with the foundations of internal marketing that recognizes the employee as a customer and develop to a competitive advantage, therefore if we developed a methodology based on the Theory of Internal Marketing of Berry then we raise the Organizational Performance of University Lord of Sipan. The investigation used the inductive method, drawing general conclusions from a particular, under 4 basic steps. For data collection were used documentary analysis, surveys, interviews. For the analysis of information will be used descriptive statistics. Analysis of information obtained, we found that there is a low motivation, disinterest and lack identification, it also shows that senior management has not identified the factors that cause demotivation and lack of interest and in some cases has not been raised policies and strategies to overcome this situation; hence it is necessary to redesign the plans using for them as proposed by Berry in his model of Internal Marketing and checking causes that are creating problems in college. Finally we conclude that workers are moderately satisfied, therefore the organizational performance is low.