

IMPACTO DEL MARKETING INTERNO EN EL DESARROLLO DE INNOVACIÓN

La co-creación en el sector turístico de La Serena - Chile

Mauricio Castillo-Vergara
Alejandro Alvarez-Marin
Ken MatsudaOteiza
Natalia Alvarado
Maria José Codoceo
Universidad de La Serena
La Serena, Chile

La investigación consiste en indagar la relación existente entre la Co-creación y el Marketing Interno en la Asociación Gremial Gastronómica de Peñuelas. Se busca comprobar una serie de hipótesis que conducen a determinar la existencia de Marketing Interno y si éste repercute en el desarrollo de Innovación a través de una actividad colaboradora definida como Co-creación entre empleados de primera línea que corresponden a la cara visible de la organización, y clientes. Para determinar lo anterior, se realiza un análisis de varianza de un factor, un análisis factorial exploratorio y un análisis de coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados permiten concluir que la asociación en estudio, tiene entre sus recursos el marketing interno y consigue una valoración de la implicación de sus empleados de primera línea y una valoración de la participación activa de sus clientes, sin embargo, los empleados y clientes no trabajan en conjunto para desarrollar Innovación a través de la Co-creación.

PALABRAS CLAVE: *innovación, co-creación, turismo, restaurant, marketing interno.*