



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Endomarketing y percepción del desempeño laboral de los  
colaboradores de un colegio público en la ciudad de  
Coishco, 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTORES:**

Ciriaco Romero, Johan Edward ([orcid.org/0000-0003-1479-2582](https://orcid.org/0000-0003-1479-2582))

Morales Chavez, Juleisi Karina ([orcid.org/0000-0002-9688-8889](https://orcid.org/0000-0002-9688-8889))

**ASESOR:**

Dr. Espinoza de la Cruz, Manuel Antonio ([orcid.org/0000-0001-6290-4484](https://orcid.org/0000-0001-6290-4484))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

A Dios por habernos puesto en el camino correcto, a nuestros padres que nos apoyaron en todos los aspectos, a nuestra familia en general por confiar en nosotros y a aquellas personas cercanas que nos brindaron motivación para seguir adelante.

Los autores.

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por habernos permitido llegar hasta donde estamos ahora, a nuestros padres por habernos brindado su apoyo y al docente Espinoza de la Cruz, Manuel Antonio por su paciencia y dedicación.

Los autores.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ESPINOZA DE LA CRUZ MANUEL ANTONIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023", cuyos autores son MORALES CHAVEZ JULEISI KARINA, CIRIACO ROMERO JOHAN EDWARD, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 21 de Junio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ESPINOZA DE LA CRUZ MANUEL ANTONIO <b>DNI:</b> 18195946 <b>ORCID:</b> 0000-0001-6290-4484	Firmado digitalmente por: MANTONIOED el 21-06- 2023 21:00:33

Código documento Trilce: TRI - 0547129





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, MORALES CHAVEZ JULEISI KARINA, CIRIACO ROMERO JOHAN EDWARD estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
JOHAN EDWARD CIRIACO ROMERO <b>DNI:</b> 70195318 <b>ORCID:</b> 0000-0003-1479-2582	Firmado electrónicamente por: JCIRIACOR el 21-06- 2023 08:31:58
JULEISI KARINA MORALES CHAVEZ <b>DNI:</b> 72305206 <b>ORCID:</b> 0000-0002-9688-8889	Firmado electrónicamente por: JMORALESCHA el 21- 06-2023 08:31:28

Código documento Trilce: TRI - 0547126



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2. Variables y operacionalización .....	18
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis .....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.5. Procedimientos.....	21
3.6. Método de análisis de datos .....	21
3.7. Aspectos éticos .....	21
IV. RESULTADOS .....	22
V. DISCUSIÓN .....	29
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS .....	35
ANEXOS.....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Pruebas de normalidad entre endomarketing y percepción del desempeño laboral.</i> .....	22
<b>Tabla 2</b> <i>Correlación entre endomarketing y percepción del desempeño laboral.</i> .	22
<b>Tabla 3</b> <i>Distribución de los colaboradores según el nivel de endomarketing.</i> .....	23
<b>Tabla 4</b> <i>Distribución de los colaboradores según el nivel de percepción desempeño laboral.</i> .....	24
<b>Tabla 5</b> <i>Pruebas de normalidad entre la dimensión desarrollo personal y percepción del desempeño laboral.</i> .....	25
<b>Tabla 6</b> <i>Correlación entre la dimensión desarrollo personal y percepción del desempeño laboral.</i> .....	25
<b>Tabla 7</b> <i>Pruebas de normalidad entre la dimensión contratación y retención y la percepción del desempeño laboral.</i> .....	26
<b>Tabla 8</b> <i>Correlación entre la dimensión contratación y retención y percepción del desempeño laboral.</i> .....	26
<b>Tabla 9</b> <i>Pruebas de normalidad entre la dimensión adecuación al trabajo y percepción del desempeño laboral.</i> .....	27
<b>Tabla 10</b> <i>Correlación entre la dimensión adecuación al trabajo y percepción del desempeño laboral.</i> .....	27
<b>Tabla 11</b> <i>Pruebas de normalidad entre la dimensión comunicación interna y percepción del desempeño laboral.</i> .....	28
<b>Tabla 12</b> <i>Correlación entre la dimensión comunicación interna y percepción del desempeño laboral.</i> .....	28

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Esquema de diseño correlacional</i> .....	17
<b>Figura 2</b> <i>Porcentaje de niveles para la variable endomarketing</i> .....	23
<b>Figura 3</b> <i>Porcentaje de niveles para la variable percepción del desempeño laboral</i> .....	24



## RESUMEN

En la presente investigación se estableció como objetivo general determinar la relación entre el endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023. La metodología que se empleó en la investigación fue de tipo aplicada, con un diseño de investigación no experimental transaccional correlacional. El tamaño de la población fue de 53 colaboradores del colegio y para la recolección de datos se les aplicó la técnica de la encuesta. Una vez que se obtuvo la base de datos, se procedió a analizarlo en el programa estadístico SPSS para así poder obtener y analizar los resultados. Obteniendo como resultado que para el objetivo general se obtuvo un Rho de Spearman del 0,799 y una significancia de 0,000, demostrando que existe relación significativa entre la variable endomarketing y la variable percepción del desempeño laboral por lo que se aceptó la hipótesis de investigación, llegándose a la conclusión de que las estrategias contribuyen en el desempeño de los colaboradores de la institución educativa.

**Palabras clave:** Endomarketing, desempeño laboral, cliente interno, marketing interno.

## **ABSTRACT**

In this research, the general objective was established to determine the relationship between endomarketing and perception of the work performance of the employees of a public school in the city of Coishco, 2023. The methodology used in the research was of an applied type, with a correlational transactional non-experimental research design. The size of the population was 53 school employees and the survey technique was applied to collect data. Once the database was obtained, it was analyzed in the SPSS statistical program in order to obtain and analyze the results. Obtaining as a result that for the general objective a Spearman's Rho of 0.799 and a significance of 0.000 was obtained, demonstrating that there is a significant relationship between the endomarketing variable and the variable perception of job performance, so the research hypothesis was accepted, reaching the conclusion that the strategies contribute to the performance of the employees of the educational institution.

**Keywords:** Endomarketing, work performance, internal client, internal marketing

## I. INTRODUCCIÓN

Muchas organizaciones tienen como foco principal el poder satisfacer las necesidades de sus clientes, pero no saben cómo aplicarlo, debido a que no se centraron en tener una buena relación con sus colaboradores, conllevando a que no se desempeñen de manera correcta. Ante las exigencias o situaciones ya percibidas, la calidad de servicio al cliente depende exclusivamente del colaborador o como la mejor manera de decirlo, el cliente interno. Estar ante las exigencias del mercado, con una adecuada motivación, incentivos, reconocimientos, crecimiento y desarrollo personal, comunicación interna, clima laboral, cultura organizacional y capacitaciones hacia el personal, es sinónimo de cuidado y retención, todo esto se debe a una buena aplicación del endomarketing o como bien se le suele llamar también Marketing interno.

A nivel internacional para el caso de endomarketing, según la redacción de Publicaciones Semana (2020) el 53% de las organizaciones latinoamericanas prefirieron disminuir sus presupuestos y costos, que bajar los salarios de los empleados, solo el 7% vio un recorte salarial como una opción y con esto en mente, los empleadores consideran retener a sus empleados a un largo plazo de tal manera que se mejore las relaciones laborales. Es por ello que, siendo una herramienta clave, el marketing interno, ayuda a conquistar a los colaboradores. A nivel nacional, según la redacción de Rojas (2019) en el periódico Gestión, mencionó que la idea del marketing interno es involucrar y monitorear a los colaboradores, además de que un número creciente de empresas vio la oportunidad de involucrar a los colaboradores y fomentar su compromiso y lealtad, viéndolos como clientes y que mediante el diálogo exista conexiones más cercanas. A nivel local, según la redacción de Linares (2022) en el contexto educativo, el marketing interno tuvo impacto en las instituciones educativas, debido a que es una herramienta valiosa que estimula el potencial de los colaboradores, mediante el reconocimiento, motivación y valoración, además de contar con un mayor número de compromiso e identidad, reflejado en el servicio.

Así mismo, para el caso del desempeño laboral a nivel internacional, según la redacción de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2022) un 25% de los

empleados no se sintieron valorados en sus trabajos. Si la inclusión solo lo experimentaron los altos cargos, entonces el riesgo de perder beneficios considerables existirá. Los empleados deben sentirse valorados, respetados, tratados con justicia y capacitados. A nivel nacional, según la redacción de La República (2020) los peruanos solo fueron felices un 24% en su centro de labor, lo cual eso generó un bajo rendimiento laboral. Cuando se evidencia que un trabajador es feliz, su productividad aumenta en un 40% y es más creativo e innovador en un 80%, en tal sentido, algunas empresas priorizaron la experiencia del empleado y ya no sólo del cliente externo. A nivel local, según la redacción de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote (2020) el ex alcalde supervisó e implementó nuevos espacios y ordenamiento del Taller Municipal con la finalidad de que beneficie al colaborador, garantizando un buen desempeño laboral, además de que fue un detonante del estrés laboral que usualmente se daba por los compañeros de trabajo o de los superiores, lo que ocasionó temor, desprecio o desilusión en los colaboradores, afectando su desempeño en el trabajo.

En el Colegio, se evidenció que existe problemas de desempeño laboral, debido a que existe un trabajo monótono y además las percepciones que tienen los colaboradores acerca de la misma no son favorables, lo que llevó consigo al aumento del cansancio, estrés y poca cooperación de los colaboradores. Así mismo, el plan de marketing interno, establecido por el Comité de Relaciones Humanas, Asuntos Sociales y Culturales del colegio, le faltaron puntos por tratar, tales como el reconocimiento e integración hacia todos los colaboradores, debido a que también forman parte del colegio, de modo que, la percepción del desempeño laboral fuera poco óptima. Ante el contexto identificado, se dio a investigar ¿Cuál es la relación del Endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023?

Es así que, en la investigación, se enfocó en determinar y analizar la importancia que genera el marketing interno y la percepción del desempeño laboral, ya sea mediante las concepciones teóricas y su profundización, lo cual se explicaron las razones de la misma. Por consiguiente, la justificación práctica, mediante el presente estudio, se planteó ayudar a resolver el problema identificado entre los colaboradores que se encuentran bajo estrés, poca motivación o ciertos conflictos

internos, originando un mal desempeño laboral. Ante ello se planteó mejores recomendaciones, que conlleve a la mejora del marketing interno y desempeño de cada colaborador. Asimismo, la relevancia social pretende tener impacto en aquellas instituciones que no aplican adecuadamente un buen endomarketing en sus colaboradores o que simplemente la puedan implementar, ya que su aplicación promueve una buena motivación, la experiencia y sobre todo el compromiso con el objetivo de alcanzar relaciones a largo plazo.

Para ello, se hizo presente el principal objetivo, determinar la relación del endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023. Como objetivos específicos, Analizar el nivel de endomarketing de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023. Analizar el nivel de percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023. Determinar la relación entre las dimensiones del endomarketing y la percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023.

Además, en la investigación presentada, se planteó las siguientes hipótesis,  $H_i$ : Existe relación entre el Endomarketing y la percepción del desempeño laboral de los colaboradores un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023.  $H_0$ : No existe relación entre el Endomarketing y la percepción del desempeño laboral de los colaboradores un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, en Ecuador, según Benalcázar (2020) tuvo como objetivo central en su investigación, identificar si existe correlación entre la satisfacción y el desempeño laboral, usando una metodología correlativa no experimental, trabajó con una población de 48 personas a las cuales les aplicó un cuestionario para poder obtener los datos pertinentes, y con respecto a la variable desempeño laboral, obtuvo un resultado que el 73% lo calificó de manera positiva, el 23% consideró que es regular y el 2% lo percibió bajo. Por otro lado, en Nigeria, según Omotunde y Alegbeleye (2021) plantearon como objetivo principal determinar el desempeño laboral de los bibliotecarios y su relación con las prácticas de gestión del talento en el suroeste de Nigeria, usando un método correlacional y como instrumento de recolección de datos el cuestionario, aplicado a 277 bibliotecarios, obteniendo como resultado que el 46,6% lo percibió como alto, mientras que el 53,3% lo calificó como moderado y ninguno lo percibió como bajo. Mientras que, en Barranquilla, según Ariza y Mesino (2021) tuvieron como objetivo central en su trabajo de investigación, el analizar el endomarketing en las entidades promotoras de salud (EPS), presentando un enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Así mismo, como técnica de recolección de datos aplicaron la encuesta y como herramienta el cuestionario a 21 colaboradores, dando como resultado positivo que el endomarketing si es utilizada en la EPS lo que proporciona resultados óptimos a los clientes externos, cabe mencionar que la comunicación interna, como parte de una de las dimensiones del endomarketing se evidenció que el 91,7% está conforme con la buena implementación de la misma.

En el contexto nacional, en Tacna, según Cáceres (2021) presentó como objetivo principal, establecer la relación existente para el endomarketing y el desempeño laboral en los trabajadores de una empresa de mantenimiento de áreas verdes, para ello tuvo uso como modelo de investigación básica de nivel correlacional no experimental descriptivo, teniendo como instrumento el cuestionario, el cual fue aplicado a toda la población porque solo fue de 60 colaboradores, obteniendo como resultado que ambas variables, se relacionan positiva y significativamente con un grado de asociación de 67%. De modo similar, en Lurín, según Colunge (2021) planteó como objetivo principal, calcular la relación entre el endomarketing y el

desempeño laboral en los colaboradores de una empresa de motores eléctricos y transformadores, por lo cual emplearon un tipo de investigación de diseño no experimental transversal, descriptiva correlacional, emplearon un cuestionario a una muestra de 45 colaboradores, obtuvieron de ese modo como coeficiente de correlación de 0,929, concluyendo que existió una relación significativamente alta y positiva. Por otra parte, en Huancayo, según Borja y Huacho (2020) tuvieron como objetivo general en su investigación conocer la relación del endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de una Institución Educativa, usaron una metodología básica, correlacional descriptiva, manejaron como población a 19 docentes, a los cuales les aplicaron un cuestionario formado por 18 ítems, obtuvieron como resultado que el coeficiente de correlación fue de 0,538, lo que quiere decir que tiene una correlación positiva aceptable. Así mismo, en Piura, según Ruiz (2021) tuvo como objetivo específico en su trabajo de investigación, analizar la relación entre las dimensiones de endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de una organización transnacional, en la que usó un diseño no experimental descriptivo, con un enfoque cuantitativo, su población fue de 36 colaboradores, para los cuales, empleó un cuestionario que ayude a la recolección de datos, obteniendo como resultado que la relación entre variables era significativa, dicho esto, en su investigación también relaciona las dimensiones del endomarketing con el desempeño laboral, dando como resultado, que existió una correlación positiva significativa entre dichas dimensiones y la variable desempeño laboral. Mientras que, en Chiclayo, según García y Tomanguilla (2021) realizó una investigación que tuvo como objetivo principal el demostrar la relación entre el marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa, por lo cual tuvo como metodología hacia un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, a su vez utilizaron el instrumento del cuestionario a 55 colaboradores, resaltando que en los resultados finales hubo relación significativa entre ambas variables, sin embargo, se hace mención que, la relación de las dimensiones tales como del desarrollo de los empleados, adecuación al trabajo, comunicación interna y contratación de los empleados, con la variable desempeño laboral, se percibió que todos tienen relación significativa con la variable dependiente a excepción de la dimensión desarrollo de los empleados. Así mismo, en Trujillo, según Gutierrez (2020) en su investigación, tuvo como objetivo

específico, el identificar la relación entre las dimensiones del endomarketing y el desempeño laboral, tuvo una metodología de diseño no experimental correlacional, empleando una muestra de 30 colaboradores del área de ventas, a los cuales les aplicó el cuestionario para su posterior obtención de datos y como resultado, obtuvo que la relación entre lo propuesto, es significativa. A su vez, en Lima, según García (2018) en su trabajo de investigación presentaron como objetivo primordial determinar la relación del endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa de viajes, mencionando que su investigación fue de tipo aplicado con un diseño no experimental correlacional descriptivo, su muestra fue a 17 colaboradores aplicando el cuestionario, dando como resultados que sí existió relación significativa en ambas variables de investigación, ya que el endomarketing fue calificado como 58.8% en el rango de muy bueno.

En el contexto local, en Chimbote, según Arroyo y Romero (2020) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo principal el determinar la relación del endomarketing y la calidad de servicio de los trabajadores de un municipio, resaltando que se basaron en un enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal, es por ello que, en base a lo mencionado, utilizaron el cuestionario aplicado a 110 trabajadores, considerando que, en relación al nivel de endomarketing, los resultados fueron 2% muy bajo, 11% bajo, 53% medio, 29% alto y 5% muy alto, esto reflejó que la aplicación del endomarketing lo tuvieron presente pero que faltaría tomarle más importancia y reconocimiento. Del mismo modo, en Chimbote, según Angeles y Coll (2021) tuvieron como objetivo central en su investigación, determinar la relación entre el endomarketing y el compromiso organizacional, para ello, tuvieron una metodología correlacional, de alcance transversal no experimental, para ello, hicieron uso del cuestionario, que fue aplicado a 181 colaboradores como parte de su muestra, teniendo en cuenta el nivel de endomarketing, se tuvo como resultado que el 3.30% de los encuestados consideró un nivel muy alto de la variable, mientras que el 21.70% consideró que es alto, el 14.40%% manifestó que el nivel es medio y entre la sumatoria del nivel bajo y muy bajo un 60,5% lo que significa que la empresa debe enfocarse en sus trabajadores. Así mismo, en Chimbote, según Portocarrero (2020) tuvo como objetivo general en su trabajo de investigación el determinar la relación de la cultura



organizacional y el desempeño laboral en los trabajadores administrativos de una universidad, dando consigo un estudio cuantitativo con diseño no experimental - transversal correlacional. El autor utilizó como instrumento de recolección la encuesta, aplicada a 70 colaboradores, se obtuvo que el nivel de desempeño laboral, un 25.7% es bueno y 74.3% fue regular, esto reflejó que el nivel de desempeño laboral es moderado, pero que hace falta mejorarlo. A su vez, en Chimbote, según Gonzales (2021) en su investigación, tuvo como objetivo central el de determinar la relación del clima organizacional y el desempeño laboral de un Grifo, utilizando una metodología cuantitativa con un diseño no experimental, dado que las variables no fueron manipuladas, además, utilizaron el cuestionario aplicado a 18 colaboradores, de tal manera que, en base a los resultados, específicamente al desempeño laboral, se evidenció que hubo un nivel alto de 83% y lo restante del 17% como nivel medio. De manera similar, en Chimbote, según Perez (2020) en su investigación, planteó como objetivo principal, determinar la relación que existe entre la selección de personal y el desempeño laboral en funcionarios de una municipalidad, utilizó una metodología cuantitativa, con diseño no experimental, correlacional transversal, para este trabajo, utilizaron un cuestionario, los cuales fueron aplicados a una muestra de 45 funcionarios, de modo que, tuvieron como resultados, que el desempeño laboral, según el 57.8% de funcionarios es regular, mientras que un 28.9% lo describió con un nivel bajo y el 13.3% percibió un nivel alto.

Para entender a profundidad lo que quiere decir el endomarketing o marketing interno, según Contreras y Gonzáles (2021) mencionaron que dicho término es aquel que constituye las percepciones de los colaboradores y las realidades que se distinguen dentro de su centro de trabajo. Al integrar dentro de la empresa el mercado interno, habrá acciones y una mejor adaptación, de tal manera que la entidad esté segura de cumplir con sus objetivos, además de que el marketing interno es la clave para la resiliencia empresarial, es decir que la empresa tenga la capacidad de recuperarse ante los conflictos. A su vez, según García et al. (2018) definieron el endomarketing desde una perspectiva estratégica, debido a que busca satisfacer las necesidades del cliente interno con la finalidad de que exista la motivación y calidad de trabajo, dando resultados de satisfacción al cliente externo.

Según Cooper y Cronin (2000) la teoría del marketing interno, destaca como papel fundamental en una empresa por medio de la red interna que la conforma para poder alcanzar una ventaja competitiva. Así mismo, con el esfuerzo de la empresa, mediante capacitaciones y motivaciones a sus empleados hacen que tenga una mentalidad de un servicio impecable, es por ello que, los autores resaltaron que las actitudes negativas del personal afectan directamente a la calidad de atención de los usuarios. Teniendo en cuenta lo mencionado, los modelos teóricos relacionados con la variable endomarketing se basaron en un marco de apoyo, permitiendo conocer los aspectos más importantes de cómo funciona, así mismo los autores Rafiq y Ahmed (2000), hablaron acerca de ello, enfocando la relación del cliente interno con la satisfacción del cliente externo, sin embargo, los autores resaltaron la motivación como eje principal a la satisfacción del cliente interno junto con el empowerment, lo mencionado hace referencia a que debe ser expandido a todos los colaboradores, además de tener presente una actitud interfuncional e integrada, es decir, trabajar al unísono, donde exista la coordinación y sincronización por parte de los colaboradores, por lo cual, es muy importante para la orientación al mercado, lo que genera calidad de servicios y por ende una buena satisfacción del cliente externo gracias a una buena aplicación del marketing interno (Ver anexo 10). Como recomendación, los autores sugirieron involucrar al área de recursos humanos y el marketing como parte de las funciones del trabajo, desarrollándose de una manera adecuada, ya que es importante su aplicación en base al modelo hablado. Cabe mencionar que su contribución principal del presente modelo teórico es la necesidad de que el marketing interno sea apoyado sin duda por la empresa, lo que convierte en una pieza fundamental para la presente investigación. A su vez, como parte de la reflexión o al perfecto conocimiento se da a conocer que la motivación según Jain et al. (2019) resaltaron que es importante para las personas, debido a que deben dar lo mejor de sí mismos para alcanzar los objetivos comerciales y que además es un componente clave en el trabajo, para ello, existe la motivación intrínseca y extrínseca, de tal manera que al tenerlo presente serviría para ser empleados capaces y fieles. Por otra parte, la actitud interfuncional e integrada según Lopes et al. (2020) son aquellas actitudes que están conformadas por equipos diseñados en diferentes áreas de trabajo, pero del mismo conocimiento,

esta labor específica hace referencia que la integración interfuncional se da siempre y cuando existan acuerdos, cooperación e intercambios constantes de información.

Como parte de la investigación, se hace mención a otro modelo teórico, donde se detalla la relación entre el marketing interno y externo según los autores Bansal et al. (2001), donde detallaron que la aplicación del marketing interno tiene efecto en lo externo, ambos deben estar vinculados, es por ello que, con empleados satisfechos se puede tener clientes satisfechos, ya que ocupan un lugar central dentro de la organización, permitiendo crear una ventaja competitiva (Ver anexo 11). En base a lo mencionado, los autores mencionaron que los elementos del cliente interno se pueden lograr gracias al uso de las prácticas de recursos humanos, por medio de la seguridad en el empleo, enseñanza continuada, reconocimiento, informaciones compartidas, empowerment y que además exista la reducción de la discrepancia de status, lo cual genera lealtad, satisfacción y confianza en la gestión a los colaboradores, conllevando a un comportamiento orientado al cliente externo, mediante calidad de servicios, satisfacción y lealtad externa. De la misma forma, se define los elementos de las prácticas de recursos humanos, debido a que es el punto de arranque que se debe tener en cuenta, tales como, la seguridad en el empleo, donde según Ameyaw y Hunsaker (2020) mencionaron que es aquel, que identifica al colaborador si está seguro en su empleo, mediante políticas y medidas, lo que aumenta las oportunidades de desarrollo profesional y confianza en la gestión. Esto sin duda es proporcionado por la entidad comprometiéndose con la seguridad de sus colaboradores. Por otra parte, la enseñanza continuada según los autores Diaz et al. (2020) mencionaron que es primordial que las empresas cuenten con un amplio desarrollo y conocimiento distribuido en el personal, de tal manera que estén formados integralmente y con la capacidad de formarse de manera continua, a su vez que tengan que afrontar los desafíos que genera el mundo globalizado como también aportar nuevos y mejores cambios. De acuerdo con los autores Oquendo y Bermúdez (2020) detallaron que el reconocimiento es aquel que tiene lugar a las percepciones y valoraciones hacia el personal, representando las relaciones entre los individuos, conllevando a la retención del personal, haciéndose sentir como parte de la organización. Así mismo, las informaciones compartidas, como

mencionaron los autores Beuren et al. (2020) es aquel que contribuye a ofrecer información, poder intercambiarla y así mejorar la innovación colaborativa entre los clientes internos, teniendo impacto, confianza y compromiso dentro de la organización. Conforme el autor García (2021) el empowerment es una facultad que es comúnmente otorgado a una persona de confianza, darle el poder en base a sus conocimientos y experiencia, que le permita al individuo tomar decisiones determinadas y correctas, de tal manera que exista lealtad y por ende mayor satisfacción por parte de los colaboradores, generando a su vez una ventaja competitiva para la empresa. No obstante, la reducción de la discrepancia de status, definición compartida por los autores originales del modelo teórico, comentaron que se da en función a que los clientes internos se sienten más o menos valorados que sus compañeros, esto a su vez, puede ocurrir mediante la reducción de los niveles jerárquicos o como también las características de equidad e integridad. Seguidamente, se hizo mención de las dimensiones del endomarketing de la autora Bohnenberger (2005), donde mencionó que las acciones del marketing interno son en base a una gestión estratégica de recursos humanos, sin embargo, para que el proceso sea realizado debe haber una filosofía orientada al cliente interno, en base a lo mencionado, la autora propuso dimensiones tales como la contratación y retención de los empleados, desarrollo personal adecuación al trabajo y comunicación interna.

Ante un mejor entendimiento, según Hernández et al. (2016) hicieron mención que el desarrollo personal es establecido mediante la importancia que se le da a la implementación de metas personales y el lugar que ocupa la resiliencia desde la perspectiva de cómo se lleva a cabo ciertas situaciones adversas. En suma, se puede decir, que es la superación para el correcto desempeño laboral, aquellas empresas que invierten en el desarrollo personal, orientan a que el trabajador pueda realizar su labor de manera efectiva. Ante una mayor incorporación de información, se hizo mención que, la capacitación, oportunidades y conocimiento, indicadores pertenecientes a la dimensión de desarrollo personal, se definieron con la finalidad de poner conocer y/o profundizar más acerca de la investigación, es por eso que, según Kyunga (2021) mencionó que la capacitación, es la actualización de los conocimientos; además, esto influye de manera positiva en la innovación,

porque se les brinda nuevas herramientas e información a los colaboradores. Por otra parte, Pierre y Harris (2020) en su artículo mencionaron que, las oportunidades son el poder aprender y anticiparse en base a nuevos conocimientos y experiencias nuevas y pasadas. En el caso de Jiafu et al. (2023) determinaron que el conocimiento como parte de la competencia personal es una de las principales variables para efectuar un buen desempeño, ya que es lo que saben / conocen de lo que están realizando.

Así mismo, la contratación y retención de los empleados, como lo mencionan los autores Pande y Deshpande (2020) resaltaron que ante la realización de contratos, previamente se hace una selección, considerando que cada organización está sujeta a sus propias políticas de recursos humanos para la contratación del candidato adecuado, así mismo posterior a su retención se puede lograr mediante la evaluación del desempeño ya que esto actúa como motivación para el colaborador y a su vez funciona como una herramienta estratégica para el crecimiento de la organización. En otras palabras, es importante contratar a personas que cumplan con los requisitos del trabajo, dicho proceso si se realiza correctamente, hace que los colaboradores estén más satisfechos en su trabajo, debido a que existirá el compromiso y dedicación desde el inicio de su labor. Por otra parte, se hizo mención que, la claridad y contratos; y remuneraciones, indicadores pertenecientes a la dimensión de contratación y retención de los empleados se definieron con la finalidad de poner conocer y/o profundizar más acerca de la investigación, es por ello que, según Arévalo (2021) destacó que, el contrato laboral es un acto jurídico por lo que un colaborador presta sus servicios personales a otra persona, así mismo, el contrato determina diversos factores como los beneficios, sus horarios, el régimen de despido, etc., a partir de su celebración sea verbal o escrita de manera clara y precisa, todo ello seguido de los requisitos de la ley. En seguida según Villarroel y Medina (2022) consideraron que la remuneración es todo lo que los colaboradores perciban por haber realizado funciones para las que fue contratado por el empleador.

De igual importancia, la adecuación al trabajo, según Gómez et al. (2020) hicieron mención a que los colaboradores implementan fortalezas como el empoderamiento, esperanza, optimismo, resiliencia y autoeficacia, con la ayuda de las empresas

según la función que desempeñe, esto a su vez origina una buena adecuación al trabajo, es decir buena salud y calidad de vida del colaborador, haciéndose sentir satisfecho. En otros términos, el colaborador tiene la oportunidad de estar en un ambiente que se adecue a sus capacidades y/o conocimientos, de tal manera que se sienta satisfecho, teniendo en cuenta que el empoderamiento está relacionado con la confianza, libertad y responsabilidad. Continuando, se hizo mención que, la atención de las necesidades laborales y libertad de decisión, indicadores pertenecientes a la dimensión de adecuación al trabajo se definieron con la finalidad de poner conocer y/o profundizar más acerca de la investigación. Es por ello que, según Katarzyna y Beyer (2021) resaltaron que, en la gestión de una organización, considera muy importante la toma de decisiones, debido a que afecta el éxito o el fracaso, dando como solución a los problemas evidenciados, en mayor parte, las decisiones son tomadas por la alta gerencia teniendo en cuenta las opiniones de todos los empleados de una organización. Siguiendo con los autores Arrieta et al. (2019) enfatizaron que, ante la vida del colaborador, mediante su bienestar laboral, existe la necesidad de las empresas en reconocer a los colaboradores como seres humanos, las necesidades del colaborador están conformadas por actividades o estrategias dentro de la organización donde se desempeña.

Finalmente, la comunicación interna, según Prado et al. (2020) mencionaron que la comunicación puede entenderse como aquella interacción social que se transmiten mediante mensajes orales o escritos, es por eso que, ante una buena gestión de la comunicación dentro de una organización hará que sea parte fundamental ante el comportamiento de las personas y a que además hay un efecto en el desempeño organizacional. Cabe mencionar que, la coordinación interfuncional forma parte de la comunicación interna, debido a que existe participación mutua y activa entre todos los colaboradores. Así mismo, se hizo mención que, los conocimientos de resultados, valores institucionales y comunicación oportuna, indicadores pertenecientes a la dimensión de comunicación interna se definieron con la finalidad de poner conocer y/o profundizar más acerca de la investigación. Es por ello que, según Thelen y Fornchukb (2021a) resaltaron que, como parte de una buena comunicación interna, está en que los colaboradores puedan conocer los resultados, consiste en que la empresa sea transparente, tanto interna como

externamente, de tal manera que tengan una mejora laboral y mayor compromiso de los colaboradores. De igual importancia, según Kang, et al. (2020) consideraron que tener comunicación acerca de los valores organizacionales, brindan un mejor significado y propósito a los colaboradores con la organización, así como también les genera comodidad, afectando de manera positiva su desempeño. Por otra parte, la comunicación oportuna, definición compartida por Thelen y Formanchuk (2022b) resaltaron que, la comunicación de la información, alienta a los colaboradores a corresponder a la organización, ya que se les comunica con el debido tiempo y se sienten parte de la empresa.

Siguiendo con el desempeño laboral, se hace mención de un modelo teórico y una teoría, que se basan en un marco de apoyo, tal y como lo mencionan los autores Motowidlo y Kell (2012) donde plantearon una teoría del desempeño laboral, en el que hicieron mención que sus estudios se basaron en indicadores del desempeño laboral, donde pueda tener sentido mediante las estrategias y definiciones, todo ello gracias a los procesos del área de recursos humanos donde permite atribuir los rasgos medidos en programas de selección, restricciones situacionales y oportunidades, participación en programas de capacitación y desarrollo; y exposición a intervenciones y prácticas motivacionales. En suma, se puede decir que, los factores que pueden afectar el desempeño laboral, son el comportamiento, que no es más que el accionar de las personas en base a experiencias vividas y los resultados que son efectos y/o consecuencias de un proceso, situación o acción.

Por otro lado, según Campbell, McHenry y Wise (1990) mencionaron que el desempeño laboral son las acciones que realizan los trabajadores por el bien de la organización, así mismo, también detallaron que no se puede definir con un solo factor o variable, debido a que consideraron que está formado por una serie de variables, y lo precisan como multidimensional. En base a ello, Campbell (1990) planteó un modelo multifacético, es decir, el desempeño laboral, está relacionado a múltiples variables, tal y como se mencionó anteriormente, por ello, planteó un modelo básico que consta de tres dimensiones directas que permiten comprender el desempeño laboral, las cuales están formadas por el conocimiento declarativo, habilidades y conocimientos procedimentales y la motivación. De igual manera, como parte de la reflexión acerca de lo mencionado, según Stulp y Beetz (2008)

mencionaron que el conocimiento declarativo permite conocer lo que se debe hacer para realizar una tarea a través de ciertas acciones concretas, a su vez los autores mencionaron que los conocimientos procedimentales son el saber de cómo realizar alguna tarea, conocer todos los pasos y como ventaja, tratar de usar la más mínima cantidad. A su vez, según Karabay (2021) definieron el desempeño laboral como un concepto multidimensional, y más allá de las actitudes y comportamientos, es un punto en el que se tocan temas como la responsabilidad de los colaboradores y sus deberes, los cuales deben estar ligados a los objetivos de la empresa. Así mismo, Davidescu, et al. (2020) consideraron que el desempeño laboral es un elemento importante para las organizaciones, ya que es un reflejo de sus comportamientos, acciones y resultados medibles con los que los colaboradores aportan a la empresa.

Por ello ante el mismo contexto, según Chiavenato (2009) mencionó que existen distintos factores que afectan al desempeño laboral de los trabajadores, y que además dividió estos factores en dos, los factores actitudinales y factores operacionales. La primera dimensión son los factores actitudinales, donde el autor mencionó que está formado por actitudes como lo son la cooperación, responsabilidad social, disciplina e iniciativa laboral, estos se centran en el desenvolvimiento del trabajador en relación con sus demás compañeros y los códigos de ética. Así mismo, como segunda dimensión, los factores operacionales, donde el autor mencionó que está formado por diversos factores centrados al trabajo como el conocimiento laboral, calidad del trabajo, trabajo en equipo, eficacia y eficiencia, todo ello, está en relación con el desenvolvimiento laboral. Por otra parte, Gutierrez (2020) mencionó que los factores actitudinales hacen referencia a la guía que tienen las personas en la sociedad a la que pertenecen, de modo que altera su entorno de desempeño, mientras que los factores operacionales son aquellas tareas que hacen los trabajadores para elaborar un servicio y/o producto perteneciente a la empresa y considera que también es la responsabilidad que maneja cada uno de los colaboradores en sus respectivos puestos. Así mismo, sumando a una mayor incorporación de información, se hizo mención que, la disciplina, cooperación, responsabilidad e iniciativa, indicadores pertenecientes a la dimensión de los factores actitudinales se definieron con la finalidad de poner



conocer y/o profundizar más acerca de la investigación. Es por ello que, Según Ortiz, et al (2018) consideraron la disciplina como un conjunto de normas las cuales son establecidas por la sociedad, ya que sirven para mantener el orden en la misma, otorgando y asegurando un buen comportamiento y desempeño en base a los lineamientos de la organización. Posteriormente, Simone (2018) definió la cooperación, como una práctica social que funciona como una complementación de intereses, reuniendo a un conjunto de individuos en particular buscando interacciones, dando como resultado la explicación y solución de problemas en común y que se beneficien de ello. Así, según Baumgärtner et al. (2018) mencionaron que la responsabilidad es una fase importante para manifestar y llevar a cabo normas abstractas en acciones prácticas orientada por normas con determinada atención a las consecuencias, estableciendo una argumentación para evaluar y encaminar las acciones. Siguiendo con los autores Lisboa et al. (2021) resaltaron que la iniciativa es una manifestación que se desarrolla mediante el comportamiento y da como resultado un enfoque activo y autónomo, que permita superar los percances, además, la iniciativa está relacionada con el desempeño y ha demostrado productividad en los empleados dando resultados óptimos. Por último, se hizo mención que, el trabajo en equipo, conocimiento del trabajo y calidad, indicadores pertenecientes a la dimensión de los factores operacionales se definieron con la finalidad de poner conocer y/o profundizar más acerca de la investigación. Es por eso que, según Rodríguez et al. (2022) comentaron que el trabajo en equipo está formado por diferentes puntos, pertenencia a un grupo, interacción dentro del grupo, con el fin de lograr metas, lo mencionado es pieza clave para el desarrollo social y crecimiento de la organización económicamente. Seguido de ello, según Sánchez et al. (2021) enfatizaron que el conocimiento del trabajo consistió principalmente en conocer que hacen, como lo hacen, que generan y como se relacionan con la organización para poder adaptarse a ésta, de tal manera, que se pueda aplicar los conocimientos propios en lo que realizan los colaboradores. En seguida, según Chacón y Rugel (2018) resaltaron que la calidad, otorga satisfacción al consumidor, ya que se considera un valor agregado al bien o servicio, reflejándose a través de una mejora continua en la organización. Por consiguiente, según Quintero et al. (2021) definieron la eficacia como aquella relación con las metas y los objetivos organizacionales, ambos con su debido

cumplimiento acorde a las condiciones ideales, priorizando las tareas que permita alcanzarlo de una mejor manera posible dando resultados óptimos. Finalmente, Córdova y Alberto (2018) definieron la eficiencia como la relación del manejo de entradas y salidas de recursos, ya que se considera eficiente la menor cantidad de la misma, de tal manera que se pueda obtener mayores resultados haciendo buen uso de los recursos.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1. Tipo de investigación

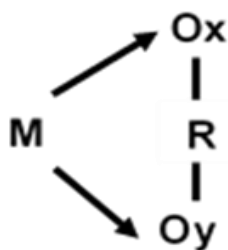
Pawar (2020) mencionó que el objetivo de una investigación es obtener hallazgos nuevos y hacer validación de los datos acerca de los estudiado, a su vez la autora resalta de la investigación tipo aplicada, que es la cual se utilizó en la presente investigación, por lo cual, quiere decir que es dar solución a problemas en específicos a través de los resultados obtenidos como parte de la investigación, siendo sustentados con el marco teórico que define las variables de estudio, permitiendo conocer la realidad de las mismas.

##### 3.1.2. Diseño de investigación

Riyaz et al. (2022) hacen mención que es un marco amplio que ayuda a canalizar y lograr el trabajo en su totalidad en relación a las variables de investigación. Existen diferentes tipos de diseños, por lo cual, se implementó en la investigación el diseño no experimental transeccional correlacional, debido a que se describió las relaciones entre las dos variables de investigación, es decir, el endomarketing y percepción del desempeño laboral.

#### Figura 1

*Esquema de diseño correlacional*



**M:** Colaboradores con criterio de inclusión aplicadas en un colegio público de la ciudad de Coishco, 2023.

**Ox:** Variable independiente Endomarketing.

**Oy:** Variable dependiente Percepción del Desempeño Laboral.

**R:** Medición que relaciona el Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023.

### 3.2. Variables y operacionalización

#### **Endomarketing:**

**Definición conceptual:** García et al. (2018) definió el endomarketing desde una perspectiva estratégica, ya que busca satisfacer las necesidades del cliente interno con la finalidad de que exista la motivación y calidad de trabajo, dando resultados de satisfacción al cliente externo.

**Definición operacional:** Se midió a través de un cuestionario con 19 preguntas, enfocado a las cuatro dimensiones implementadas, las cuales son desarrollo personal, contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo y comunicación interna.

**Indicadores:** en base a Gutierrez (2020) se determinó los indicadores para la dimensión de desarrollo personal, siendo la capacitación, oportunidades de desarrollo y competencia personal, para la dimensión de contratación y retención de los empleados sus indicadores son contrato laboral y remuneraciones, siguiendo para la dimensión de adecuación al trabajo, sus indicadores son la atención de las necesidades laborales y libertad de decisión; y finalmente para la dimensión de comunicación interna sus indicadores son comunicación de resultados, comunicación de valores institucionales y comunicación oportuna. Dichos indicadores fueron considerados, además de que han sido mejorados como parte de la investigación.

#### **Desempeño laboral:**

**Definición conceptual:** Según Davidescu, et al. (2020) consideraron que el desempeño laboral es un elemento importante para las organizaciones, ya que es un reflejo de sus comportamientos, acciones y resultados medibles con los que los colaboradores aportan a la empresa.

**Definición operacional:** Se midió a través de un cuestionario, enfocado a las dimensiones factores actitudinales y factores operacionales, con 19 preguntas relacionadas a éstas.

**Indicadores:** en base a Gutierrez (2020) se determinó los indicadores para la dimensión factores actitudinales, siendo la disciplina, cooperación, responsabilidad e iniciativa, mientras que, para la dimensión de factores operacionales, siendo trabajo en equipo, conocimiento del trabajo, calidad del trabajo, eficacia y eficiencia.

Dichos indicadores fueron considerados, además de que han sido mejorados como parte de la investigación.

**Escala de medición:** En la investigación, la escala fue la ordinal, porque se evaluó el nivel de orden en ambas variables, debido a que se emplea para evaluar la asociación entre las dos variables.

### **3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **3.3.1. Población**

Taherdoost (2016) denominó la población a la agrupación de individuos que están en un determinado lugar y que producto de ello se extrae la muestra. Es por ello que, para el presente estudio, la población es de 53 colaboradores, conformados por 19 docentes de primaria, 24 docentes de secundaria, 8 administrativos y 2 practicantes de nivel secundaria del colegio público en la ciudad de Coishco, 2023.

- **Criterios de Inclusión:** Se hizo presente a los docentes y practicantes, auxiliares de educación, personal administrativo y de servicio, porque es a quienes directamente se les aplica las estrategias del plan de endomarketing y que por medio de ello se busca mejorar su desempeño laboral.
- **Criterios de exclusión:** Alumnos, padres de familia, colaboradores que se encuentran de licencia por más de un mes, colaboradores que llevan trabajando menos de 3 meses, colaboradores con más de un mes de vacaciones, director y subdirectores, porque son ajenos ante lo mencionado en el punto anterior, resaltando que el director y subdirectores son los encargados de brindar y llevar a cabo una buena dirección estratégica gracias a su marco de apoyo.

#### **3.3.2. Muestra**

Según Asadul y Faraj (2022) comentaron que la muestra es aquel grupo de individuos donde se obtiene información de una población, dicho de otro modo, mientras más grande sea la población mayor será la información que extraigamos de la muestra. Debido a que la población es una cantidad manejable, la muestra fue el total de la población identificada que se considerará como parte de la investigación, es decir, una población muestral.

#### **3.3.3. Muestreo**

Según los autores Cash et al. (2022) hicieron mención que, en el ciclo de desarrollo de la teoría, el muestreo se comporta como una interacción entre la población y la muestra. Se tiene en cuenta el muestreo probabilístico y el no probabilístico, ante

la investigación presentada, todos tiene la posibilidad de elección por ser una población muestral.

#### **3.3.4. Unidad de análisis**

Según Arias (2020) lo definieron como aquellos sujetos u objetos que se pretende estudiar o evaluar en una investigación, en base a lo mencionado, la unidad de análisis son cada colaborador que forma parte de la población muestral de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023, de acuerdo a los criterios de inclusión.

#### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Según Cisneros et al. (2022) comentaron que la técnica de la encuesta, es la más empleada y se ejecuta mediante un entrevistador, pero de por medio, debe existir un cuestionario, el cuál debe estar correctamente estructurado, es por ello que, se utilizó dicha técnica para la recolección de datos para la investigación.

Según Pozzo et al. (2018) hicieron énfasis que el cuestionario es comprendido como un instrumento de investigación que es elaborado a partir de los objetivos específicos con la finalidad de obtener información de lo estudiado. En base a lo mencionado, se utilizó el cuestionario de manera virtual con preguntas establecidas que el encuestado debe responder para saber su percepción acerca de lo plasmado, es decir, que será autoadministrado, respetando sus tiempos y espacios donde quieran realizar el cuestionario mediante el uso del Google Forms.

Según Castillo et al. (2018) resaltaron que la validez permite conocer qué tan representativos y relevantes son los ítems que se utilizan en el cuestionario, para el cuestionario a emplear, para ello se usó la validez de contenido mediante la técnica juicio de expertos, donde se obtuvo las sugerencias y/o recomendaciones de los expertos además de su aprobación (Ver Anexo 4).

Según Cadena et al. (2017) mencionaron que, la confiabilidad es la exactitud y coherencia a la aplicación repetida del mismo sujeto u objeto, de tal manera que se pueda producir resultados iguales, teniendo en cuenta que dichos resultados puede verse afectado por la improvisación, el desarrollo de instrumentos en el extranjero fuera del contexto de la investigación y finalmente puede ocurrir que los instrumentos sean aplicados a personas inadecuadas. Para el presente proyecto de investigación la confiabilidad fue desarrollada mediante la prueba piloto aplicada a 15 sujetos con características similares a la muestra, utilizando el Alfa de

Cronbach que permitió medir la consistencia interna de los ítems, obteniendo que, para la variable endomarketing un puntaje de 0,950 y la variable percepción del desempeño laboral un puntaje de 0,937 (Ver Anexo 5).

### **3.5. Procedimientos**

Se inició con la identificación de la problemática en un colegio público de la ciudad de Coishco, por consiguiente, se hizo llegar un oficio de presentación de los autores, solicitando además la autorización del colegio para realizar la publicación de su identidad en los resultados de las investigaciones, así mismo, se pudo establecer los objetivos específicos para dar solución al objetivo general. Luego se procedió a la aplicación del cuestionario de manera presencial y finalmente procesar los datos por medio de los programas SPSS y Excel que permita interpretar y obtener los resultados de manera resumida para llegar a las conclusiones y recomendaciones finales.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Según los autores Navarro et al. (2020) el método de estadística descriptiva aplicada en la investigación, es una herramienta importante para determinar los comportamientos y percepciones del endomarketing y el desempeño laboral, además, con el fin representativo apropiado para la interpretación y análisis de los datos cuantitativos. A su vez, se hizo presente la estadística inferencial debido a que se va a comprobar la hipótesis por medio de la prueba de normalidad a una muestra igual o mayor de 50 colaboradores mediante el Kolmogorov Smirnov, el propósito es poder determinar el grado de confianza, es decir si son estadísticamente significativas o no, además del uso del coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

### **3.7. Aspectos éticos**

La investigación se apoyó en el código de ética de nuestra universidad aprobada por la resolución N°0470-2022/UCV, que permita garantizar la integridad y el respeto a la autoría intelectual. Así mismo garantizar este aspecto mediante el programa de similitud Turnitin y además se utilizó las normas APA séptima edición manteniendo los derechos de los autores, finalmente la información brindada por el colegio público en la ciudad de Coishco fue transparente y de uso exclusivo para la investigación. Como también mencionar que, todos los encuestados fueron informados sobre la investigación, brindando su respectivo consentimiento.

#### IV. RESULTADOS

**Objetivo General:** Determinar la relación del endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023.

**Tabla 1**

*Pruebas de normalidad entre endomarketing y percepción del desempeño laboral.*

Pruebas de normalidad	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Endomarketing	0,318	53	0,000	0,754	53	0,000
Percepción del desempeño laboral	0,339	53	0,000	0,734	53	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Elaboración propia

Observamos que, en la tabla 1, ambas variables de investigación cuentan con un P valor de 0,000 menor a 0,05, esto quiere decir que se rechazó la Hipótesis nula, por el motivo de que los datos obtenidos no presentaron una distribución normal, entonces, se aplicó la prueba no paramétrica mediante el Rho de Spearman, de tal manera que identifiquemos la relación de ambas variables.

**Tabla 2**

*Correlación entre endomarketing y percepción del desempeño laboral.*

Correlaciones		Percepción desempeño laboral	
Rho de Spearman	Endomarketing	Coeficiente de correlación	,799**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	53

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

*Nota.* Elaboración propia

Observamos que, mediante la tabla 2, el nivel de significancia obtenido es 0,000 menor que 0,01, con un Rho de Spearman del 0,799, podemos decir que existió una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables de investigación, por lo tanto, se aceptó la hipótesis de la investigación.



**Objetivo específico 1:** Analizar el nivel de endomarketing de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023.

**Tabla 3**

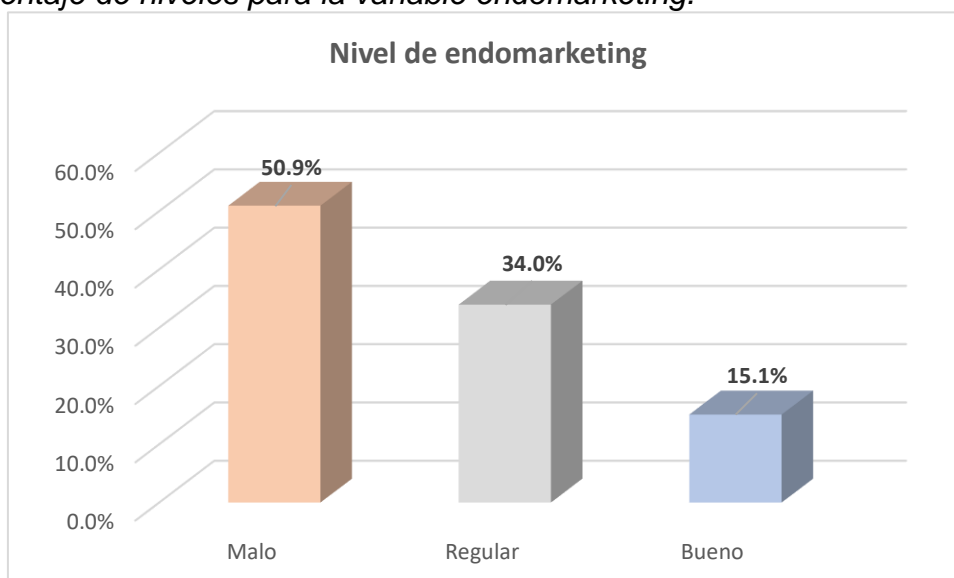
*Distribución de los colaboradores según el nivel de endomarketing.*

Endomarketing	Frecuencia	Porcentaje
Malo	27	50,9%
Regular	18	34,0%
Bueno	8	15,1%
Total	53	100,0%

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 2**

*Porcentaje de niveles para la variable endomarketing.*



*Nota.* Elaboración propia

Observamos que, mediante la tabla 3 y figura 1, el 50,9% (27 encuestados) percibieron el endomarketing en el nivel Malo, el 34% (18 encuestados) en el nivel Regular y el 15.1% (8 encuestados) en el nivel Bueno, esto quiere decir que, al predominar el nivel malo, se pudo rescatar que, falta aplicar más las capacitaciones, poca transparencia y claridad en los contratos, poco reconocimiento y libertad de decisión, poca atención a las necesidades laborales y la comunicación interna.

**Objetivo específico 2:** Analizar el nivel de percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023.

**Tabla 4**

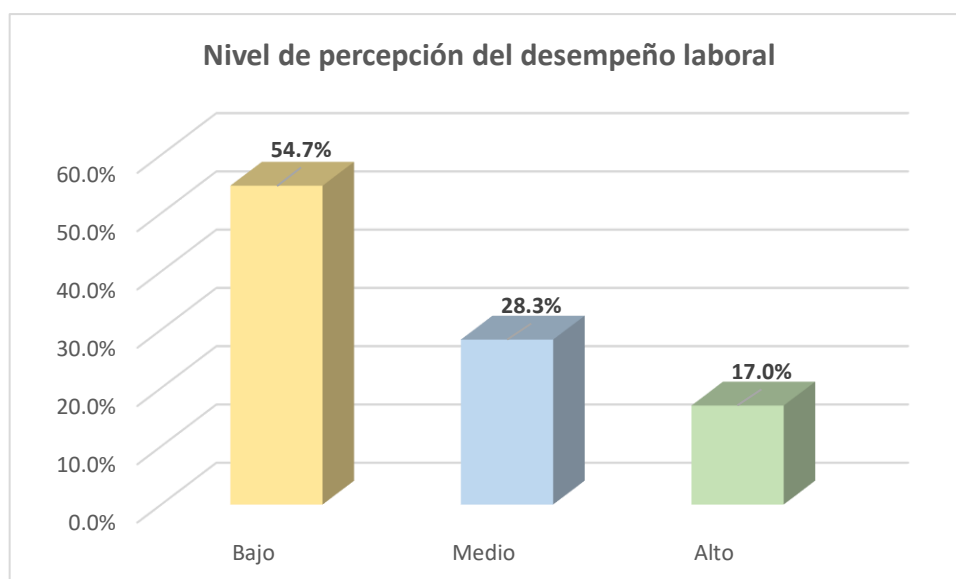
*Distribución de los colaboradores según el nivel de percepción desempeño laboral.*

Percepción del desempeño laboral	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	29	54,7%
Medio	15	28,3%
Alto	9	17,0%
Total	53	100,0%

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 3**

*Porcentaje de niveles para la variable percepción del desempeño laboral.*



*Nota.* Elaboración propia

Observamos que, mediante la tabla 4 y figura 2, el 54.7% (29 encuestados) percibieron el desempeño laboral en el nivel Bajo, el 28.3% (15 encuestados) en el nivel Medio y el 17% (9 encuestados) en el nivel Alto, esto quiere decir que, al predominar el nivel malo, debido a un bajo nivel de endomarketing, se pudo rescatar que, falta disciplina, cooperación, trabajo en equipo, conocimiento y calidad en el trabajo, como también la poca contribución a los objetivos del colegio.

**Objetivo específico 3:** Determinar la relación entre las dimensiones del endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023.

(1) Relación entre el desarrollo personal y percepción del desempeño laboral.

**Tabla 5**

*Pruebas de normalidad entre la dimensión desarrollo personal y percepción del desempeño laboral.*

Pruebas de normalidad	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Desarrollo personal	0,350	53	0,000	0,724	53	0,000
Percepción del desempeño laboral	0,339	53	0,000	0,734	53	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Elaboración propia

Se observa que, en la tabla 5, la dimensión desarrollo personal y la variable percepción del desempeño laboral contaron con un P valor de 0,000 menor a 0,05, además de que los datos no presentaron una distribución normal, entonces, se aplicó la prueba no paramétrica mediante el Rho de Spearman.

**Tabla 6**

*Correlación entre la dimensión desarrollo personal y percepción del desempeño laboral.*

Correlaciones		Percepción desempeño laboral
Rho de Spearman	Desarrollo personal	,870**
	Coefficiente de correlación	0,000
	Sig. (bilateral)	53
	N	

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

*Nota.* Elaboración propia

Observamos que en la tabla 6, el nivel de significancia obtenido es 0,000 menor que 0,01, con un Rho de Spearman del 0,870, podemos decir que existió una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión desarrollo personal y la variable percepción del desempeño laboral.

(2) Relación entre la dimensión contratación y retención de los empleados y percepción del desempeño laboral.

**Tabla 7**

*Pruebas de normalidad entre la dimensión contratación y retención y la percepción del desempeño laboral.*

Pruebas de normalidad	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Contratación y retención de los empleados	0,352	53	0,000	0,716	53	0,000
Percepción del desempeño laboral	0,339	53	0,000	0,734	53	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 7 se evidenció que, la dimensión contratación y retención de los empleados y la variable percepción del desempeño laboral cuenta con un P valor de 0,000 menor a 0,05, además de que los datos no presentaron una distribución normal, entonces, se aplicó la prueba no paramétrica mediante el Rho de Spearman.

**Tabla 8**

*Correlación entre la dimensión contratación y retención y percepción del desempeño laboral.*

Correlaciones		Percepción del desempeño laboral
Rho de Spearman	Contratación y retención de los empleados	,871**
n		0,000
	N	53

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

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 8 se evidenció que, el nivel de significancia obtenido es 0,000 menor que 0,01, con un Rho de Spearman del 0,871, podemos decir que existió una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión desarrollo personal y la variable percepción del desempeño laboral.

**(3)** Relación entre la dimensión adecuación al trabajo y percepción desempeño laboral.

**Tabla 9**

*Pruebas de normalidad entre la dimensión adecuación al trabajo y percepción del desempeño laboral.*

Pruebas de normalidad	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Adecuación al trabajo	0,269	53	0,000	0,777	53	0,000
Percepción del desempeño laboral	0,339	53	0,000	0,734	53	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 9 se evidenció que, la dimensión adecuación al trabajo y la variable percepción del desempeño laboral contó con un P valor de 0,000 menor a 0,05, además de que los datos no presentaron una distribución normal, entonces, se aplicó la prueba no paramétrica mediante el Rho de Spearman.

**Tabla 10**

*Correlación entre la dimensión adecuación al trabajo y percepción del desempeño laboral.*

Correlaciones		Percepción del desempeño laboral	
Rho de Spearman	Adecuación al trabajo	Coefficiente de correlación	,642**
n	trabajo	Sig. (bilateral)	0,000
		N	53

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

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 10 se evidenció que, el nivel de significancia obtenido es 0,000 menor que 0,01, con un Rho de Spearman del 0,642, podemos decir que existió una correlación positiva considerable entre la dimensión adecuación al trabajo y la variable percepción del desempeño laboral.

**(4)** Relación entre la dimensión comunicación interna y percepción del desempeño laboral.

**Tabla 11**

*Pruebas de normalidad entre la dimensión comunicación interna y percepción del desempeño laboral.*

Pruebas de normalidad	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación interna	0,286	5	0,000	0,776	5	0,000
Percepción del desempeño laboral	0,339	5	0,000	0,734	5	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 11 se evidenció que, la dimensión comunicación interna y la variable percepción del desempeño laboral contó con un P valor de 0,000 menor a 0,05, además de que los datos no presentaron una distribución normal, entonces, se aplicó la prueba no paramétrica mediante el Rho de Spearman.

**Tabla 12**

*Correlación entre la dimensión comunicación interna y percepción del desempeño laboral.*

Correlaciones		Percepción del desempeño laboral	
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coefficiente de correlación	,883**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	53

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

*Nota.* Elaboración propia

En la tabla 12 se evidenció que, el nivel de significancia obtenido es 0,000 menor que 0,01, con un Rho de Spearman del 0,883, podemos decir que existió una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión comunicación interna y la variable percepción del desempeño laboral.

## V. DISCUSIÓN

Según el objetivo general, determinar la relación del endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, en los resultados correspondientes, se obtuvo que en la tabla 2 la correlación fue de 0,799, con un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,05, lo que significa que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables de investigación, lo cual es confirmado en el trabajo de investigación de García (2018) que obtuvo como resultado una correlación de 0,681 con un nivel de significancia menor al 0,05, concluyendo que la relación entre lo propuesto, es significativa. A su vez, los datos obtenidos, al ser comparados con otro autor, Cáceres (2021) obtuvo una correlación de 0,672, con una significancia de 0,01, demostró que, si tuvo una asociación relativamente fuerte, de manera que aceptó su hipótesis alterna, demostrando que, si existe relación entre la variable endomarketing y el desempeño laboral. Con estos resultados comparados, se puede afirmar que, según los teóricos presentados, a un mejor manejo del endomarketing habrá mejores resultados en el desempeño laboral de los colaboradores, tal y como lo presenta Rafiq y Ahmed (2000) que hacen énfasis a la motivación, alcanzada por medio de las actividades desarrolladas junto con el empowerment, ambos factores tienen influencia en la satisfacción del cliente interno, resaltando además de la coordinación e integración que deben poseer, sin dejar de lado que todo esto debe ser posible y alcanzado mediante la participación del área de recursos humanos y marketing.

Según el objetivo específico 1, analizar el nivel de endomarketing de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, los resultados obtenidos en la tabla 3 y figura 2 se evidenció que el nivel que predominó más es el Malo con un 50,9%, siguiendo de un nivel regular en 34,0% y un nivel bueno de 15,1%, datos que al ser comparados por Angeles y Coll (2021) donde utilizaron cinco niveles de escala de valoración, concluyeron que del total de los encuestados el 3.30% percibió un nivel muy alto, el 21.70% un nivel alto, el 14.40% un nivel medio y entre la sumatoria del nivel bajo y muy bajo un 60,5% lo que significó que la empresa debió enfocarse en sus trabajadores, debido a que los autores identificaron que existe poca valoración al personal, sumado de que ofrecer incentivos o programas de desarrollo profesional. Así mismo, los datos obtenidos,

al ser comparados con otro autor, Arroyo y Romero (2020), donde utilizaron cinco niveles de escala en la valoración, llegaron a la conclusión de que el 2% de los trabajadores se encuentra en un nivel muy bajo, el 12% en un nivel bajo, el 53% en un nivel medio, el 29% en un nivel alto y el 5% con un nivel muy alto, estos resultados demuestran que las organizaciones, no le dan la debida importancia a su cliente interno, para que se sienta parte de la misma. Es por ello que, con los resultados comparados, se puede decir que la implementación del endomarketing o marketing interno es esencial y que además contribuye a las relaciones sanas entre empleador y colaborador, además que, según Bansal et al. (2001) resaltan que la práctica de recursos humanos debe estar integrado dentro del marketing interno, para que exista lealtad del cliente interno, satisfacción y confianza en la gestión, pues dicha área son las que atienden los objetivos previstos, además de que como línea general, los autores hacen presente que al tener empleados satisfechos habrá un impacto positivo ante los clientes.

Según el objetivo específico 2, analizar el nivel de percepción del Desempeño Laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, los resultados obtenidos en la tabla 4 y figura 3 se evidenció que el nivel que predominó más es el bajo con un 54,7%, siguiendo de un nivel medio en 28,3% y un nivel alto de 17,0%, datos que al ser comparados por Perez (2020) concluyó que tuvo como resultados, que el desempeño laboral, según el 57.8% de funcionarios es regular, mientras que un 28.9% lo describió con un nivel bajo y el 13.3% percibió en un nivel alto. De igual manera, los datos obtenidos, al ser compararse con otros autores, Omotunde y Alegbeleye (2021) quienes valoraron el desempeño laboral con una escala de tres niveles, obtuvieron que el 53.3% considera que el desempeño laboral es moderado, el 46.7% lo percibe como alto y absolutamente nadie lo califica como bajo, donde llegaron a la conclusión, de que es debido a la diferencia de culturas entre sociedades. Con estos resultados comparados, se puede decir que es necesario conocer el desempeño de cada colaborador ante su puesto de trabajo, ya que influye directamente a la organización, además de que debe existir compromiso con sus colaboradores, para que estos puedan mejorar su desempeño y así obtener mejores resultados, es por ello que, complementando con la investigación, según Motowidlo y Kell (2012), el desempeño laboral, es en



relación a los episodios conductuales que tiene un individuo, además de que es un valor esperado para la organización, todo ello se debe basar en indicadores que tenga sentido mediante las estrategias y definiciones, es decir, los autores resaltan que, toda organización espera resultados en base a los comportamientos de los colaboradores ante un periodo determinado, de tal manera para que se tome riendas en el asunto y se puedan aplicar las estrategias correspondientes.

Según el objetivo específico 3, determinar la relación entre las dimensiones del endomarketing y la percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, en la tabla 6 se evidenció que, para la relación entre la dimensión desarrollo personal y la variable percepción del desempeño laboral se obtuvo una correlación de 0,870, de igual manera para la relación entre la dimensión contratación y retención de los empleados y la variable percepción del desempeño laboral se obtuvo una correlación de 0,871, por consiguiente para la relación entre la dimensión adecuación al trabajo y la variable percepción del desempeño laboral se obtuvo una correlación de 0,642, finalmente para la relación entre la dimensión comunicación interna y la variable percepción del desempeño laboral se obtuvo una correlación de 0,883, datos que al ser comparados por Gutierrez (2020) concluyó que obtuvo resultados positivos en relación a las dimensiones del marketing interno con el desempeño laboral, incidiendo de manera directa y significativa. Así también, los datos obtenidos, al ser comparados por otros autores, García y Tomaguilla (2021), la dimensión de desarrollo del empleado y la variable desempeño laboral, obtuvo un grado de significancia de 0,584 y una correlación de 0,075, lo que significó que no existe relación significativa, mientras que, con las otras dimensiones, demostraron que si existe una correlación significativa con la variable estudiada, por lo tanto, los autores dedujeron que el endomarketing si influye en el desempeño laboral de los colaboradores. Con estos datos comparados, se afirma además que, contribuye de manera favorable prestar atención a las necesidades y/o requerimientos del cliente interno y que ayuda a tener una ventaja competitiva en la organización, alcanzando mejores resultados. Los aportes teóricos del marketing interno, según los autores presentados y en relación con las comparaciones presentadas, Rafiq y Ahmed (200) y Bansal et al. (2001) tienen en común que enfocan al colaborador como

cliente interno, además de que resaltan el Empowerment como uno de los ejes principales de aplicación, seguido de ello, de que las organizaciones deben tener un enfoque orientado al colaborador y que al implementar el marketing interno, existirá un comportamiento y satisfacción al cliente externo que muchas empresas logran tener hoy en día. De igual importancia ante los resultados obtenidos, según Chiavenato (2009) en sus principios de desempeño laboral, resalta el poder recompensar los talentos mediante los buenos resultados, teniendo en cuenta que el empleador o jefe inmediato es responsable de la formación, satisfacción y desempeño de sus colaboradores, además de que debe existir el liderazgo del cambio, ya que el área de recursos humanos debe asumir un papel decisivo para mejorar el desempeño humano y apoyar en la ejecución de los objetivos organizacionales. Un buen lugar para trabajar es sinónimo de confianza de los colaboradores, ya que sienten orgullo y comodidad dentro de su centro de trabajo. Es importante mencionar además que uno de los aportes teóricos, siguiendo con los resultados evidenciados a lo largo de la investigación, es el autor Campbell (1990) donde resalta también que, la disciplina personal, refleja aspectos de actuación en los colaboradores, el modelo que plasma el autor, tiene por finalidad formular estrategias con enfoque al cumplimiento de los objetivos organizacionales, ya que al ser un instrumento multidimensional, refleja los comportamientos y un mejor control de los resultados.

## VI. CONCLUSIONES

1. Según los resultados encontrados, en base al objetivo general, determinar la relación del endomarketing y la percepción del desempeño laboral de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, se llegó a concluir que, ambas variables se relacionan significativamente, con una correlación de 0,799, por lo cual se puede decir que, la implementación del endomarketing repercute en el desempeño laboral de los colaboradores del colegio público.
2. Así mismo, mediante el primer objetivo específico, analizar el nivel de endomarketing de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, se concluye que, el nivel que más predomina es el malo, con un 50,9%, representativo a 27 encuestados, por lo cual, es necesario que las estrategias en relación al endomarketing sean más precisas y evaluadas.
3. Por consiguiente, el segundo objetivo específico, analizar el nivel de percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, se concluye que, el nivel que más predomina es el bajo, con un 54,7%, representativo a 29 encuestados, determinando así, que no repercute de manera adecuada las estrategias a los colaboradores y que faltan desafíos por implementar.
4. Finalmente, el tercer objetivo específico, determinar la relación entre las dimensiones del endomarketing y la percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023, se concluye que, todos los resultados de las pruebas de normalidad de las dimensiones del endomarketing y la variable percepción del desempeño laboral, tienen un nivel de significancia menor a 0,05, especificando que, para la dimensión desarrollo personal se obtuvo una correlación de 0,870, la dimensión contratación y retención de los empleados se obtuvo una correlación de 0,871, la dimensión adecuación al trabajo se obtuvo una correlación de 0,642 y la dimensión comunicación interna se obtuvo una correlación de 0,883, de tal manera que es importante mencionar que, se debe tener en cuenta lo plasmado para que exista y aumente el nivel de desempeño laboral en los colaboradores.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Como recomendación a los directivos del colegio, aplicar como mejora adicional, encaminar hacia un enfoque cualitativo, a través de un Focus Group a todos los colaboradores en un grupo reducido y en tiempos fraccionados, además de que esté especificado en el plan de marketing interno según los cronogramas establecidos, con la finalidad de que se pueda complementar los datos obtenidos y conocer las opiniones, temas de interés y mejoras para un correcto desempeño laboral.
2. Haciendo enfoque a los resultados alcanzados en el nivel de endomarketing de los colaboradores, es importante mencionar que los directivos del colegio deben medir e identificar constantemente los indicadores más predominantes como las oportunidades de desarrollo, competencia personal, libertad de decisión y la comunicación en general, debido a que no todos la perciben.
3. Haciendo énfasis a los resultados que se obtuvieron en el nivel de percepción del desempeño laboral de los colaboradores, es importante mencionar que los directivos del colegio deben medir e identificar constantemente los indicadores más predominantes como la disciplina, cooperación y trabajo en equipo, además de implementar una evaluación 180° (evaluaciones realizadas entre superior y colaborador) y una evaluación 360° (evaluaciones realizadas entre equipos).
4. Los resultados hallados en relación a las dimensiones del endomarketing y la percepción del desempeño laboral de los colaboradores, se recomienda a los directivos del colegio que, para el desarrollo personal, hagan conocer los puntos débiles de manera constructiva e impulsar a la marcación de metas. En la contratación y retención de los empleados, contar con directivos enfocados al liderazgo motivacional. En la adecuación al trabajo, implementar métricas de evaluación relacionadas a su experiencia y expectativa laboral. Y en la comunicación interna, promover contenidos específicos para la circulación interna, estimulación de las conversaciones y participación en proyectos.

## REFERENCIAS

- Ameyaw Domfeh , H., & Hunsaker , W. (2020). The Effect of Job Security on the Commitment of Teachers in Ghana: The Mediating Role of Career Satisfaction. *Wseas*, 17, 164-171. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.18>
- Angeles Gayoso, J., y Coll Cardenas Gonzales, L. (2021). *Endomarketing y compromiso organizacional de los colaboradores de la empresa Marlyons Operador Logístico, Chimbote - 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92365/Angelas\\_GJP-Coll%20Cardenas\\_GLK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92365/Angelas_GJP-Coll%20Cardenas_GLK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arévalo Vela, J. (2021). El contrato de trabajo en la legislación peruana vigente. *Revista de Derecho Procesal del Trabajo*, 03(03), 13-55. <https://doi.org/10.47308/rdpt.v3i3.2>
- Arias Gonzáles, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa: Enfoques Consulting EIRL. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>
- Ariza Taylor, C., y Mesino Bustos, P. (2021). *Endomarketing en las entidades promotoras de salud (EPS) de la ciudad de Barranquilla*. [Tesis de pregrado, Universidad de la Costa] Repositorio CUC. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/8808/Endomarketing%20en%20las%20entidades%20promotoras%20de%20salud%20%28EPS%29%20de%20la%20ciudad%20de%20barranquilla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arrieta Valderrama, E., Cabarcas Velasquez, M., y Rodríguez Arias, C. (2019). Análisis de las necesidades de bienestar laboral de los empleados de universidades en la región caribe: Caso barranquilla. *Adgnosis*, 08(08), 73-90, <https://doi.org/10.21803/adgnosis.v8i8.365>
- Arroyo Cachique, I., y Romero Sánchez, J. (2020). *Endomarketing y la calidad de servicio de los trabajadores de la Municipalidad distrital de Nuevo Chimbote, 2020*, [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71855>
- Asadul , I., & Faraj Mazyed , F. (2022). Justification for Adopting Qualitative Research Method, Research Approaches, Sampling Strategy, Sample Size, Interview Method, Saturation, and Data Analysis. *Journal of International Business and Management (JIBM)*, 05(01), 1-11. <https://doi.org/10.37227/JIBM-2021-09-1494>

- Bansal, H., Mendelson, M., & Sharma, B. (2001). The impact of internal marketing activities on external marketing outcomes. *Journal of Quality Management*, 6(1), 61-76. [https://doi.org/10.1016/S1084-8568\(01\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S1084-8568(01)00029-3)
- Baumgärtner, S., Petersen, T., & Schiller, J. (2018). The Concept of Responsibility: Norms, Actions and Their Consequences. *SSRN*, 54. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3157667>
- Benalcázar Silva, C. (2020). *Relación de la satisfacción laboral y el desempeño del personal en la empresa LUMINEX RESOURCES*. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar] Repositorio UASB [https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7627/1/T3315-MDTH-Benalc%  
c3%a1zar-Relacion.pdf](https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7627/1/T3315-MDTH-Benalc%c3%a1zar-Relacion.pdf)
- Beuren, I., Dos Santos, V., Bernd, D., & Ferraz Pazetto, C. (2020). Reflections of Information Sharing and Collaborative Innovation in the Social Responsibility of Cooperatives. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22(02), 310-330, <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i2.4052>
- Bohnenberger, M. (2005). *Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. [Tesis de Doctorado, Universitat De Les Illes Balears] Repositorio UIB. [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/2699/Bohnenberger\\_MariaCristina.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/2699/Bohnenberger_MariaCristina.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Borja Mucha, E., y Huacho Illanes, J. (2020). *Endomarketing y su relación con el desempeño laboral del personal de la I.E.P. Gotitas de Rocío en la localidad de Huancayo - 2020*, [Tesis pregrado, Universidad Continental] Repositorio Continental [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9087/4/IV\\_FC  
E\\_317\\_TI\\_Borja\\_Huacho\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9087/4/IV_FC_E_317_TI_Borja_Huacho_2020.pdf)
- Cadena Iñiguez, P., Rendón Medel, R., Aguilar Ávila, J., Salinas Cruz, E., Cruz Morales, F. d., & Sangerman Jarquín, D. (2017). Quantitative methods, qualitative methods or combination of research: an approach in the social sciences. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 08(07), 1603-1617. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-  
09342017000701603&lng=pt&tlng=en](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342017000701603&lng=pt&tlng=en)
- Campbell, J., McHenry, J., & Wise, L. (1990). Modeling job performance in a population of jobs. *Personnel Psychology*, 43(2), 313-575. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1990.tb01561.x>
- Campbell, J. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 01.
- Cash, P., Isaksson, O., Maier, A., & Summers, J. (2022). Sampling in design research: Eight key considerations. *Design Studies*, 78, 101077. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2021.101077>

- Cáceres Cama, P. (2021). El Endomarketing y su relación con El Desempeño Laboral de los colaboradores de la empresa Sertaad S.R.L. en la región de Tacna y Moquegua, Año 2020, [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna] Repositorio UPT. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1842/Caceres-Cama-Patricia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo Sierra, D., Gonzáles Consuegra, R., y Olaya Sánchez, A. (2018). Validez y confiabilidad del cuestionario Florida versión en español. *Revista Colombiana de Cardiología*, 25(02), 131-137. <https://doi.org/10.1016/j.rccar.2017.12.018>
- Chacón, J., y Rugel, S. (2018). Artículo de revisión. Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. *Revista espacios*, 39(50), 14. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/18395014.html#iden>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: The McGraw-Hill.
- Cisneros Caicedo , A., Guevara García, A., Urdánigo Cedeño, J., y Garcés Bravo, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Revista científica Dominio de las ciencias*, 08(01), 1165-1185. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383508>
- Colunge Chu, L. (2021). *Endomarketing y desempeño laboral en los colaboradores de la empresa Makita Perú, Lurín – 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio autonoma. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1795/Colunge%20Chu%2c%20Lucero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Contreras García, F., & González Alvarado, T. (2021). Business Resilience and Social Inclusion: A Critical Reflection on Internal Marketing. *Mercados y negocios*, 22(43), 77–96. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7630>
- Cooper, J., & Cronin, J. (2000). Internal Marketing: A Competitive Strategy for the Long-Term Care Industry. *Journal of Business Research*, 48(3), 177-181. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00084-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00084-8)
- Córdova, F., & Alberto, C. (2018). Measurement of efficiency in the construction industry and its relationship with working capital. *Revista ingeniería de construcción*, 33(1), 69-82. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50732018000100069>
- Davidescu, A., Apostu, S., Paul, A., & Casuneanu, I. (2020). Work Flexibility, Job Satisfaction, and Job Performance among Romanian Employees- Implications for Sustainable Human Resource Management. *Sustainability*, 12(15), 6086. <https://doi.org/10.3390/su12156086>
- Díaz Dumont, J., Ledesma Cuadros, M., Rojas Vargas, S., y Díaz Tito, L. (2020). Los cuatro saberes de la educación como formación continua en las

- empresas. *Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 19(19), 17-47.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2020000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2020000100003&lng=es&tlng=es).
- García Cali, E., Barros Arrieta, D., y Valle Ospino, A. (2018). Endomarketing desde el paradigma de la sostenibilidad organizacional: Una revisión de la literatura. *Desarrollo Gerencial*, 10(02), 65-82.  
<https://doi.org/10.17081/dege.10.2.3219>
- García Calvo, N. (2018). *Relación entre el endomárketing y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Viajes Club S.A. del distrito de Miraflores – 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio ucv.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19884/GARCI\\_A\\_CNI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19884/GARCI_A_CNI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García Gaona, A., y Tomanguilla Higinio, A. (2021). *Relación entre Marketing Interno y Desempeño Laboral del Talento Humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021*. [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio ucv.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72701/Garc% c3%ada\\_GAP-Tomanguilla\\_HA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72701/Garc%c3%ada_GAP-Tomanguilla_HA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García Ramírez, E. (2021). *El empoderamiento organizacional y su relación con la calidad de servicio de los usuarios de Supermercados la Inmaculada de Tarapoto*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Martín] Repositorio unsm.  
<https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/11458/4139/1/MAEST.GEST.EMP.%20-%20Ernesto%20Eliseo%20Garc%C3%ADa%20Ram%C3%ADrez.pdf>
- Gómez Chacón, R., García Fernández, J., Morales Sánchez, V., & Hernández Mendo, A. (2020). Adaptación y validación del cuestionario del empleado saludable del modelo HERO. *Annals of Psychology*, 36(2), 361-369.  
<https://doi.org/10.6018/analesps.395431>
- Gonzales Morales, C. (2021). *Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los trabajadores del Grifo Gaspetrol de Chimbote - 2021*. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio ucv.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/76284>
- Gutierrez Rodriguez, K. (2020). *El marketing interno y el desempeño laboral en la empresa programa de capacitación y formación docente E.I.R.L. de la ciudad de trujillo, año 2020*, [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte] Repositorio upn.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27677/Gutierrez%20Rodriguez%2c%20Katherin%20Patricia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>



- Hernández Holguín, D., Sánchez, I., Páez, E., y Montoya Vásquez, E. (2016). El desarrollo personal de los jóvenes de Medellín, Colombia: más allá de las conductas de riesgo y de resiliencia. *Cadernos de Saúde Pública*, 32(11). <https://doi.org/10.1590/0102-311X00103614>
- Jain, A., Gupta, B., & Bindal, M. (2019). A Study of Employee Motivation in Organization. *International Journal of Engineering and Management Research*, 09(06), 65-68. <https://doi.org/10.31033/ijemr.9.6.11>
- Jiafu, S., Fengting, Z., Wang, D., Sindakis, S., Xiao, Y., & Herrera, E. (2023). Examining the Influence of Knowledge Spillover on Partner Selection in Knowledge Alliances: The Role of Benefit Distribution. *Computers & Industrial Engineering*, 180, 109245. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.109245>
- Kang, J., Lee, M., Fairchild, E., Caubet, S., Peters, D., Beliles, G. & Matti, L (2020) Relationships Among Organizational Values, Employee Engagement, and Patient Satisfaction in an Academic Medical Center. *Mayo Clinic Proceedings: Innovations, Quality & Outcomes*. 4 (1), 8-20, <https://doi.org/10.1016/j.mayocpiqo.2019.08.001>
- Karabay, M. (2021). Job performance, innovative work-behaviour, job satisfaction and psychological ownership: Evidence from insurance sector. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 303, 372-385. <https://www.ijmssr.org/paper/IJMSSSR00451.pdf>
- Koziol Nadolna, K., & Beyer, K. (2021). Determinants of the decision-making process in organizations. *Procedia Computer Science*, 192, 2375-2384. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.006>
- Kyunga, N. (2021). The Effect of On-the-Job Training and Education Level of Employees on Innovation in Emerging Markets. *Journal of Open Innovation: Technol. Mark. Complex*, 7(1), 47. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010047>
- La República (2020, enero 24). Empleo: Solo el 24% de los peruanos son felices en su trabajo. <https://larepublica.pe/economia/2020/01/25/empleo-solo-el-24-de-los-peruanos-son-felices-en-su-trabajo/>
- Linares Castillo, O. (2022). Endomarketing, calidad de servicio y gerencia en el sector educativo. *Comunifé*, 22(XXII), 23–29. <https://doi.org/10.33539/comunife.2022.n22.2681>
- Lisbona, A., Las Hayas, A., J. Palací, F., & Frese, M. (2021). Initiative in Work Teams: Lever between Authentic Leadership and Results. *International journal of Environmental Research and Public Health*, 18(09), 4947. <https://doi.org/10.3390/ijerph18094947>
- Lopes Pimenta, M., Olivo Bertan, F., Jugend, D., & Hilletoth, P. (2020). Integração interfuncional no contexto de desenvolvimento de produtos: revisão da

- literatura e agenda de pesquisa. *Exacta*, 18(2), 438–458.  
<https://doi.org/10.5585/exactaep.v18n2.10493>
- Motowidlo, S., & Kell, H. (2012). Job Performance. *Industrial and Organizational Psychology*, 12. <https://doi.org/10.1002/9781118133880.hop212005>
- Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote (2020, 11 de julio) *El ex alcalde Domingo Caldas propuso e implementó un reordenamiento y reestructuración del taller Municipal* [Publicación]. Facebook.  
<https://www.facebook.com/muninuevochimboteoficial/posts/1731234963683327>
- Navarro, P., Alemán, I., Sandoval, C., Matamala, C., & Corsini, G. (2020). Statistical testing methods for data analysis in dental morphology. *International Journal of Morphology*, 38(05), 1317-1324. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022020000501317>
- Omotunde, O., & Alegbeleye, G. (2021). Talent management practices and job performance of librarians in university libraries in Nigeria. *The Journal of Academic Librarianship*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102319>
- Organización de las Naciones Unidas (2022, abril 6). *El 25% de los empleados no se sienten valorados en sus trabajos*.  
<https://news.un.org/es/story/2022/04/1506792>
- Oquendo Puerta, S., & Bermúdez, H. (2020). Performance appraisal: an experience between recognition and contempt. *Cuadernos De Administración*, 36(68), 71-81. <https://doi.org/10.25100/cdea.v36i68.9810>
- Ortiz, G., Rosas, M., y Codorniz, E. (2019). Precisión instruccional y disciplina en el aula en estudiantes de secundaria. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 2(2), 15. <https://revistacneip.org/index.php/cneip/article/view/40>
- Pande, A., & Deshpande, A. (2020). Recruitment and Staff Retention as a key role of Human Resource Management. *Solid state technology*, 63(5), 6282-6286.  
[https://www.researchgate.net/publication/352847226\\_Recruitment\\_and\\_Staff\\_Retention\\_as\\_a\\_key\\_role\\_of\\_Human\\_Resource\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/352847226_Recruitment_and_Staff_Retention_as_a_key_role_of_Human_Resource_Management)
- Pawar, N. (2020). Type of Research and Type Research Design. *ResearchGate*, 46-57. [https://www.researchgate.net/profile/Neelam-Pawar-3/publication/352055750\\_6\\_Type\\_of\\_Research\\_and\\_Type\\_Research\\_Design/links/60b72b1492851cde884a9d6d/6-Type-of-Research-and-Type-Research-Design.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Neelam-Pawar-3/publication/352055750_6_Type_of_Research_and_Type_Research_Design/links/60b72b1492851cde884a9d6d/6-Type-of-Research-and-Type-Research-Design.pdf)
- Perez Tocas, J. (2020). *Selección de personal y desempeño laboral en funcionarios de una Municipalidad, Chimbote, 2020*, [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio ucv.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52988/Perez\\_TJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52988/Perez_TJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Pierre, R. y Harris, P. (2020). COVID-19 en América Latina: Retos y oportunidades. *Revista chilena de pediatría*, 91(2), 179-182. <https://www.scielo.cl/pdf/rcp/v91n2/0370-4106-rcp-rchped-vi91i2-2157.pdf>
- Portocarrero Gallo, L. (2020). *Cultura organizacional y desempeño laboral en trabajadores administrativos de una universidad de Chimbote – 2020*, [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio ucv. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59004/Portocarrero\\_GLL-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59004/Portocarrero_GLL-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Pozzo, M., Borgobello, A., y Pierella, M. (2018). Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad; análisis de experiencias desde una perspectiva situada. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Socia*, 08(02), e046. <https://doi.org/10.24215/18537863e046>
- Prado Roman, C., Diez Martin, F., & Blanco Gonzalez, A. (2020). The effect of communication on the legitimacy and performance of organizations. *Review of Business Management*, 22(03), 565–581. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v22i3.4071>
- Publicaciones Semana (2020, marzo 7). Marketing interno, estrategia para motivar a empleados de empresas. <https://www.semana.com/management/articulo/como-motivar-a-los-trabajadores-para-que-no-renuncien/291402/>
- Quintero, R., Gámez Toirac, Y., Matos Laffita, D., González Rodríguez, I., Labori Ruiz, R., & Guevara Silveira, S. (2021). Eficacia, efectividad, eficiencia y equidad en relación con la calidad en los servicios de salud. *INFODIR*, 17(35), 1-27. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumenl.cgi?IDARTICULO=106900>
- Rafiq, M., & Ahmed, P. (2000). Advances in the internal marketing concept: Definition, synthesis and extension. *Journal of Services Marketing*, 14(6), 449-462. <https://doi.org/10.1108/08876040010347589>
- Riyaz Ansari, M., Bhoje, R., & Bhosale, S. (2022). A study on research design and its types. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 09(07), 1132-1135. <https://www.irjet.net/archives/V9/i7/IRJET-V9I7216.pdf>
- Rodríguez, C., Olmedo, E., & Expósito, J. (2022). The effects of teamwork on critical thinking: A serial mediation analysis of the influence of work skills and educational motivation in secondary school students. *Thinking Skills and Creativity*, 45, 101063. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101063>
- Rojas, K. (2019, febrero 5). Camino a la fidelización o hacia una estrategia de marketing inversa. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/camino-fidelizacion-estrategia-marketing-inversa-265685-noticia/?ref=gesr>

- Ruiz Ordinola, A. (2021). *Relación entre las estrategias de Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa transnacional - 2021*, [Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio ucv. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79550/Ruiz\\_OAL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79550/Ruiz_OAL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez Rodríguez, D., Acosta Prado, J., y Tafur Mendoza, A. (2021). Prácticas de gestión del conocimiento y trabajo en equipo en instituciones de educación superior: escalas de medición. *Formación universitaria*, 14 (1), 157-168. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000100157>
- Simone Francescon, C. (2018). Cooperation: A Concept Analysis. *Asian Journal of Business Management Studies*, 9(2), 28-31. [https://idosi.org/ajbms/9\(2\)18/2.pdf](https://idosi.org/ajbms/9(2)18/2.pdf)
- Stulp, F., & Beetz, M. (2008). Combining declarative, procedural, and predictive knowledge to generate, execute, and optimize robot plans. *Robotics and Autonomous Systems*, 56(11), 967-979. <https://doi.org/10.1016/j.robot.2008.08.011>
- Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in*, 05(02), 18-27. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3205035>
- Thelen, P., & Formanchuk, A. (2022). Culture and internal communication in Chile: Linking ethical organizational culture, transparent communication, and employee advocacy. *Public Relations Review*, 48(1), 102137. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102137>
- Villarroel, J. y Medina, V. (2022). La remuneración y su evolución histórica en Ecuador frente a economías de primer mundo. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(S1), 184199. <https://doi.org/10.51247/st.v5iS1.242>

## ANEXOS

### ANEXO 1: TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

<b>Título:</b> Endomarketing en los Colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023.						
<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
Endomarketing	García et al. (2018) definió el endomarketing desde una perspectiva estratégica, ya que busca satisfacer las necesidades del cliente interno con la finalidad de que exista la motivación y calidad de trabajo, dando resultados de satisfacción al cliente externo.	Se midió a través de un cuestionario con 19 preguntas, enfocado a las cuatro dimensiones implementadas, las cuales son desarrollo personal, contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo y comunicación interna.	Desarrollo personal.	Capacitación	1,2	Ordinal  Malo (19-44), Regular (45-70), Bueno (71-95)
				Oportunidades de desarrollo	3	
				Competencia personal	4,5	
			Contratación y retención de los empleados.	Contrato laboral	6,7	
				Remuneraciones	8,9,10	
			Adecuación al trabajo.	Libertad de decisión	11,12	
				Atención de las necesidades laborales	13,14	
				Comunicación interna.	Comunicación de resultados	
			Comunicación de valores institucionales		17,18	
			Comunicación Oportuna		19	
<b>Título:</b> Percepción del Desempeño laboral en los Colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023.						
<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>
Percepción del Desempeño laboral	Según Davidescu, et al. (2020) consideraron que el desempeño laboral es un elemento importante para las organizaciones, ya que es un reflejo de sus comportamientos, acciones y resultados medibles con los que los colaboradores aportan a la empresa.	Se midió a través de un cuestionario, enfocado a las dimensiones factores actitudinales y factores operacionales, con 19 preguntas relacionadas a éstas.	Factores Actitudinales.	Disciplina	1, 2, 3	Ordinal  Bajo (19-44), Medio (45-70), Alto (71-95)
				Cooperación	4, 5	
				Responsabilidad	6,7	
				Iniciativa	8,9,10	
			Factores operativos.	Trabajo en equipo	11,12,13	
				Conocimiento del trabajo	14,15	
				Calidad del trabajo	16,17	
				Eficacia	18	
				Eficiencia	19	

## ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO DE ENDOMARKETING

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo conocer las percepciones de los colaboradores en relación a la institución educativa. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: [jciriacor@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jciriacor@ucvvirtual.edu.pe) o [jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe)

**INSTRUCCIONES:** Marque con un aspa "X" en el recuadro que considere, con respecto al endomarketing del colegio público donde labora, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

1: Nunca    2: Casi nunca    3: A veces    4: Casi siempre    5: Siempre

Sexo: M \_\_\_ F \_\_\_

N°	ITEMS	Escala y valores				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Desarrollo Personal</b>						
1	¿Participa usted de las capacitaciones programadas para mejorar su actividad laboral?					
2	¿Considera usted que la institución lo capacita adecuadamente para su desarrollo personal y profesional?					
3	¿Considera usted que la institución le ofrece oportunidades de desarrollo personal para aumentar su conocimiento y mejorar sus labores?					
4	¿Considera usted que la institución le brinda a detalle sus responsabilidades laborales?					
5	¿Considera usted que la institución le ofrece conocimientos enriquecedores para la mejora de sus actividades?					
<b>Dimensión 2: Contratación y retención de los empleados</b>						
6	¿Considera usted que su contrato laboral es técnico y transparente a lo que necesita?					
7	¿Considera usted que la institución fija los deberes y derechos en su contrato laboral, de acuerdo a los					

	reglamentos establecidos por el estado peruano?					
8	¿Considera usted que su remuneración está de acuerdo a la función y/o cargo que desempeña?					
9	¿Considera usted que la institución reconoce, como parte de su remuneración las horas extras laboradas?					
10	¿Considera usted que la institución le brinda incentivos adicionales?					
<b>Dimensión 3: Adecuación al trabajo</b>						
11	¿Considera usted que la institución le ofrece la libertad de tomar decisiones relativas al desarrollo de su actividad?					
12	¿Dispone usted de toda la información adecuada para una mejor toma de decisiones?					
13	¿Considera usted que la institución brinda horarios de trabajo accesibles acorde a su disponibilidad y al servicio que brinda?					
14	¿Considera usted que la institución atiende sus requerimientos y necesidades de manera oportuna, para un buen desempeño de sus actividades?					
<b>Dimensión 4: Comunicación interna</b>						
15	¿Considera usted que la institución comunica los resultados de manera clara y oportuna?					
16	¿Considera usted que conoce todos los resultados en su área de trabajo?					
17	¿Considera usted que conoce y aplica los valores de la institución?					
18	¿Considera usted que la comunicación entre superiores y colaboradores de la institución es fluida, clara y respetuosa?					
19	¿Considera usted que la comunicación en la institución es transmitida a su debido tiempo?					

## **FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO PARA MEDIR EL ENDOMARKETING**

**Nombre:** Cuestionario de endomarketing

**Autor(es):** Ciriaco Romero Johan Edward y Morales Chavez Juleisi Karina.

**Objetivo:** Determinar el nivel de endomarketing de los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, reafirmando que los resultados serán confidenciales y con fines académicos.

**Duración:** 10 minutos aproximadamente

**Número de ítems:** El instrumento es un cuestionario individual de 19 ítems de respuesta múltiple según escala tipo Likert

**Aplicación:** De manera directa a los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco.

**Muestra:** Se presenta una población muestral de 53 colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco.

**Dimensiones:** Se consideró cuatro dimensiones: desarrollo personal, contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo y comunicación interna.

**Escala valorativa:** Mediante un cuestionario que contiene 5 posibles respuestas. Se tendrá en cuenta los siguientes criterios de evaluación:

1: Nunca    2: Casi nunca    3: A veces    4: Casi siempre    5: Siempre

**Observaciones:** Los niveles y rangos establecidos son: Malo (19-44), Regular (45-70) y Bueno (71-95).



## CUESTIONARIO DE LA PERCEPCIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo conocer el desempeño de los colaboradores dentro de la institución educativa. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo:

[jciriacor@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jciriacor@ucvvirtual.edu.pe) o [jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe)

**INSTRUCCIONES:** Marque con un aspa "X" en el recuadro que considere, con respecto al desempeño laboral del colegio público donde labora, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

1: Nunca    2: Casi nunca    3: A veces    4: Casi siempre    5: Siempre

Sexo: M \_\_ F \_\_

N°	ITEMS	Escala y valores				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1: Factores Actitudinales</b>						
1	¿Considera usted que cumple en su totalidad con lo dispuesto o previsto en el reglamento interno del trabajo?					
2	¿Se considera usted disciplinado en función a su desempeño dentro de la organización?					
3	¿Considera usted que cumple a satisfacción todos los lineamientos establecidos por la organización?					
4	¿Considera usted que su actitud cooperativa dentro de la institución da siempre los resultados esperados?					
5	¿Considera usted que es totalmente cooperativo con sus compañeros de trabajo?					
6	¿Considera usted que cumple en su totalidad con las tareas que se le asignan dentro de sus labores establecidas?					
7	¿Usualmente usted actúa con responsabilidad ante las nuevas labores encomendadas por parte de sus superiores?					
8	¿Usualmente usted propone ideas para la solución					

	de problemas que surjan en la institución?					
9	¿Considera usted que se anticipa a ofrecer ayuda a sus compañeros de trabajo?					
10	¿Usualmente usted propone estrategias de mejora?					
<b>Dimensión 2: Factores Operativos</b>						
11	¿Considera usted que realiza trabajo en equipo de manera eficiente con sus compañeros?					
12	¿Considera usted que las relaciones interpersonales le ayudan a realizar un mejor trabajo en equipo?					
13	¿Considera usted que se definen ordenadamente las responsabilidades del equipo?					
14	¿Considera usted que con sus conocimientos adquiridos logra realizar su trabajo de forma adecuada?					
15	¿Considera usted que aplica sus conocimientos técnicos en el cargo que desempeña?					
16	¿Usualmente usted labora de acuerdo a los estándares que establece la institución para mejorar la calidad del servicio que brinda?					
17	¿Considera que realiza de forma organizada las labores que le encomiendan según su puesto de trabajo?					
18	¿Considera usted que está contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales de la institución?					
19	¿Considera usted que está siendo más productivo al racionalizar los recursos en comparación a cuando empezó a laborar dentro de la institución?					

## **FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO PARA MEDIR LA PERCEPCIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL**

**Nombre:** Cuestionario de la percepción del desempeño laboral

**Autor(es):** Ciriaco Romero Johan Edward y Morales Chavez Juleisi Karina.

**Objetivo:** Determinar el nivel de percepción del desempeño laboral de los colaboradores del de un colegio público en la ciudad de Coishco, reafirmando que los resultados serán confidenciales y con fines académicos.

**Duración:** 10 minutos aproximadamente

**Número de ítems:** El instrumento es un cuestionario individual de 19 ítems de respuesta múltiple según escala tipo Likert

**Aplicación:** De manera directa a los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco.

**Muestra:** Se presenta una población muestral de 53 colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco.

**Dimensiones:** Se consideró dos dimensiones: factores actitudinales y factores operacionales.

**Escala valorativa:** Mediante un cuestionario que contiene 5 posibles respuestas. Se tendrá en cuenta los siguientes criterios de evaluación:

1: Nunca    2: Casi nunca    3: A veces    4: Casi siempre    5: Siempre

**Observaciones:** Los niveles y rangos establecidos son: Bajo (19-44), Medio (45-70) y Alto (71-95).

### ANEXO 3: CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Por ser una población muestral, no se requiere de una muestra, pero presentamos la identificación de nuestra población en el siguiente cuadro:

DOCENTES PRIMARIA	DOCENTES SECUNDARIA	ADMINISTRATIVOS	PRACTICANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA
Se cuenta con 19 docentes de nivel primaria.	Se cuenta con 24 docentes de nivel secundaria incluido 2 auxiliares de educación.	Se cuenta con 8 administrativos los cuales son 1 secretaria, 1 auxiliar de biblioteca, 1 auxiliar de laboratorio y 5 Personal de servicio.	Se cuenta con 2 practicantes de nivel secundaria.

Fuente: Elaboración propia en base a la data del colegio.

Se consideró como muestra a toda la población, que da un total de 53 colaboradores, debido a que es una cantidad manejable y apta para poder aplicar los respectivos cuestionarios.

## ANEXO 4: EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

### VALIDADOR 1

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de recolección de datos de las variables Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

Nombres y apellidos del juez:	Luis Junior Montenegro Príncipe
Grado académico:	Maestría ( <input type="checkbox"/> )                      Doctor ( <input type="checkbox"/> )
Título profesional:	Licenciado en Administración Otro: .....
Área de formación académica:	Gestión ( <input type="checkbox"/> )                      Finanzas ( <input type="checkbox"/> ) Marketing ( <input type="checkbox"/> )                      Admi. de operaciones ( <input type="checkbox"/> ) Logística ( <input type="checkbox"/> )                      Recursos Humanos ( <input type="checkbox"/> )
Áreas de experiencia profesional:	Planificación estratégica, marketing, logística e investigación
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( <input type="checkbox"/> ) Más de 5 años ( <input type="checkbox"/> )
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados: Título del estudio realizado:

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	CUESTIONARIO
Autor(es):	Ciriaco Romero Johan Edward Morales Chávez Juleisi Karina
Procedencia:	Estudiantes de la Universidad César Vallejo
Administración:	PRESENCIAL
Tiempo de aplicación:	10 min. Por persona
Ámbito de aplicación:	Colaboradores de un colegio público de la ciudad de Coishco
Significación:	Se argumentará el grado de importancia que tiene las variables ante la presente investigación, además de contribuir a nuevos conocimientos, dando como solución a la problemática identificada. Así mismo, mediante las dimensiones, se permitirá explicar y analizar el comportamiento de las variables, mediante un enfoque cuantitativo.

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Endomarketing	Desarrollo personal	Según Hernández et al. (2016) hacen mención que el desarrollo personal es establecido mediante la importancia que se le da a la implementación de metas personales y el lugar que ocupa la resiliencia desde la perspectiva de cómo se lleva a cabo ciertas situaciones adversas.
	Contratación y retención	Según Pande y Deshpande (2020) resaltan que, ante la realización de contratos, previamente se hace una selección, considerando que cada organización está sujeta a sus propias políticas de recursos humanos para la contratación del candidato adecuado, así mismo posterior a su retención se puede lograr mediante la evaluación del desempeño ya que esto actúa como motivación para el colaborador y a su vez funciona como una herramienta estratégica para el crecimiento de la organización.
	Adecuación al trabajo	La adecuación al trabajo, según Gómez et al. (2020) hacen mención a que los colaboradores implementan fortalezas como el empoderamiento, esperanza, optimismo, resiliencia y autoeficacia, con la ayuda de las empresas según la función que desempeñe, esto a su vez origina una buena adecuación al trabajo, es decir buena salud y calidad de vida del colaborador, haciéndose sentir satisfecho.
	Comunicación interna	La comunicación interna, según Prado et al. (2020) mencionan que la comunicación puede entenderse como aquella interacción social que se transmite mediante mensajes orales o escritos, es por eso que, ante una buena gestión de la comunicación dentro de una organización hará que sea parte fundamental ante el comportamiento de las personas y a que además hay un efecto en el desempeño organizacional.
Percepción del desempeño laboral	Factores actitudinales	Chiavenato (2009) el autor menciona que está formado por actitudes como lo son la cooperación, responsabilidad social, disciplina e iniciativa laboral, estos se centran en el desenvolvimiento del trabajador en relación con sus demás compañeros y los códigos de ética
	Factores operacionales	Según Chiavenato (2009) está formado por diversos factores centrados al trabajo como el conocimiento laboral, calidad del trabajo, trabajo en equipo, eficacia y eficiencia, todo ello, está en relación con el desenvolvimiento laboral.

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario del Endomarketing y percepción del desempeño laboral, elaborado por Ciriaco Romero Johan Edward y Morales Chávez Juleisi Karina, en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintácticas y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Cuestionario de Endomarketing

- Primera dimensión: Desarrollo personal
- Objetivos de la Dimensión: Nivel de desarrollo personal

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacitación	¿Participa usted de las capacitaciones programadas para mejorar su actividad laboral?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución lo capacita adecuadamente para su desarrollo personal y profesional?	4	4	4	
Oportunidades de desarrollo	¿Considera usted que la institución le ofrece oportunidades de desarrollo personal para aumentar su conocimiento y mejorar sus labores?	4	4	4	
Competencia personal	¿Considera usted que la institución le brinda a detalle sus responsabilidades laborales?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución le ofrece conocimientos enriquecedores para la mejora de sus actividades?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Contratación y retención
- Objetivos de la Dimensión: Nivel de Contratación y retención

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Contrato laboral	¿Considera usted que su contrato laboral es técnico y transparente a lo que necesita?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución fija los deberes y derechos en su contrato laboral, de acuerdo a los reglamentos establecidos por el estado peruano?	4	4	4	
	¿Considera usted que su remuneración está de acuerdo a la función y/o cargo que	4	4	4	



	desempeña?				
Remuneraciones	¿Considera usted que la institución reconoce, como parte de su remuneración las horas extras laboradas?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución le brinda incentivos adicionales?	4	4	4	

• Tercera dimensión: Adecuación al trabajo

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Adecuación al trabajo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Libertad de decisión	¿Considera usted que la institución le ofrece la libertad de tomar decisiones relativas al desarrollo de su actividad?	4	4	4	
	¿Dispone usted de toda la información adecuada para una mejor toma de decisiones?	4	4	4	
Atención de las necesidades laborales	¿Considera usted que la institución brinda horarios de trabajo accesibles acorde a su disponibilidad y al servicio que brinda?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución atiende sus requerimientos y necesidades de manera oportuna, para un buen desempeño de sus actividades?	4	4	4	

• Cuarta dimensión: Comunicación interna

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Comunicación interna

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comunicación de resultados	¿Considera usted que la institución comunica los resultados de manera clara y oportuna?	4	4	4	
	¿Considera usted que conoce todos los resultados en su área de trabajo?	4	4	4	

Comunicación de Valores institucionales	¿Considera usted que conoce y aplica los valores de la institución?	4	4	4	
	¿Considera usted que la comunicación entre superiores y colaboradores de la institución es fluida, clara y respetuosa?	4	4	4	
Comunicación Oportuna	¿Considera usted que la comunicación en la institución es transmitida a su debido tiempo?	4	4	4	

Dimensiones del instrumento: Cuestionario de la Percepción del Desempeño Laboral

•Primera dimensión: Factores Actitudinales

•Objetivos de la Dimensión: Nivel de Factores Actitudinales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disciplina	¿Considera usted que cumple en su totalidad con lo dispuesto o previsto en el reglamento interno del trabajo?	4	4	4	
	¿Se considera usted disciplinado en función a su desempeño dentro de la organización?	4	4	4	
	¿Considera usted que cumple a satisfacción todos los lineamientos establecidos por la organización?	4	4	4	
Cooperación	¿Considera usted que su actitud cooperativa dentro de la institución da siempre los resultados esperados?	4	4	4	
	¿Considera usted que es totalmente cooperativo con sus compañeros de trabajo?	4	4	4	
Responsabilidad	¿Considera usted que cumple en su totalidad con las tareas que se le asignan dentro de sus labores establecidas?	4	4	4	
	¿Usualmente usted actúa con responsabilidad ante las nuevas labores encomendadas por parte de sus superiores?	4	4	4	

Iniciativa	¿Usualmente usted propone ideas para la solución de problemas que surjan en la institución?	4	4	4	
	¿Considera usted que se anticipa a ofrecer ayuda a sus compañeros de trabajo?	4	4	4	
	¿Usualmente usted propone estrategias de mejora?	4	4	4	

• Segunda dimensión: Factores Operativos

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Factores Operativos

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Trabajo en equipo	¿Considera usted que realiza trabajo en equipo de manera eficiente con sus compañeros?	4	4	4	
	¿Considera usted que las relaciones interpersonales le ayudan a realizar un mejor trabajo en equipo?	4	4	4	
	¿Considera usted que se definen ordenadamente las responsabilidades del equipo?	4	4	4	
Conocimiento del trabajo	¿Considera usted que con sus conocimientos adquiridos logra realizar su trabajo de forma adecuada?	4	4	4	
	¿Considera usted que aplica sus conocimientos técnicos en el cargo que desempeña?	4	4	4	
Calidad del trabajo	¿Usualmente usted labora de acuerdo a los estándares que establece la institución para mejorar la calidad del servicio que brinda?	4	4	4	
	¿Considera que realiza de forma organizada las labores que le encomiendan según su puesto de trabajo?	4	4	4	
Eficacia	¿Considera usted que está contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales de la	4	4	4	

	institución?				
Eficiencia	¿Considera usted que está siendo más productivo al racionalizar los recursos en comparación a cuando empezó a laborar dentro de la institución?	4	4	4	




---

**Mba. Montenegro Príncipe Luis Junior**  
**DNI: 43978959**

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de  
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e  
Información Universitaria y  
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
MONTENEGRO PRINCIPE, LUIS JUNIOR DNI 43978959	<b>MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA</b>  Fecha de diploma: 13/09/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 09/07/2014 Fecha egreso: 30/07/2016	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
MONTENEGRO PRINCIPE, LUIS JUNIOR DNI 43978959	<b>LICENCIADO EN ADMINISTRACION</b>  Fecha de diploma: 16/11/2010 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
MONTENEGRO PRINCIPE, LUIS JUNIOR DNI 43978959	<b>BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b>  Fecha de diploma: 19/02/2010 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>



#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Endomarketing	Desarrollo personal	Según Hernández et al. (2016) hacen mención que el desarrollo personal es establecido mediante la importancia que se le da a la implementación de metas personales y el lugar que ocupa la resiliencia desde la perspectiva de cómo se lleva a cabo ciertas situaciones adversas.
	Contratación y retención	Según Pande y Deshpande (2020) resaltan que, ante la realización de contratos, previamente se hace una selección, considerando que cada organización está sujeta a sus propias políticas de recursos humanos para la contratación del candidato adecuado, así mismo posterior a su retención se puede lograr mediante la evaluación del desempeño ya que esto actúa como motivación para el colaborador y a su vez funciona como una herramienta estratégica para el crecimiento de la organización.
	Adecuación al trabajo	La adecuación al trabajo, según Gómez et al. (2020) hacen mención a que los colaboradores implementan fortalezas como el empoderamiento, esperanza, optimismo, resiliencia y autoeficacia, con la ayuda de las empresas según la función que desempeñe, esto a su vez origina una buena adecuación al trabajo, es decir buena salud y calidad de vida del colaborador, haciéndose sentir satisfecho.
	Comunicación interna	La comunicación interna, según Prado et al. (2020) mencionan que la comunicación puede entenderse como aquella interacción social que se transmiten mediante mensajes orales o escritos, es por eso que, ante una buena gestión de la comunicación dentro de una organización hará que sea parte fundamental ante el comportamiento de las personas y a que además hay un efecto en el desempeño organizacional.
Percepción del desempeño laboral	Factores actitudinales	Chiavenato (2009) el autor menciona que está formado por actitudes como lo son la cooperación, responsabilidad social, disciplina e iniciativa laboral, estos se centran en el desenvolvimiento del trabajador en relación con sus demás compañeros y los códigos de ética
	Factores operacionales	Según Chiavenato (2009) está formado por diversos factores centrados al trabajo como el conocimiento laboral, calidad del trabajo, trabajo en equipo, eficacia y eficiencia, todo ello, está en relación con el desenvolvimiento laboral.

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario del Endomarketing y percepción del desempeño laboral, elaborado por Ciriaco Romero Johan Edward y Morales Chávez Juleisi Karina, en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctico y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



**Dimensiones del instrumento: Cuestionario de Endomarketing**

- Primera dimensión: Desarrollo personal
- Objetivos de la Dimensión: Nivel de desarrollo personal

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacitación	¿Participa usted de las capacitaciones programadas para mejorar su actividad laboral?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución lo capacita adecuadamente para su desarrollo personal y profesional?	4	4	4	
Oportunidades de desarrollo	¿Considera usted que la institución le ofrece oportunidades de desarrollo personal para aumentar su conocimiento y mejorar sus labores?	4	4	4	
Competencia personal	¿Considera usted que la institución le brinda a detalle sus responsabilidades laborales?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución le ofrece conocimientos enriquecedores para la mejora de sus actividades?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Contratación y retención
- Objetivos de la Dimensión: Nivel de Contratación y retención

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Contrato laboral	¿Considera usted que su contrato laboral es técnico y transparente a lo que necesita?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución fija los deberes y derechos en su contrato laboral, de acuerdo a los reglamentos establecidos por el estado peruano?	4	4	4	
	¿Considera usted que su remuneración está de acuerdo a la función y/o cargo que	4	4	4	

Remuneraciones	¿Considera usted que la institución reconoce, como parte de su remuneración las horas extras laboradas?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución le brinda incentivos adicionales?	4	4	4	
	desempaña?				

• Tercera dimensión: Adecuación al trabajo

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Adecuación al trabajo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Libertad de decisión	¿Considera usted que la institución le ofrece la libertad de tomar decisiones relativas al desarrollo de su actividad?	4	4	4	
	¿Dispone usted de toda la información adecuada para una mejor toma de decisiones?	4	4	4	
Atención de las necesidades laborales	¿Considera usted que la institución brinda horarios de trabajo accesibles acorde a su disponibilidad y al servicio que brinda?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución atiende sus requerimientos y necesidades de manera oportuna, para un buen desempeño de sus actividades?	4	4	4	

• Cuarta dimensión: Comunicación interna

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Comunicación interna

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comunicación de resultados	¿Considera usted que la institución comunica los resultados de manera clara y oportuna?	4	4	4	
	¿Considera usted que conoce todos los resultados en su área de trabajo?	4	4	4	

Comunicación de Valores institucionales	¿Considera usted que conoce y aplica los valores de la institución?	4	4	4	
	¿Considera usted que la comunicación entre superiores y colaboradores de la institución es fluida, clara y respetuosa?	4	4	4	
Comunicación Oportuna	¿Considera usted que la comunicación en la institución es transmitida a su debido tiempo?	4	4	4	

Dimensiones del instrumento: Cuestionario de la Percepción del Desempeño Laboral

•Primera dimensión: Factores Actitudinales

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Factores Actitudinales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disciplina	¿Considera usted que cumple en su totalidad con lo dispuesto o previsto en el reglamento interno del trabajo?	4	4	4	
	¿Se considera usted disciplinado en función a su desempeño dentro de la organización?	4	4	4	
	¿Considera usted que cumple a satisfacción todos los lineamientos establecidos por la organización?	4	4	4	
Cooperación	¿Considera usted que su actitud cooperativa dentro de la institución da siempre los resultados esperados?	4	4	4	
	¿Considera usted que es totalmente cooperativo con sus compañeros de trabajo?	4	4	4	
Responsabilidad	¿Considera usted que cumple en su totalidad con las tareas que se le asignan dentro de sus labores establecidas?	4	4	4	
	¿Usualmente usted actúa con responsabilidad ante las nuevas labores encomendadas por parte de sus superiores?	4	4	4	


Iniciativa	¿Usualmente usted propone ideas para la solución de problemas que surjan en la institución?	4	4	4	
	¿Considera usted que se anticipa a ofrecer ayuda a sus compañeros de trabajo?	4	4	4	
	¿Usualmente usted propone estrategias de mejora?	4	4	4	

• Segunda dimensión: Factores Operativos

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Factores Operativos

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Trabajo en equipo	¿Considera usted que realiza trabajo en equipo de manera eficiente con sus compañeros?	4	4	4	
	¿Considera usted que las relaciones interpersonales le ayudan a realizar un mejor trabajo en equipo?	4	4	4	
	¿Considera usted que se definen ordenadamente las responsabilidades del equipo?	4	4	4	
Conocimiento del trabajo	¿Considera usted que con sus conocimientos adquiridos logra realizar su trabajo de forma adecuada?	4	4	4	
	¿Considera usted que aplica sus conocimientos técnicos en el cargo que desempeña?	4	4	4	
Calidad del trabajo	¿Usualmente usted labora de acuerdo a los estándares que establece la institución para mejorar la calidad del servicio que brinda?	4	4	4	
	¿Considera que realiza de forma organizada las labores que le encomiendan según su puesto de trabajo?	4	4	4	
Eficacia	¿Considera usted que está contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales de la	4	4	4	

	institución?				
Eficiencia	¿Considera usted que está siendo más productivo al racionalizar los recursos en comparación a cuando empezó a laborar dentro de la institución?	4	4	4	




---

**Mba. Carrión Adán William Arnold**

**DNI: 70918504**

**CLAD: 19624**

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de  
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e  
Información Universitaria y  
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
CARRION ADAN, WILLIAM ARNOLD DNI 70918504	<b>MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA</b>  Fecha de diploma: 22/11/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 09/10/2017 Fecha egreso: 20/01/2019	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
CARRION ADAN, WILLIAM ARNOLD DNI 70918504	<b>LICENCIADO EN ADMINISTRACION</b>  Fecha de diploma: 06/06/2014 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
CARRION ADAN, WILLIAM ARNOLD DNI 70918504	<b>BACHILLER EN ADMINISTRACION</b>  Fecha de diploma: 18/03/2014 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>

### VALIDADOR 3

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de recolección de datos de las variables Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y apellidos del juez:</b>	Juan Francisco Siles Lloay
<b>Grado académico:</b>	Maestría ( )                      Doctor <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Título profesional:</b>	Licenciado en Administración Otro: .....
<b>Área de formación académica:</b>	Gestión <input checked="" type="checkbox"/> Finanzas ( ) Marketing ( )                      Admi. de operaciones ( ) Logística ( )                      Recursos Humanos ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Gestión
<b>Institución donde labora:</b>	Univ. César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados: Título del estudio realizado:

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	CUESTIONARIO
<b>Autor(es):</b>	Ciriaco Romero Johan Edward Morales Chávez Juleisi Karina
<b>Procedencia:</b>	Estudiantes de la Universidad César Vallejo
<b>Administración:</b>	PRESENCIAL
<b>Tiempo de aplicación:</b>	10 min. Por persona
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Colaboradores de un colegio público de la ciudad de Coishco
<b>Significación:</b>	Se argumentará el grado de importancia que tiene las variables ante la presente investigación, además de contribuir a nuevos conocimientos, dando como solución a la problemática identificada. Así mismo, mediante las dimensiones, se permitirá explicar y analizar el comportamiento de las variables, mediante un enfoque cuantitativo.

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Endomarketing	Desarrollo personal	Según Hernández et al. (2016) hacen mención que el desarrollo personal es establecido mediante la importancia que se le da a la implementación de metas personales y el lugar que ocupa la resiliencia desde la perspectiva de cómo se lleva a cabo ciertas situaciones adversas.
	Contratación y retención	Según Pande y Deshpande (2020) resaltan que, ante la realización de contratos, previamente se hace una selección, considerando que cada organización está sujeta a sus propias políticas de recursos humanos para la contratación del candidato adecuado, así mismo posterior a su retención se puede lograr mediante la evaluación del desempeño ya que esto actúa como motivación para el colaborador y a su vez funciona como una herramienta estratégica para el crecimiento de la organización.
	Adecuación al trabajo	La adecuación al trabajo, según Gómez et al. (2020) hacen mención a que los colaboradores implementan fortalezas como el empoderamiento, esperanza, optimismo, resiliencia y autoeficacia, con la ayuda de las empresas según la función que desempeñe, esto a su vez origina una buena adecuación al trabajo, es decir buena salud y calidad de vida del colaborador, haciéndose sentir satisfecho.
	Comunicación interna	La comunicación interna, según Prado et al. (2020) mencionan que la comunicación puede entenderse como aquella interacción social que se transmite mediante mensajes orales o escritos, es por eso que, ante una buena gestión de la comunicación dentro de una organización hará que sea parte fundamental ante el comportamiento de las personas y a que además hay un efecto en el desempeño organizacional.
Percepción del desempeño laboral	Factores actitudinales	Chiavenato (2009) el autor menciona que está formado por actitudes como lo son la cooperación, responsabilidad social, disciplina e iniciativa laboral, estos se centran en el desenvolvimiento del trabajador en relación con sus demás compañeros y los códigos de ética
	Factores operacionales	Según Chiavenato (2009) está formado por diversos factores centrados al trabajo como el conocimiento laboral, calidad del trabajo, trabajo en equipo, eficacia y eficiencia, todo ello, está en relación con el desenvolvimiento laboral.



### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario del Endomarketing y percepción del desempeño laboral, elaborado por Ciriaco Romero Johan Edward y Morales Chávez Juleisi Karina, en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctico y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencialmente importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Cuestionario de Endomarketing

• **Primera dimensión:** Desarrollo personal

• **Objetivos de la Dimensión:** Nivel de desarrollo personal

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Capacitación	¿Participa usted de las capacitaciones programadas para mejorar su actividad laboral?	4	3	4	
	¿Considera usted que la institución lo capacita adecuadamente para su desarrollo personal y profesional?	4	4	4	
Oportunidades de desarrollo	¿Considera usted que la institución le ofrece oportunidades de desarrollo personal para aumentar su conocimiento y mejorar sus labores?	4	4	4	
Competencia personal	¿Considera usted que la institución le brinda a detalle sus responsabilidades laborales?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución le ofrece conocimientos enriquecedores para la mejora de sus actividades?	4	4	4	

• **Segunda dimensión:** Contratación y retención

• **Objetivos de la Dimensión:** Nivel de Contratación y retención

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Contrato laboral	¿Considera usted que su contrato laboral es técnico y transparente a lo que necesita?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución fija los deberes y derechos en su contrato laboral, de acuerdo a los reglamentos establecidos por el estado peruano?	4	4	4	
	¿Considera usted que su remuneración está de acuerdo a la función y/o cargo que	4	4	4	

Remuneraciones	desempeña?				
	¿Considera usted que la institución reconoce, como parte de su remuneración las horas extras laboradas?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución le brinda incentivos adicionales?	4	4	4	

• Tercera dimensión: Adecuación al trabajo

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Adecuación al trabajo

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Libertad de decisión	¿Considera usted que la institución le ofrece la libertad de tomar decisiones relativas al desarrollo de su actividad?	4	4	4	
	¿Dispone usted de toda la información adecuada para una mejor toma de decisiones?	4	4	4	
Atención de las necesidades laborales	¿Considera usted que la institución brinda horarios de trabajo accesibles acorde a su disponibilidad y al servicio que brinda?	4	4	4	
	¿Considera usted que la institución atiende sus requerimientos y necesidades de manera oportuna, para un buen desempeño de sus actividades?	4	4	4	

• Cuarta dimensión: Comunicación interna

• Objetivos de la Dimensión: Nivel de Comunicación interna

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comunicación de resultados	¿Considera usted que la institución comunica los resultados de manera clara y oportuna?	4	4	4	
	¿Considera usted importante conocer los resultados de su área de trabajo?	4	2	4	Se está preparando por los superiores.

Comunicación de Valores institucionales	¿Considera usted importante conocer y aplicar los valores de la institución?	4	2	4	"
	¿Considera usted que la comunicación entre superiores y colaboradores de la institución es fluida, clara y respetuosa?	4	4	4	
Comunicación Oportuna	¿Considera usted que la comunicación en la institución es transmitida a su debido tiempo?	4	4	4	

**Dimensiones del instrumento:** Cuestionario de la Percepción del Desempeño Laboral

• **Primera dimensión:** Factores Actitudinales

• **Objetivos de la Dimensión:** Nivel de Factores Actitudinales

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Disciplina	¿Considera usted que cumple en su totalidad con lo dispuesto o previsto en el reglamento interno del trabajo?	4	4	4	
	¿Se considera usted disciplinado en función a su desempeño dentro de la organización?	4	4	4	
	¿Considera usted que cumple a satisfacción todos los lineamientos establecidos por la organización?	4	4	4	
Cooperación	¿Considera usted que su actitud cooperativa dentro de la institución da siempre los resultados esperados?	4	4	4	
	¿Considera usted que es totalmente cooperativo con sus compañeros de trabajo?	4	4	4	
Responsabilidad	¿Considera usted que cumple en su totalidad con las tareas que se le asignan dentro de sus labores establecidas?	4	4	4	
	¿Usualmente usted actúa con responsabilidad ante las nuevas labores encomendadas por parte de sus superiores?	4	4	4	

Iniciativa	¿Usualmente usted propone ideas para la solución de problemas que surjan en la institución?	4	4	4	
	¿Considera usted que se anticipa a ofrecer ayuda a sus compañeros de trabajo?	4	4	4	
	¿Usualmente usted propone estrategias de mejora?	4	4	4	

• **Segunda dimensión:** Factores Operativos

• **Objetivos de la Dimensión:** Nivel de Factores Operativos

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Trabajo en equipo	¿Considera usted que realiza trabajo en equipo de manera eficiente con sus compañeros?	4	4	4	
	¿Considera usted que las relaciones interpersonales le ayudan a realizar un mejor trabajo en equipo?	4	4	4	
	¿Considera usted que se definen ordenadamente las responsabilidades del equipo?	4	4	4	
Conocimiento del trabajo	¿Considera usted que con sus conocimientos adquiridos logra realizar su trabajo de forma adecuada?	4	4	4	
	¿Considera usted que aplica sus conocimientos técnicos en el cargo que desempeña?	4	4	4	
Calidad del trabajo	¿Usualmente usted labora de acuerdo a los estándares que establece la institución para mejorar la calidad del servicio que brinda?	4	4	4	
	¿Considera que realiza de forma organizada las labores que le encomiendan según su puesto de trabajo?	4	4	4	
Eficacia	¿Considera usted que está contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales de la	4	4	4	

	institución?				
Eficiencia	¿Considera usted que está siendo más productivo al racionalizar los recursos en comparación a cuando empezó a laborar dentro de la institución?	4	4	4	



Firma del validador

DNI: 44137812

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de  
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e  
Información Universitaria y  
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
SALAZAR LLANOS, JUAN FRANCISCO DNI 44137812	<b>DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN</b>  Fecha de diploma: 21/04/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 04/01/2017 Fecha egreso: 17/01/2020	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <b>PERU</b>
SALAZAR LLANOS, JUAN FRANCISCO DNI 44137812	<b>MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA</b>  Fecha de diploma: 13/09/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 09/07/2014 Fecha egreso: 30/07/2016	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <b>PERU</b>
SALAZAR LLANOS, JUAN FRANCISCO DNI 44137812	<b>BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b>  Fecha de diploma: 26/03/2009 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <b>PERU</b>
SALAZAR LLANOS, JUAN FRANCISCO DNI 44137812	<b>LICENCIADO EN ADMINISTRACION</b>  Fecha de diploma: 14/07/2009 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <b>PERU</b>

## ANEXO 5: CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

**Tabla 1:** Confiabilidad del instrumento de Endomarketing.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	19

**Tabla 2:** Estadísticas de total de elemento

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ltme1	42,67	107,810	,793	,945
ltme2	42,47	109,695	,847	,945
ltme3	42,13	109,267	,773	,946
ltme4	42,53	120,267	,160	,955
ltme5	43,13	109,981	,729	,947
ltme6	43,13	109,410	,764	,946
ltme7	42,47	112,552	,655	,948
ltme8	42,93	110,924	,572	,950
ltme9	42,60	112,971	,748	,947
ltme10	43,27	112,352	,709	,947
ltme11	42,93	105,495	,945	,943
ltme12	42,47	112,552	,655	,948
ltme13	42,87	111,981	,609	,949
ltme14	42,53	108,981	,790	,946
ltme15	42,67	107,810	,793	,945
ltme16	42,07	114,638	,550	,949
ltme17	42,53	108,981	,790	,946
ltme18	42,60	109,114	,709	,947
ltme19	42,00	115,857	,507	,950

Análisis de la confiabilidad: En la tabla 1 y 2 se observa el resultado del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach del cuestionario de Endomarketing, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, se aplicó una muestra piloto a 15 sujetos con características similares a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $\alpha=0,950$ , concluyendo que el cuestionario presenta confiabilidad por consistencia interna y puede aplicarse a los participantes de la muestra.



**Tabla 3:** Confiabilidad del instrumento de desempeño laboral

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	19

**Tabla 4:** Estadísticas de total de elemento

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ltme20	40,87	115,838	,593	,934
ltme21	40,67	122,238	,331	,939
ltme22	40,67	113,810	,736	,931
ltme23	40,07	117,352	,638	,933
ltme24	40,73	114,924	,703	,932
ltme25	40,60	117,257	,591	,934
ltme26	40,67	120,095	,451	,937
ltme27	40,80	115,314	,647	,933
ltme28	40,60	117,686	,567	,935
ltme29	40,33	118,952	,516	,935
ltme30	40,53	111,267	,830	,929
ltme31	40,07	117,352	,638	,933
ltme32	40,73	112,638	,832	,929
ltme33	40,73	113,781	,857	,929
ltme34	40,47	116,981	,577	,934
ltme35	40,33	115,095	,740	,931
ltme36	40,67	112,810	,791	,930
ltme37	40,53	113,695	,703	,932
ltme38	40,33	120,952	,402	,938

Análisis de la confiabilidad: En la tabla 3 y 4 se observa el resultado del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach del cuestionario de desempeño laboral, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, se aplicó una muestra piloto a 15 sujetos con características similares a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $\alpha=0,937$ , concluyendo que el cuestionario presenta confiabilidad por consistencia interna y puede aplicarse a los participantes de la muestra.

## ANEXO 6: BASE DE DATOS

### APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO A UNA MUESTRA DE 15 COLABORADORES DE LA PRUEBA PILOTO

Sujetos	ENDOMARKETING																			DESEMPEÑO LABORAL																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4		
2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	3	2	1	3	1	2	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	
4	3	2	3	1	1	1	3	1	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	
5	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2	3	1	2	1	2	3	2	2	1	3	
6	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	
7	2	2	1	3	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	
8	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	3	2	1	3	3	1	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	
9	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	3	1	2	1	3	2	3	2	2	2	1	2	1	3	3
10	3	2	3	1	1	1	3	1	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2	3	1	2	1	2	3	2	2	1	3	
11	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	
12	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	
13	2	2	3	3	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	1	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	
14	1	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	3	1	2	2	3	2	3	1	2	1	3	2	3	2	2	1	2	1	3	3	
15	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	1	3	4	4	4	1	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2

## APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO A UNA POBLACIÓN MUESTRAL DE 53 COLABORADORES

Sujetos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5
2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3
3	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2
4	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	3	5	4
6	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2
7	2	2	1	3	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
8	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3
9	1	2	3	3	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	3
10	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3
11	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1
12	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
13	1	1	1	2	2	3	2	1	2	3	3	2	2	3	3	1	3	3	1
14	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2
15	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	3	5	4
16	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	2	1	3
17	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
18	3	2	3	1	1	1	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
19	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
20	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4
21	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2
22	2	2	1	3	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
23	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3
24	1	2	3	3	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	3
25	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3
26	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1
27	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3
28	1	1	1	2	2	3	2	1	2	3	3	2	2	3	3	1	3	3	1
29	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2
30	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4
31	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	2	1	3
32	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
33	3	2	3	1	1	1	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
34	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3
35	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2
36	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
37	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4
38	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2
39	2	2	1	3	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
40	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3
41	1	2	3	3	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	3
42	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3
43	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1
44	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3
45	1	1	1	2	2	3	2	1	2	3	3	2	2	3	3	1	3	3	1
46	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2
47	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	3	5	4
48	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	2	1	3
49	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
50	3	2	3	1	1	1	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
51	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
52	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	3	5	4
53	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2

Sujetos ▾	1 ▾	2 ▾	3 ▾	4 ▾	5 ▾	6 ▾	7 ▾	8 ▾	9 ▾	10 ▾	11 ▾	12 ▾	13 ▾	14 ▾	15 ▾	16 ▾	17 ▾	18 ▾	19 ▾
1	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3
3	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
4	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3
6	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2
7	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1
8	3	1	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
9	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1
10	3	2	3	2	3	2	1	3	1	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2
11	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1
12	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
13	2	2	1	1	3	3	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	2	3	3
14	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	2
15	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3
16	2	2	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
17	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
18	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3
19	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1
20	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3
21	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2
22	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1
23	3	1	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
24	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1
25	3	2	3	2	3	2	1	3	1	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2
26	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1
27	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
28	2	2	1	1	3	3	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	2	3	3
29	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	2
30	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3
31	2	2	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
32	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
33	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3
34	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3
35	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
36	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1
37	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3
38	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2
39	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1
40	3	1	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3
41	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1
42	3	2	3	2	3	2	1	3	1	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2
43	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1
44	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4
45	2	2	1	1	3	3	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	2	3	3
46	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	2
47	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3
48	2	2	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2
49	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
50	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3
51	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1
52	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	4	3
53	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2

## **ANEXO 7: MODELO DE CONSENTIMIENTO Y/O ASENTIMIENTO INFORMADO**

Título de la investigación: Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023

Investigador (a) (es): Ciriaco Romero, Johan Edward y Morales Chavez, Juleisi Karina

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023", cuyo objetivo es determinar la relación del endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pre grado de la Facultad de Ciencias Empresariales - Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la Institución Educativa N°88044.

Impacto del problema de la investigación:

Existe problemas de desempeño laboral, debido a que las percepciones que tienen los colaboradores de la misma, a causa de una falta de motivación tanto intrínseca y extrínseca, poco reconocimiento e integración por parte de los colaboradores del colegio, pero que sobre todo, el plan de marketing interno, establecido por Comité de Relaciones Humanas, Asuntos Sociales y Culturales del colegio, debido a que le faltan puntos por tratar como los que se mencionó anteriormente. Todo ello ocasiona un bajo desempeño laboral, que lleva consigo al aumento del cansancio, estrés y poca cooperación de los colaboradores.

### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: " Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en el ambiente de la Institución Educativa N°88044. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los Investigadores: Ciriaco Romero, Johan Edward ([iciriacor@ucvvirtual.edu.pe](mailto:iciriacor@ucvvirtual.edu.pe)) y Morales Chavez, Juleisi Karina ([jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe)) y Docente asesor: Manuel Antonio Espinoza de la Cruz ([mantonioed@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mantonioed@ucvvirtual.edu.pe))

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Juana Emilia Morales Crespin

Fecha y hora: 16/05/23 10:05 am

Título de la investigación: Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023

Investigador (a) (es): Ciriaco Romero, Johan Edward y Morales Chavez, Juleisi Karina

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023", cuyo objetivo es determinar la relación del endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pre grado de la Facultad de Ciencias Empresariales - Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la Institución Educativa N°88044.

Impacto del problema de la investigación:

Existe problemas de desempeño laboral, debido a que las percepciones que tienen los colaboradores de la misma, a causa de una falta de motivación tanto intrínseca y extrínseca, poco reconocimiento e integración por parte de los colaboradores del colegio, pero que sobre todo, el plan de marketing interno, establecido por Comité de Relaciones Humanas, Asuntos Sociales y Culturales del colegio, debido a que le faltan puntos por tratar como los que se mencionó anteriormente. Todo ello ocasiona un bajo desempeño laboral, que lleva consigo al aumento del cansancio, estrés y poca cooperación de los colaboradores.

### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: " Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en el ambiente de la Institución Educativa N°88044. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los Investigadores: Ciriaco Romero, Johan Edward ([jciriacor@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jciriacor@ucvvirtual.edu.pe)) y Morales Chavez, Juleisi Karina ([jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe)) y Docente asesor: Manuel Antonio Espinoza de la Cruz ([mantonioed@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mantonioed@ucvvirtual.edu.pe))

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Kelly Miluska Villegas Reddán R

Fecha y hora: 14/05 10:42



Título de la investigación: Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023

Investigador (a) (es): Ciriaco Romero, Johan Edward y Morales Chavez, Juleisi Karina

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023", cuyo objetivo es determinar la relación del endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la Ciudad de Coishco, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pre grado de la Facultad de Ciencias Empresariales - Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la Institución Educativa N°88044.

Impacto del problema de la investigación:

Existe problemas de desempeño laboral, debido a que las percepciones que tienen los colaboradores de la misma, a causa de una falta de motivación tanto intrínseca y extrínseca, poco reconocimiento e integración por parte de los colaboradores del colegio, pero que sobre todo, el plan de marketing interno, establecido por Comité de Relaciones Humanas, Asuntos Sociales y Culturales del colegio, debido a que le faltan puntos por tratar como los que se mencionó anteriormente. Todo ello ocasiona un bajo desempeño laboral, que lleva consigo al aumento del cansancio, estrés y poca cooperación de los colaboradores.

### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: " Endomarketing y Percepción del Desempeño Laboral de los Colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en el ambiente de la Institución Educativa N°88044. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los Investigadores: Ciriaco Romero, Johan Edward ([jciriacor@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jciriacor@ucvvirtual.edu.pe)) y Morales Chavez, Juleisi Karina ([jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmoralescha@ucvvirtual.edu.pe)) y Docente asesor: Manuel Antonio Espinoza de la Cruz ([mantonioed@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mantonioed@ucvvirtual.edu.pe))

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Coral María Rodríguez Solaos

Fecha y hora: 16/05/2021, 13:59 hrs

## ANEXO 8: AUTORIZACIÓN DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC:
Nombre del Titular o Representante legal: Gílder Asencio Málaga	
Nombres y Apellidos Gílder Asencio Málaga	DNI: 26693626

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (\*), autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un colegio público en la ciudad de Coishco, 2023	
Nombre del Programa Académico: Escuela de Administración	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Juleisi Karina Morales Chavez	72305206
Johan Edward Ciriaco Romero	70195318

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor(a) del estudio.

Lugar y Fecha: Coishco, 16/05/2023

Firma y sello:



Gílder Asencio Málaga  
DIRECTOR

(Titular o Representante legal de la Institución)

(\* ) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

# ANEXO 9. RESULTADO DE PORCENTAJE TURNITIN

Feedback Studio - Google Chrome  
ev.turnitin.com/appo/carta/es/?lang=es&u=1088032488&v=1&no=1038&o=2124901433

feedback studio Johan Edward Ciriaco Romero, Endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un Colegio Público en la c... /null 7 de 245

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Endomarketing y percepción del desempeño laboral de los colaboradores de un Colegio Público en la ciudad de Coishco, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORES:**  
Ciriaco Romero, Johan Edward ([orcid.org/0000-0003-1479-2562](https://orcid.org/0000-0003-1479-2562))  
Morales Chavez, Juleisi Karina ([orcid.org/0000-0002-9688-8889](https://orcid.org/0000-0002-9688-8889))

**ASESOR:**  
Dr. Espinoza de la Cruz, Manuel Antonio ([orcid.org/0000-0001-6290-4484](https://orcid.org/0000-0001-6290-4484))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Marketing

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**  
Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CHIMBOTE - PERÚ**  
(2023)

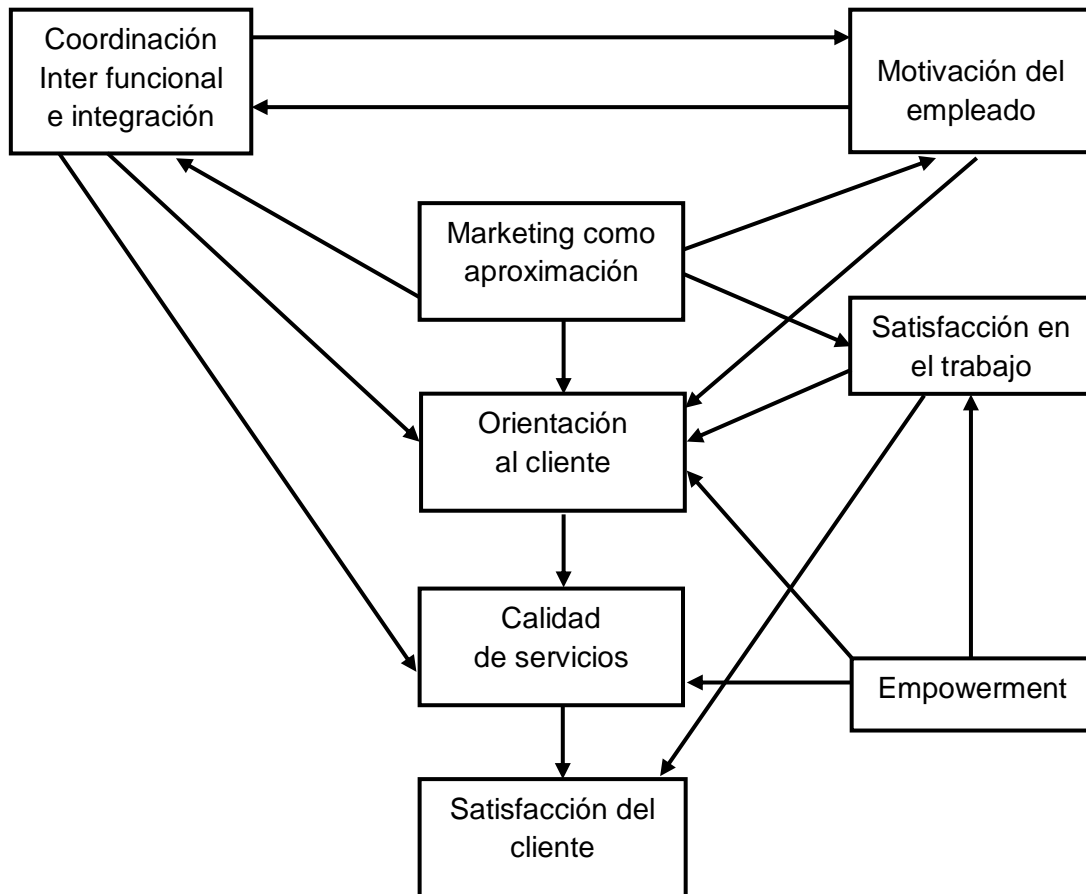
**Resumen de coincidencias**  
**19 %**  
Se están viendo fuentes estándar  
Ver fuentes en inglés (Beta)

**Coincidencias**

Número	Fuente	Porcentaje
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	6 %
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2 %
4	repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.usu.edu.pe Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.uwienner.edu... Fuente de Internet	<1 %
7	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
8	moam.info Fuente de Internet	<1 %
9	Entregado a Submitted... Trabajo del estudiante	<1 %

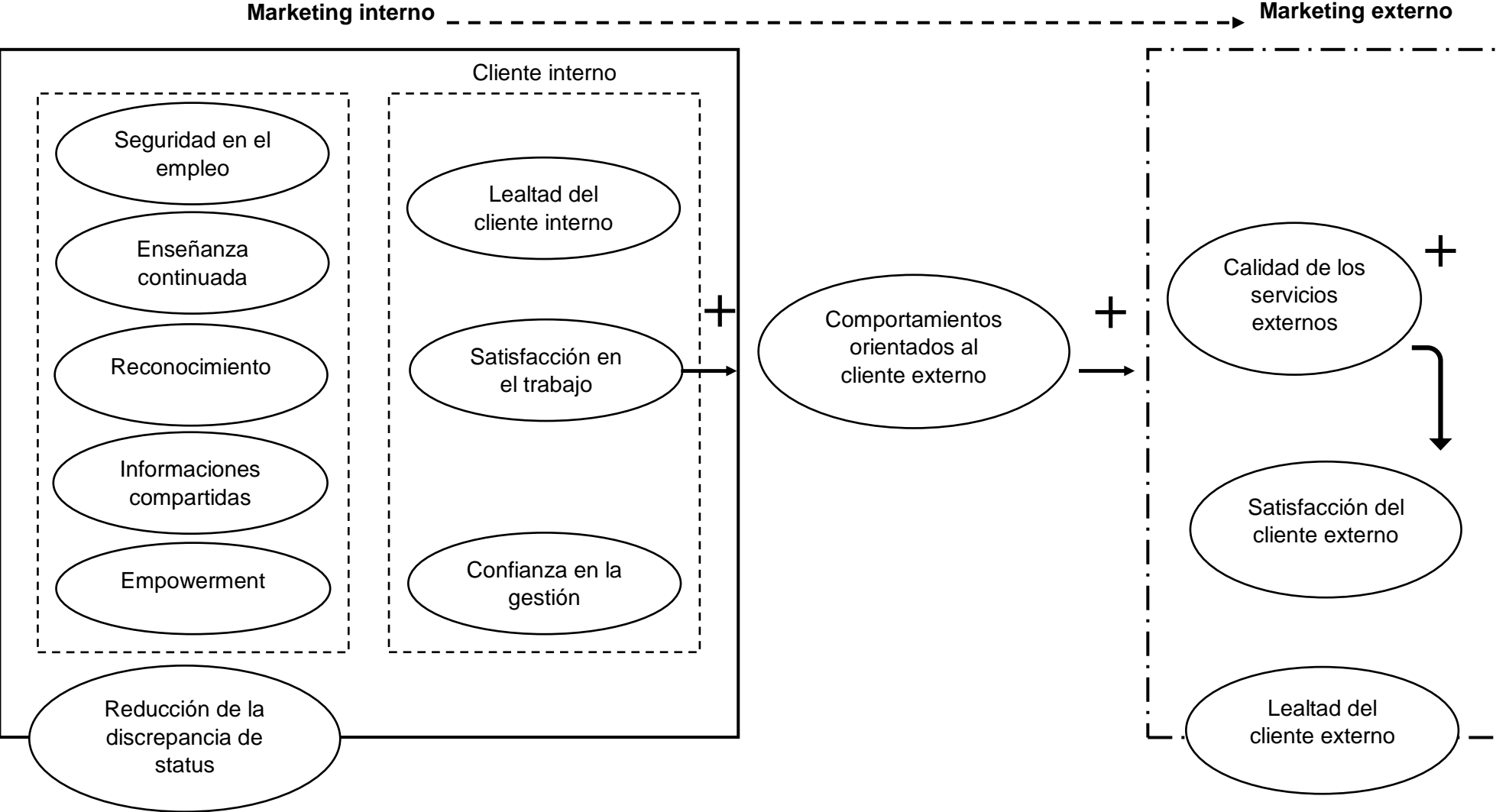
Página: 1 de 36 Número de palabras: 10981 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado 15°C Nublado 04:12 p.m. 30/06/2023

**ANEXO 10: MODELO TEÓRICO DE MARKETING INTERNO DE RAFIQ Y AHMED**



Fuente: Rafiq y Ahmed (2000:455)

# ANEXO 11: RELACIÓN ENTRE MARKETING INTERNO Y EXTERNO



Fuente: Bansal, Mendelson y Sharma (2001:65)

## ANEXO 12: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

