

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,
ECONÓMICAS Y TURISMO**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



TESIS

**MARKETING INTERNO PARA FORTALECER EL COMPROMISO
ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA COOPERATIVA DE
AHORRO Y CRÉDITO SANTO DOMINGO DE GUZMÁN DE LA PROVINCIA DEL
CUSCO PERIODO 2017 - 2018**

Presentado Por:

Br. Ayrampo Navarro, Rut Celina

Br. Pimentel Bustamante, Ingris Yandira

Para optar al Título Profesional de
Licenciadas en Administración

ASESOR:

Dr. Roger Venero Gibaja

CUSCO – PERU

2019

RESUMEN

El sistema financiero peruano es uno de los sectores de los más competitivos del mercado, lo que genera la aplicación de nuevas estrategias para lograr posicionarse en ésta; sin embargo, muchas de estas instituciones que pertenecen a este sector del mercado aun no lo logran esto debido a que dejan de lado un factor muy importante que es el capital humano.

El presente trabajo de investigación tiene como problema general: que acciones de marketing interno fortalecerán el Compromiso Organizacional de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán de la provincia del Cusco, por objetivo general: proponer acciones de marketing interno para fortalecer el Compromiso Organizacional de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán de Cusco de la Provincia del Cusco, como hipótesis general: Las acciones de marketing interno que fortalecerán el compromiso organizacional de los colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán de la provincia del Cusco son las estrategias de capacitación, comunicación interna y la motivación.

La metodología utilizada en esta investigación es descriptiva, como instrumento de investigación, se aplicó una encuesta a los colaboradores que pertenecen a Área de Negocios y Operaciones de las distintas agencias de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán de la Provincia del Cusco que consta de 95 personas, utilizando un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, para identificar el estado actual del marketing interno y el compromiso organizacional en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán.

Para culminar el estudio se realizaron las conclusiones y recomendaciones respectivas para el beneficio de la institución y generar nuevos conocimientos sobre el tema.