



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y DIRECCIÓN
DE EMPRESAS**

Relación entre Marketing Interno y Desempeño Laboral del Talento
Humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas

AUTOR(ES):

García Gaona Astrid Pamela (ORCID: 0000-0003-2271-6758)

Tomanguilla Higinio Alexander (ORCID: 0000-0001-7045-0590)

ASESOR(AS):

DRA. Álvarez Lujan Blanca Lina (ORCID: 0000-0002-2416-5809)

MG. Zuazo Olaya Norka Tatiana (ORCID: 0000-0002-2416-5809)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing Estratégico y Operativo.

CHICLAYO – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios por guiar mi camino, a mis padres, mi familia por el apoyo constante durante todo este tiempo, y por qué son el motivo que me impulsan a seguir adelante.

García Gaona, Astrid Pamela

A mi Padres, Marcelo y Rosa, porque ellos son la razón de mi vida, por sus esfuerzos, consejos y apoyo absoluto e incondicional. También a mis hermanos que son mis mejores amigos, que en ellos encontré actitudes que ido seleccionando para ir mejorando en la vida.

Tomanguilla Higinio, Alexander

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por habernos permitido llegar hasta el punto de lograr nuestro sueño de convertirnos en profesionales. En segundo lugar, agradecemos a nuestros padres por el apoyo brindado y motivación desde el comienzo de nuestra etapa universitaria, también a nuestros docentes por el conocimiento brindado en el trayecto de nuestro desarrollo profesional, a nuestros asesores Dra. Álvarez Lujan Blanca Lina y Mg. Zuazo Olaya Norka Tatiana, gracias por tener la paciencia y la disposición en resolver nuestras dudas, por sus valiosos aportes y correcciones.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN	vi
ABSTRACT	7
I. INTRODUCCIÓN:.....	8
II. MARCO TEÓRICO.....	11
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	18
3.2 Variables y operacionalización.....	19
3.3 Población, muestra y muestreo.....	19
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos.....	21
3.7. Aspectos éticos.....	21
4.1 Relación entre el desarrollo del empleado y el desempeño laboral.	22
4.2 Relación entre la contratación de los empleados y el desempeño	23
4.3 Relación entre la adecuación al trabajo y el desempeño laboral	24
4.4 Relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral.	25
4.5 Relación entre marketing interno y desempeño laboral.	26
V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES	30
VII. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS	37
Anexo 1.....	37

Anexo 2.....	38
Anexo 3.....	39
Anexo 4.....	40
Anexo 5.....	41
Anexo 6.....	42
Anexo 7.....	43
Anexo 8.....	44
Anexo 9.....	45

RESUMEN

En la investigación se estableció como objetivo general demostrar la relación entre marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021. La metodología que se empleó en la investigación fue de tipo aplicada cuantitativa, con un diseño de investigación no experimental correlacional. El tamaño de la población fue de 55 colaboradores de la institución educativa a los cuales se les aplicó la técnica de la encuesta para la recolección de datos. Con la base de datos obtenida se procedió a analizarlo en el software SPSS 25 con el fin de obtener y analizar los resultados. Finalmente se concluyó que existe relación significativa entre la variable marketing interno y desempeño laboral. Así mismo en el análisis de las dimensiones se evidenció que la contratación de los empleados, la adecuación al trabajo, y la comunicación interna tienen relación significativa con el desempeño laboral. En cambio, en la dimensión desarrollo del empleado se encontró que no tenía relación significativa con el desempeño laboral.

Palabras clave: Marketing interno y desempeño laboral.

ABSTRACT

The general objective of the research was to demonstrate the relationship between internal marketing and work performance of the human talent of an educational institution in Chiclayo 2021. The methodology used in the research was of a quantitative applicative type, with a correlational non-experimental research design. The population size was 55 employees of the educational institution to whom the survey technique was applied to collect data. With the database obtained, it was analyzed in the SPSS 25 software in order to obtain and analyze the results. Finally, it was concluded that there is a significant relationship between the internal marketing variable and job performance. Likewise, in the analysis of the dimensions, it was evidenced that the hiring of employees, the adaptation to work, and internal communication have a significant relationship with job performance. On the other hand, in the employee development dimension, it was found that it had no significant relationship with job performance.

Keywords: Internal marketing and job performance.

I. INTRODUCCIÓN:

A lo largo de los años se ha visto que las empresas se enfatizan más en mejorar sus productos o servicios, en aplicar nuevas estrategias para que su producto o servicio se posicione en el mercado y así cumplir con las expectativas de su público objetivo; sin embargo, muchas veces se olvidan de su capital humano que es pieza importante en el organigrama, ya que sin su conocimiento y compromiso no lograrían las metas trazadas. Es importante que las empresas no olviden aplicar el marketing interno, pues es de suma importancia que como organización se comprometan también con los clientes internos, tenerlos motivado, comprometido para que así se obtengan de ellos un desempeño eficiente y cumplir con los objetivos institucionales propuestos.

Así mismo muchas veces aparecen problemas en las organizaciones, ya sea porque los colaboradores no se encuentran comprometidos con los objetivos planteados por la empresa o porque no cuentan con los conocimientos precisos, esto último producto de una falta de capacitación. Esta situación repercute en la organización, ya que crean un clima indiferente entre los colaboradores y al no estar capacitados no se desempeñan correctamente en sus funciones.

Por ello, se puede mencionar que el marketing interno consiste en mantener motivado al equipo de trabajo, con la finalidad de que sean más productivos y que cumplan con los objetivos organizacionales. (Guzmán 2013). Asimismo, se es importante tener en claro que el desempeño laboral es definido como la conducta o comportamiento que tienen los colaboradores en una empresa y pueden ser significativos para alcanzar los objetivos de la organización. (Chiavenato 2000).

En una investigación nacional realizada a los colaboradores que trabajan en el Programa de Instructiva Educativa se comprobó que el marketing interno se relaciona con el desempeño laboral del colaborador. En este proyecto de investigación se hizo notable una insatisfacción laboral debido a que los superiores hacían caso omiso a las necesidades de sus trabajadores que buscaban ser valorados, ser protegidos, capacitados y tener la oportunidad de crecer. Estas incomodidades solo generaban un mal clima laboral que llevaba consigo a la incomodidad en cada colaborador y creaba brechas entre ellos y,

como consecuencia de esto; una comunicación deficiente y un ineficiente desempeño laboral. Las instituciones nacionales no son ajenas a esta realidad. Un ejemplo es el sector educativo. En el Ministerio de Educación (MINEDU) se han visto esta problemática y, aunque nos genere incomodidad, existen problemas en el sistema educativo, y esto debido a su falta de compromiso de algunos trabajadores que no se preocupan por mejorar estos aspectos. (Huertas, 2017)

Actualmente hay 561 instituciones enfocadas en brindar servicios de educación en Chiclayo, aplican nuevos métodos de aprendizaje, diferentes talleres con el fin de gestionar un sistema educativo de calidad para los alumnos; pero lo que hasta ahora se desconoce es que estrategias aplican estas instituciones para su capital de trabajo y como estas repercuten en su desempeño laboral.

Por lo expuesto, la presente investigación se enfocará en analizar la relación entre marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021. Con este estudio se pretende comprobar la importancia del Marketing Interno y como esta se relaciona con el desempeño laboral.

Ante la realidad descrita, se plantea como problema general de la investigación ¿Cómo el marketing interno se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021? Asimismo, se han considerado como problemas específicos: ¿Cómo el desarrollo del empleado se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021?; ¿Cómo la contratación del trabajo se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021?, ¿Cómo la adecuación al trabajo se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución en Chiclayo 2021?, ¿Cómo la comunicación interna se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021?.

Así mismo, el presente estudio se justifica de manera práctica en analizar la relación entre marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021. La investigación será de mucha ayuda para la institución educativa ya que teniendo como base la información que le

vamos acceder, ellos podrán aplicar estrategias de Marketing Interno para lograr motivar al personal y así obtendrán más productividad en la institución.

Metodológicamente la investigación se justifica porque tiene como fin obtener información utilizando el método cuantitativo con la técnica de la encuesta, esto nos permitirá conocer cómo se relaciona el marketing interno y el desempeño de los trabajadores. Así mismo, ser utilizado como fuente de información futuras para instituciones públicas o privadas interesados en el tema.

En la presente investigación para dar resultados a la problemática se planteó como objetivo general: Demostrar la relación entre marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021, como objetivos específicos: Determinar la relación del desarrollo del empleado con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021; Identificar la relación de la contratación de los empleados con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021; Analizar la relación de la adecuación al trabajo con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021; Determinar la relación de la comunicación interna con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021.

Por último, de esta investigación se planteó la hipótesis general: El marketing interno se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021. También como hipótesis específicas tenemos: El desarrollo del empleado se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021; La contratación de los empleados se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021; La adecuación al trabajo se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021; La comunicación interna se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En la presente investigación se consideró los siguientes trabajos previos relacionados con ambas variables: García (2018), realizó una investigación que tuvo como objetivo determinar la relación entre el endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Viajes Club S.A del distrito de Miraflores – 2018. La metodología que se aplicó en este estudio es de nivel descriptivo correlacional con un tipo de diseño no experimental. Realizaron una encuesta a 17 colaboradores de la empresa, una vez obtenido los resultados se procesaron en el programa SPSS. Dando como conclusión que hay relación significativa entre las variables endomarketing y desempeño laboral.

Cornelio y Melgar (2019) en su proyecto de investigación se planteó la implementación del plan de marketing interno para el mejoramiento del desempeño laboral de la empresa Ovapack, en huanchaco en el año 2019. El diseño utilizado fue pre – experimental, con una población de 27 empleados, los instrumentos que se usaron para recoger los datos fue el cuestionario y las entrevistas. Donde los resultados alcanzados fueron que el desempeño obtuvo un nivel bajo de 15% y el marketing interno alcanzó un nivel regular de 41%. Llegaron a la conclusión que con el plan de marketing interno tuvieron una contribución buena para mejorar el desempeño laboral de los empleados.

Arca (2020) su estudio se orientó en la creación de un plan de marketing interno donde contribuya al mejoramiento del clima organizacional para aumentar la productividad laboral en la empresa SCI S.A.C; su tipo de investigación fue descriptiva, con un diseño no experimental, con una muestra de 44 trabajadores. En los resultados se evidenció que el clima organizacional estaba en un nivel regular y con un nivel bajo la comunicación interna. También se comprobó que algunos indicadores como los entornos laborales, compromisos y la motivación son los que afectan al clima organizacional. Por lo que concluyeron que un buen plan de marketing interno ayudaría a la organización a incrementar la productividad.

Medina (2017), en su investigación tuvo como fin estudiar cómo influye el endomarketing en el desempeño laboral. La metodología que se usó fue con un diseño de investigación no experimental transversal, descriptiva correlacional.

Para la muestra de la investigación se tomó a 42 docentes de la organización. El método que se utilizó para obtener los resultados fue el formulario. Los resultados indicaron que el endomarketing influye en un 65,9% en el desempeño laboral de los trabajadores. Se concluyó que hay deficiencia en marketing interno en la organización y esto se ve reflejado en el bajo desempeño laboral de todos los trabajadores.

Araque, Sánchez y Uribe (2017), en el estudio que realizó su objetivo fue analizar la relación entre Marketing Interno y Compromiso Organizacional. La población que se tomó para realizar dicho estudio fue de 100 trabajadores de municipios de Colombia. La metodología que se aplicó fue cuantitativo correlacional no experimental. Se concluye que en los resultados se comprueba que las variables tienen relación significativa media. También se demostró que si la empresa desarrolla el Marketing Interno obtendría mayor compromiso organizacional de cada colaborador.

Kanyurhi y Bugandwa (2016), llevó a cabo esta investigación con la finalidad principal de evidenciar la relación entre marketing interno y satisfacción de los empleados, como objetivo específico tuvo analizar la relación entre satisfacción del empleado y desempeño organizacional; por último, demostrar la relación entre marketing interno y desempeño organizacional. La muestra de la investigación estuvo conformada por 419 trabajadores, a quienes se les aplicó una encuesta para obtener los resultados. Los autores llegaron a la conclusión en la investigación que hay relación existente entre la variable marketing interno y satisfacción de los empleados. En los resultados también hallaron que existe relación positiva entre marketing interno y desempeño organizacional. Lo que no se comprobó es que exista relación entre la variable satisfacción y desempeño organizacional.

Morí (2018), tuvo como objetivo en su investigación diagnosticar la gravedad de implicación entre el desempeño laboral y calidad de servicio en los trabajadores de Registros públicos, Chiclayo durante el periodo 2018. Con esta situación se motivó a realizar estudios de varias teorías tanto para el desempeño laboral como para la calidad de servicios, con el fin de tener un estado favorable en la organización; por ello el autor precisa que es necesario realizar un buen ejercicio

para el mejoramiento de las habilidades sociales. Se concluyo que, en los resultados encontramos coeficiente positivo de las dos variables trabajadas y con un grado de confianza aceptable del 99%.

Zamora, G. (2018), en su investigación tuvo como finalidad analizar la existente relación entre la cultura organizacional y el desempeño laboral de los empleados de la institución educativa San Gabriel en la ciudad de Chiclayo en periodo 2018. La metodología para esta investigación fue aplicada con un diseño no experimental en lo que explica que sus variables no fueron manipuladas, identificando su nivel de correlación que existe con sus dos variables. Su población fueron los 40 trabajadores de la institución, utilizaron cuestionarios donde concluyeron en los resultados que existe una correlación moderada en sus variables trabajadas en donde se identificó que la variable cultura organización tiene un nivel de 50% muy fuerte mientras que la variable desempeño laboral se encuentra con un nivel de 93% satisfactorio.

Culqui (2018), la presente investigación se realizó para determinar qué relación une al clima laboral y desempeño laboral, esta investigación se hizo a la empresa Ripley S.A, en la ciudad de Chimbote en el año 2018. Dicho estudio nos permite conocer el grado de nivel de desempeño en los empleados a base de 5 dimensiones. En los resultados de relación que tenían sus variables se obtuvo un nivel de confianza favorable del 95%. Lo que concluyo el autor con esta investigación fue que el desempeño era regular casi siempre de los trabajadores y afirmó que en sus variables si existía una relación significativa.

Perea (2016), en su investigación el autor planteó como objetivo principal relacionar motivación laboral y desempeño laboral en la compañía Inversiones la Selva S.A. En tanto su muestra que se tomó a 30 trabajadores. Se utilizó dos encuestas de sus variables por separados, por lo que tuvo una confiabilidad aprobatoria. Finalmente, en los resultados comprobaron que hay relación entre la motivación laboral y el desempeño laboral. El autor llevo a la conclusión que a mayor motivación mayor rendimiento en su desempeño.

June, Mahmood (2020), la presente investigación fue dirigida a las PYME que siempre juegan un papel muy importante para la economía del país de malasia, en donde nos explica que las principales PYME son de sector de servicio. Por lo

que se verificó el bajo nivel de desempeño laboral de los trabajadores con otras investigaciones anteriores. El objetivo de esta investigación fue de estudiar la relación que tiene rol ambigüedad y el desempeño laboral de los trabajadores. En donde se realizaron una cantidad de 1500 cuestionario, a la cual solamente tuvieron como respuesta 300. Con lo que dio un promedio de respuesta del 20%. Con lo que se concluyó, que los resultados obtenidos fueron que había una relación significativa entre el rol ambigüedad y desempeño de los trabajadores.

Alijanzadeh, Asghar yTahmasebi (2020), la investigación se realizó con la finalidad de pronosticar el desempeño laboral a partir de la gestión de conocimiento, la metodología de la investigación es descriptivo correlacional. La muestra de la investigación fue 265 miembros de las bibliotecas públicas. La técnica que se aplico fue la encuesta en la que solo contestaron 167 bibliotecarios. Con los resultados de la investigación se llegó a la conclusión de que la variable gestión de conocimiento tiene efecto significativo y positivo en el desempeño laboral.

Para la presente investigación se ha considerado la presencia de la variable Marketing Interno, según el autor Escobar (2016), manifiesta que en una empresa la aplicación del marketing interno es esencial, ya que así se tendrán colaboradores comprometidos con lograr los objetivos corporativos. Por otro lado, Kotler y Keller (2012), refieren que el Marketing Interno consiste en aplicar estrategias a todas las áreas de la organización, con el objetivo de tener personal comprometido, motivado y como consecuencia lograr las metas propuestas por la empresa.

Así mismo Rafiq y Ahmed (2000), expresan que el marketing interno se planteó con el fin de ofrecer servicios de calidad al cliente interno. También sugieren tres fases para el desarrollo de marketing interno dentro de la organización, la primera fase es de motivación y satisfacción de los trabajadores, la segunda fase es orientación al cliente interno, la tercera fase es la implementación de una estrategia y gestión de cambio.

Con respecto a las dimensiones del marketing interno tenemos el desarrollo de los empleados según Azulay (2012), manifestó que el desarrollo del empleado es un plan estructurado enfocado en mejorar las habilidades del trabajador con

la que se busca perseguir los logros de la organización. Igualmente, Chiavennatto (2002), preciso en esta dimensión la importancia de invertir en los colaboradores, esto quiere decir que la organización debe potenciar los conocimientos de cada colaborador. La empresa principalmente debe fidelizar a su cliente interno para que este trabaje en fidelizar su cliente externo. El autor destacó la importancia de aplicar una estrategia de marketing interno en cada organización para tener colaboradores satisfechos ya que ellos cumplen una función importante dentro de la empresa.

Así mismo, tenemos la siguiente dimensión que es contratación de los empleados según Falcone (2016), definió a la contratación como el proceso de entrevistar y analizar el potencial del postulante, también recomienda evitar contratar a un empleado desmotivado, irresponsable ya que como consecuencia tendrá que dedicar más tiempo a resolver las dificultades de este. Por otra parte, Kotler (2003), lo describe como la acción en la que se selecciona al personal idóneo para el puesto de trabajo, esta dimensión también se refiere a la remuneración salarial del colaborador o a los beneficios que la organización pueda brindar. El autor recomienda elegir a un trabajador motivado, comprometido ya que esto repercutirá en su comportamiento laboral.

Por otro lado, tenemos la dimensión de adecuación al trabajo según Vallejo (2011), preciso que la adecuación al trabajo consiste en que el empleado se adapte a su entorno laboral, a las condiciones que le ofrece la organización, ya que se verá reflejado en su rendimiento laboral. El autor Rafiq y Ahmed (2000), considera 3 aspectos primordiales de esta dimensión que son: motivación, empoderamiento y reconocimiento. Manifiesta que la empresa al contratar al colaborador deberá analizar las habilidades que posee y posteriormente asignarle tareas que cumplirá en la organización. El reconocimiento formal es primordial ya que así se tendrá un personal satisfecho, comprometido con la empresa. También se podría asignar una serie de incentivos para motivar al colaborador al logro de objetivos que beneficien a ambas partes.

Por último, tenemos como dimensión comunicación interna según Jakubiec (2019), indica que la comunicación en la organización es importante y las formas en cómo se hace llegar el mensaje a los demás, ya que interviene la

comunicación verbal y no verbal. El desarrollo de una estrategia de comunicación interna ofrece ventajas, pero para esto se necesita un enfoque integrado y a largo plazo. De la misma forma Lings (2002), lo definió como la comunicación de los colaboradores dentro de la organización, esta debe ser una óptima comunicación y sino modificar estos aspectos, ya que esto permitirá trabajar en equipo para el cumplimiento de objetivos y metas de la organización.

Para la variable Desempeño laboral contamos con las presentes bases teóricas, según Werther y Keith (2013) los autores explicaron que el desempeño laboral contribuye a un proceso donde se evalúa el esfuerzo que da un empleado, donde el empleado justifica su permanencia en la organización con dicho esfuerzo.

Por otro lado, Morgan (2016) menciona que el desempeño laboral es un instrumento donde se mide los conceptos del abastecedor y empleado, esto hace identificar las acciones del servicio que se da al cliente. Además de identificar los esfuerzos individuales donde darán a fomentar el logro de los objetivos que tiene la organización. Así mismo, Aquinis (2009), lo define como el comportamiento o acciones de un trabajador, y no como todos piensan como la producción o el resultado de su trabajo.

En referencia a las dimensiones del desempeño laboral tenemos a Cepal (2006), con la dimensión eficacia laboral; el autor manifiesta que en este punto se mide el nivel de cumplimiento de los objetivos de la organización. También refiere que es importante establecer una cultura en la organización a base de responsabilidad individual, estar siempre al frente a pesar de los obstáculos y hacer todo lo posible para hacer eficaz. Por otra parte, los autores Kurniawan, MYA e Indrayani, I. (2021), expresan que se alcanza la eficacia laboral cuando sus trabajadores se desarrollan óptimamente y como resultado logran cumplir las metas establecidas.

Por otra parte (Chiavenato, 2004) define la dimensión eficiencia laboral como el uso adecuado de los recursos que le brinda la organización. Por ello, se identifica como una competencia o cualidad la habilidad de los colaboradores al usar óptimamente los recursos (tecnológicos, humanos y financieros) con la intención de cumplir metas u objetivos. Igualmente, Savarina, I., Hutsevych, D. y Semykina, A. (2021), argumentan que la eficiencia laboral es cuando el personal

hace un buen uso de los recursos dados por la organización y juntos con el equipo trabajan para lograr lo propuesto.

Además (Gonzales,2006) refiere que la calidad laboral son características en la que llevan a cumplir las exigencias del consumidor para satisfacer sus necesidades, para que puedan mejorar las condiciones del entorno para el trabajador y la organización. De igual manera los autores Mariwa, NG, Betchem, G., Adu, IA and Andrews, MY (2021), señalaron que la calidad laboral para un empleado se separa en ocho conceptos vitales diferentes dentro de organización para satisfacer sus necesidades (sueldo, ambiente de trabajo, oportunidades, reglas, vínculos sociales, vida laboral, espacio vital, integridad de la organización y desarrollo laboral). Con un entorno de trabajo de este tipo puede considerarse adecuado y fructífero para los empleados logrando cambios productivos para la organización.

Por último, (CEPAL, 2006) declara que la dimensión economía laboral se basa en la capacidad de la organización de cómo obtener sus resultados frente al mercado y poder movilizar adecuadamente los recursos financieros. Por otro lado, Borjas (2016) lo define la economía laboral como una ciencia que estudia el funcionamiento del mercado laboral, ya que ayudar a examinar y afrontar los aspectos sociales y problemas económicos que enfrentan las modernas organizaciones en el mercado laboral.

III.METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

La investigación tuvo como tipo de investigación aplicada y metodología cuantitativa, con un diseño de investigación: no experimental – correlacional. El cual permitió recoger, procesar y analizar los datos sobre ambas variables.

Tipo de investigación: En la investigación utilizamos el tipo de investigación aplicada ya que nos permitió ver cómo se relaciona el marketing interno con el desempeño laboral del talento humano de una Institución Educativa en Chiclayo 2021.

Ezequiel (2011), manifestó que la investigación aplicada se trata de una investigación encaminada en una solución eficiente y con fundamentos a un problema que se ha identificado.

Método de estudio: La presente investigación estuvo basada en un enfoque cuantitativo.

Ñaupas. H, Valdivia. M, Palacios. J, Romero. H (2018), manifestaron que este enfoque se basa en la recolección de datos y en el análisis de datos para responder interrogantes, finalmente comprobar las hipótesis previamente formuladas. Este tipo de enfoque es la única forma de alcanzar la verdad o hallar conocimientos científicos nuevos.

Diseño de investigación:

El diseño que se usó para la investigación fue no experimental – correlacional.

Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002), los autores nos explican que la investigación no experimental imposibilita la manipulación de sus variables debido a su naturaleza que tienen y por ello no es posible su manipulación.

Hernández, Fernández y batista (2010), nos explican que este método de estudio tiene como objetivo identificar el grado de relación que pueda existir en dos o más variables. Al evaluar el nivel de asociación entre las variables, miden cada una de ellas y por último cuantifican e investigan la vinculación.

3.2 Variables y operacionalización

Variable 1: Marketing Interno

Kotler y Keller (2012), refiere que el Marketing Interno consiste en aplicar estrategias a todas las áreas de la organización, con el objetivo de tener personal comprometido, motivado y como consecuencia lograr los objetivos propuestos por la empresa.

Variable 2: Desempeño Laboral

Werther y Keith (2013) los autores explican que, el desempeño laboral contribuye a un proceso donde se evalúa el esfuerzo que da un empleado, donde el empleado justifica su permanencia en la organización con dicho esfuerzo.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población:

Según Palella y Martins (2008), señalaron que la población son las unidades que se estudian, con el fin de conseguir información y llegar a una conclusión.

Según Tamayo (2012), definió a la población como el conjunto de elementos que conforman un universo, del cual se desea investigar y analizar.

La población de la institución educativa en donde se realizó la presente investigación es de 55 colaboradores.

Muestreo censal:

Según Tamayo, M. (2001), comento que el muestreo censal estudia a un conjunto de elementos determinado en donde queremos averiguar un poco más de la población que se está investigando.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según López y Fachelli (2015), la encuesta es considerada una técnica, que se utiliza para investigar la problemática de una investigación. Mediante el desarrollo de preguntas a los sujetos que conforman la muestra, se recolecta los datos que permitirán al investigador llegar a una conclusión.

Es por ello, que en la investigación se aplicó la encuesta con el objetivo de adquirir información de los trabajadores de la institución educativa y así analizar la relación del marketing interno en el desempeño laboral.

Según López y Fachelli (2015), el cuestionario es un instrumento que mediante la interrogación a los entrevistados busca obtener datos que comprueben dicha investigación, las preguntas que se deben realizar a los entrevistados deben ser claras, ordenadas y sistematizadas.

Es por eso que para la presente investigación se desarrolló una encuesta de 15 preguntas, se realizó 9 preguntas para la teoría de Kotler y Keller (2012), respecto a la variable Marketing Interno y otras 6 preguntas para la teoría de Werther y Keith (2013), respecto a la variable Desempeño Laboral.

El instrumento de medición para la presente investigación fue el cuestionario de Marketing interno elaborado a partir de la teoría de Kotler y Keller (2012), ellos propusieron 4 dimensiones: desarrollo de los empleados, contratación, adecuación al trabajo, comunicación; de igual manera para el cuestionario de desempeño laboral elaborado a partir de la teoría de Werther y Keith (2013), quienes señalaron 4 dimensiones: eficacia laboral, eficiencia laboral, calidad laboral, economía laboral.

El instrumento se desarrolló bajo la escala tipo Likert, con el objetivo de obtener información de los trabajadores de la institución y así comprobar la influencia del Marketing interno en el desempeño laboral con cinco puntos donde: 5=Totalmente de acuerdo, 4= De acuerdo, 3= Indiferente, 2= En desacuerdo, 1= Totalmente en desacuerdo.

3.5. Procedimientos

El presente estudio se inició analizando la problemática presentada en una institución educativa en la ciudad de Chiclayo. En donde fueron de ayuda trabajos previos relacionados a marketing interno y desempeño laboral a nivel internacional como nacional y local. Asimismo, se desarrollaron hipótesis, objetivos para la investigación. Con relación a la metodología, se estudió sobre tipo y diseño del estudio, la población, la muestra, y por último la técnica e instrumentos. Para la recolección de datos se tomó en cuenta la situación que estamos pasando con la pandemia y por lo tanto se realizó un formulario en

Google, donde se plasmó la encuesta ya validada por los expertos con preguntas cerradas relacionadas a nuestras variables y donde fueron enviadas por vía de correos electrónicos para que los colaboradores puedan responder. Con la cual se acordó bien las fechas y horarios, de tal forma que no haiga ningún inconveniente al momento de realizar el cuestionario. Por último, se analizó los resultados obtenidos del cuestionario en donde veremos el impacto que tienes las variables con el desempeño de los colaboradores. Finalmente se visualizan las referencias en las cuales se obtiene el acceso a los libros y trabajos relacionado al tema investigado.

3.6. Método de análisis de datos

Para realizar el análisis de los datos de la investigación se procedió a registrar los datos en el programa estadístico SPSS versión 25. Se utilizó la estadística descriptiva con el objetivo de determinar los puntajes obtenidos por variable y por cada dimensión.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2004), precisaron que las hipótesis indican lo que estamos intentado encontrar o probar. Las hipótesis no siempre son verdaderas, pueden serlo o no. En la presente investigación las hipótesis son supuestos entre la relación que puede existir entre 1 o más variables. Por último, se acudió a la estadística inferencial en la cual se usó la prueba de correlación de Rho de Spearman con el objetivo de correlacionar las variables y dimensiones.

3.7. Aspectos éticos

Para el presente estudio, se ha tenido en cuenta respetar los siguientes aspectos éticos: (1) tener autorización de las autoridades de la institución, (2) la autenticidad de los datos, (3) tener el consentimiento de los participantes en la muestra y por último (4) tener el programa de turnitin donde se visualiza el porcentaje de copia o auto plagio.

IV. RESULTADOS

4.1 Relación entre el desarrollo del empleado y el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa.

Tabla N° 01

Análisis descriptivo de la relación del desarrollo del empleado con el desempeño laboral.

	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		INDIFERENTE		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO		Total Recuento	Total % del N	Medi a
	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N			
CAPACITACIONES	0	0%	0	0%	0	0%	26	47%	29	53%	55	100%	4.5
NIVEL DE CONOCIMIENTO	0	0%	0	0%	0	0%	38	69%	17	31%	55	100%	4.3
LÍNEA DE CARRERA	14	25%	20	36%	3	5%	12	22%	6	11%	55	100%	2.6

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: los indicadores que más se asocian a la variable desempeño laboral son capacitaciones y nivel de conocimiento. Por otro, el indicador línea de carrera no se asocia con el desempeño laboral.

Tabla N° 02

Correlaciones				
		D. Empleados		D. Laboral
Rho de Spearman	D. Empleados	Coefficiente de correlación	1.000	0.075**
		Sig. (bilateral)	0.584	
		N	55	55

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: se determinó que la dimensión desarrollo del empleado tiene un coeficiente de correlación de 0.075** , con un grado de significancia de 0.584 por

lo cual indica que no existe relación significativa entre el desarrollo de los empleados y el desempeño laboral.

4.2 Relación entre la contratación de los empleados y el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa.

Tabla N° 03

Análisis descriptivo de la relación de la contratación de los empleados con el desempeño laboral.

	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		INDIFERENTE		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO		Total Recuento	Total % del N	Media
	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N			
REMUNERACIÓN	1	2%	4	7%	0	0%	40	73%	10	18%	55	100%	4.0
RECLUTAMIENTO	0	0%	1	2%	1	2%	44	80%	9	16%	55	100%	4.1
INCENTIVOS	0	0%	3	5%	2	4%	31	56%	19	35%	55	100%	4.2

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: se evidencia que todos los indicadores de la dimensión contratación de los empleados se asocian con el desempeño laboral.

Tabla N° 04

Correlaciones					
			C. D. Laboral Empleados		
Rho de Spearman	de C. Empleados	Coeficiente de correlación	1.000		,688**
		Sig. (bilateral)	0.000		
		N	55		55

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

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: se determinó que la dimensión contratación de los empleados tiene un coeficiente de correlación de 0.688” en donde indica que existe correlación positiva moderada, con un grado de significancia de 0.000 por lo cual indica que si hay relación significativa entre la contratación de los empleados y el desempeño laboral.

4.3 Relación entre la adecuación al trabajo y el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa.

Tabla N° 05

Análisis descriptivo de la relación de la adecuación al trabajo con el desempeño laboral

	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		INDIFERENTE		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO		Total Recuento	Total % del N	Media
	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N			
LIBERTAD DE DECISIÓN	0	0%	2	4%	0	0%	34	62%	19	35%	55	100%	4.3
ATENCIÓN DE NECESIDADES	0	0%	1	2%	1	2%	29	53%	24	44%	55	100%	4.4

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: los indicadores que se relacionan con el desempeño laboral son la libertad de decisión y la atención de necesidades.

Tabla N° 06

Correlaciones			A. Trabajo	D. Laboral
Rho de Spearman	A. Trabajo	Coeficiente de correlación	1.000	,452**
		Sig. (bilateral)	0.001	
		N	55	55

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

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: se determinó que la dimensión adecuación al trabajo tiene un coeficiente de correlación de 0.452** con lo que se evidencia que hay una correlación positiva moderada, con un grado de significancia de 0.000 por lo cual indica que si hay relación significativa entre la adecuación al trabajo y el desempeño laboral.

4.4 Relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa.

Tabla N° 07

Análisis descriptivo de la relación de la comunicación interna con el desempeño laboral

	TOTALMENTE EN DESACUERDO		EN DESACUERDO		INDIFERENTE		DE ACUERDO		TOTALMENTE DE ACUERDO		Total Recuento	Total % del N	Mediana
	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N	Recuento	% del N			
RESULTADOS ALCANZADOS	0	0%	1	2%	1	2%	36	65%	17	31%	55	100 %	4.3

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: el indicador difusión de los resultados alcanzados se asocia con el desempeño laboral.

Tabla N° 08

Correlaciones					
			C. Interna	D. Laboral	
Rho de Spearman	de	C. Interna	Coeficiente de correlación	1.000	,534**
			Sig. (bilateral)	0.000	
			N	55	55

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

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: Se determinó que la dimensión comunicación interna tiene un coeficiente de correlación de 0.534** en donde indica que hay una correlación positiva moderada, con un grado de significancia de 0.000 por lo cual indica que si hay relación significativa entre la comunicación interna y el desempeño laboral.

4.5 Relación entre marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa.

Tabla N° 09

Correlaciones				
			M. Interno	D. Laboral
Rho de Spearman	M. Interno	Coeficiente de correlación	1.000	,644**
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	55	55

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

Fuente: Base de datos de la investigación.

Interpretación: Se determinó que la variable marketing interno tiene un coeficiente de correlación de 0.644** en donde se indica la existencia de una correlación positiva moderada, con un grado de significancia de 0.000 por lo cual indica que si hay relación significativa entre las variables marketing interno y desempeño laboral.

V. DISCUSIÓN

Conforme con el primer objetivo específico: Determinar la relación del desarrollo del empleado con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021. El grado de significancia de esta dimensión fue de 0.582 esto indico que no existe relación. Se recogieron los resultados a través de la encuesta, para esta dimensión se dividió en indicadores. Los resultados fueron que en los indicadores capacitaciones y desarrollo del empleado el 53% y el 69% estaba de acuerdo, mientras que en el indicador línea de carrera el 36% estaban en desacuerdo, ya que no se les permitía ascender de puesto. En cuanto al desarrollo del empleado según Chiavennatto (2002), manifiesta el valor de trabajar en reforzar las habilidades y conocimientos del colaborador. El autor refiere que se debe emplear estrategias para captar, fidelizar y retener al cliente interno. A partir de lo descrito anteriormente el resultado no concuerda con los encontrados por Cornelio y Melgar (2020) ya que ellos evidencian relación entre las variables, mientras que nosotros no. Por otro lado, si coincidimos en la importancia de aplicar un plan de marketing interno con el objetivo de incrementar su rendimiento laboral.

Conforme con el segundo objetivo específico: Identificar la relación de la contratación de los empleados con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021. La correlación de la investigación fue de 0.688 lo que indico que existe correlación positiva moderada. Los resultados se obtuvieron a través de la encuesta, para evaluar esta dimensión se dividió en indicadores. Los resultados fueron que en el indicador remuneración y reclutamiento el 73% y el 80% estaban de acuerdo. En el indicador incentivos el 56% de los colaboradores estaban de acuerdo. El aporte teórico con respecto a la contratación de los empleados según Kotler (2003), lo define como la acción en la que se elige a la persona adecuada para el puesto, en la contratación se define la remuneración e incentivos que recibirá el colaborador. Así mismo estos resultados concuerdan con Arca (2020), Cornelio y Melgar (2020), ya que ellos hallan relación entre las variables, también se evidencio que las organizaciones no se preocupan por ofrecer una buena

remuneración, ni incentivos, por ello es prioridad motivarlos en el aspecto económico y así lograr comprometerlos con la empresa.

Conforme con el tercer objetivo específico: Analizar la relación de la adecuación al trabajo con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021. La investigación tuvo una correlación de 0.452 lo que indico una correlación positiva moderada. Para analizar esta dimensión se aplicó la encuesta en donde los resultados fueron que el 62% y 53% estaban de acuerdo con la libertad de decisión y con la atención de las necesidades de la institución, ya que eran libres de tomar decisiones en su puesto de trabajo, además se sentían valorados y motivados porque la empresa se preocupaba por el bienestar de su personal. El aporte teórico según Rafiq y Ahmed (2000), señalan que la adecuación al trabajo refiere a que el colaborador se adecue a su ambiente laboral, para esto la empresa tiene que motivarlo, empoderarlo para que este se sienta cómodo en su trabajo. Los resultados que se obtuvieron concuerdan con la investigación hecha por Medina (2017), donde comprueba que la motivación es un aspecto que repercute considerablemente en el desempeño laboral del colaborador, por eso el autor recomendó estar atento al cliente interno.

Conforme con el cuarto objetivo específico: Determinar la relación de la comunicación interna con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021. La correlación de la investigación fue de 0.544 lo que indico que existe relación positiva moderada. Para realizar el estudio de esta dimensión se realizó la encuesta en dónde el 65% estaba de acuerdo porque existía una relación buena entre ellos y trabajan en equipo. El aporte teórico según Lings (2002), refiere que la comunicación interna dentro de la organización debe ser buena, ya que al tener una óptima comunicación entre los colaboradores ayuda a tener más clara la situación y así trabajar en equipo para lograr las metas propuestas. Los resultados recogidos concuerdan con Cornelio y Melgar (2020), puesto que ellos en su investigación encontraron relación entre ambas variables. También se concuerda con Medina (2017) ya que concluye que la comunicación se asocia con el desempeño laboral del trabajador, por ello

aconseja mejorar la comunicación empleando estrategias como reuniones internas para reforzar los valores de la empresa.

De acuerdo con el objetivo general: Demostrar la relación entre marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021. Los resultados que tuvimos de la investigación fue una correlación de 0,644 que representa una correlación positiva moderada. La investigación comprueba que en la institución educativa investigada el marketing interno es primordial, ya que repercute en el desempeño laboral del colaborador. En relación al marketing interno tenemos los aportes teóricos según Kotler y Keller (2012), precisan que el Marketing Interno es centrarse en aplicar estrategias dirigidas al consumidor interno, con el objetivo de tener personal motivado, comprometido. En relación a la variable Desempeño laboral, Werther y Keith (2013), manifiestan que el desempeño laboral es el esfuerzo que realiza el colaborador y es la justificación de su permanencia en la organización. Los resultados obtenidos concuerdan con Medina (2017) y García (2018), ellos en sus investigaciones también hallaron la significativa relación entre ambas variables. Así mismo explican que el marketing interno mejora significativamente el desempeño laboral.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo al primer objetivo específico, relación entre desarrollo de los empleados y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo; se encontró que no hay relación entre la dimensión desarrollo del empleado y desempeño laboral. Por lo tanto, el desarrollo del empleado dentro de la institución no repercute en el desempeño de los colaboradores.

De acuerdo al segundo objetivo específico, relación entre contratación de los empleados y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo; se determinó que existe una correlación positiva moderada, indicando así que las estrategias utilizadas en la contratación de los empleados si repercute y brindan un mejor rendimiento laboral.

De acuerdo al tercer objetivo específico, La adecuación al trabajo y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo; se comprobó que existe una correlación positiva moderada, señalando que las estrategias brindadas de la adecuación al trabajo si ayudarían a mejorar el desempeño laboral de los empleados.

De acuerdo al cuarto objetivo específico, La comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo; se evidencio que existe una correlación positiva moderada. Determinando así que las estrategias dirigidas a la comunicación interna si repercute en el desarrollo laboral de los empleados.

De acuerdo al objetivo general, demostrar la relación entre marketing interno y el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo; se comprobó que existe una correlación positiva moderada. Así mismo se llega a la conclusión que si se emplean estrategias de marketing interno estas se relacionan a gran magnitud con el desempeño laboral de los empleados.

VII. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a la institución seguir empleando estrategias de marketing interno, pero con un plan programado y a largo plazo, ya que como se evidencia en la investigación el marketing interno repercute en el rendimiento del colaborador.
- ✓ A los investigadores se recomienda que apliquen la encuesta propuesta en la investigación, con el objetivo de recolectar datos y comprobar la relación entre ambas variables.
- ✓ Se recomienda a los futuros investigadores que se desarrolle un estudio cualitativo para contrarrestar con el enfoque cuantitativo de la investigación.
- ✓ Así mismo, recomendamos que se apliquen entrevistas personales o focus group que les permita recoger más datos del colaborador, con el fin de identificar sus necesidades y el porqué de la relación entre el marketing interno y el desempeño laboral.
- ✓ Por otro lado, se recomienda que se amplíe la población, se realice un estudio por instituciones públicas o privadas y así analizar la problemática de cada una.
- ✓ Por último, se recomienda que se pueda analizar en diferentes rubros o sectores, con la finalidad de obtener en los resultados cual de todos los rubros se relaciona más entre ambas variables.

REFERENCIAS

- Aguinis, H. (2009). *Performance management* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education Inc. Recuperado, desde: <http://dln.jaipuria.ac.in:8080/jspui/bitstream/123456789/3699/1/Performance%20management.%20by%20Aguinis%2C%20Herman.pdf>
- Ander-Egg, E. (2011). *Aprender a investigar*. Editorial Brujas, pág. 41. Recuperado, desde: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2017/05/Aprender-a-investigar-nociones-basicas-Ander-Egg-Ezequiel-2011.pdf.pdf>
- Arca, D. (2020). *Plan de marketing interno para mejorar el clima organizacional de los trabajadores del departamento de cobranzas de la empresa servicios cobranzas e inversiones S.A.C, Chiclayo*. (Tesis para obtener el grado de Maestra en Administración y Marketing). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo. Recuperado, desde: https://repositorio.uess.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7165/Arca%20Ruiz%20Delia%20Carmen%20Lidia.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3YgngXCe-QFs6BqBV1rd0G4MyWNF_3q7xikUQs8BHxgkKt0M3oKegg48k
- Alijanzadeh, Asghar y Tahmasebi (2020). *Predecir el desempeño laboral basado en la gestión de conocimiento*. Artículo. Recuperado, desde: <http://www.journals.researchhub.org/index.php/JMAS/article/view/1109>
- Araque, Sánchez y Uribe. (2017). *Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos*. Artículo. Universidad ICESI. Recuperado, desde: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v33n142/0123-5923-eg-33-142-00095.pdf>
- Azulay, H (2012). *Employee Development on a shoestring*. EE. UU: ASTD Press Editorial Staff. Consultado en: https://books.google.com.pe/books?id=S4JFZ5GPH9gC&printsec=frontcover&dq=what+is+employee+development+in+organizations&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=what%20is%20employee%20development%20in%20organizations&f=false
- Borjas, George J. *Labor economics*. Boston: McGraw-Hill, ©2016. Recuperado, desde: <http://lcwu.edu.pk/ocd/cfiles/Economics/EC/Econ202/Labor.Economics.7th.Edition.2015.Borjas.pdf>
- CEPAL (2006). *Dimensiones de Desempeño Laboral*.
- Culqui (2018) "Clima laboral y desempeño laboral en el área de ventas de la empresa Ripley S.A." (Tesis de Título). Universidad César Vallejo. Chimbote. Recuperado, desde: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39287/Culqui_ELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. Colombia. Mc Graw Hill.
- Cornelio y Melgar (2019). *Plan de marketing interno para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Ovopack del distrito de huanchaco*. (Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo. Recuperado, desde: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7348/1/REP_SAN_TIAGO.CORNELIO_ROMINA.MELGAR_PLAN.DE.MARKETING.INTER_NO.pdf?fbclid=IwAR3Er1JRT11MyK-m2-QenL_TRatk3KBobVPFAKKmkNSpPy80t3f6OOj6ikw
- Falcone, P (2016). *75 Ways for managers to hire, develop, and keep great employees*. New York: HarperCollins Focus LLC. Consultado en: https://books.google.com.pe/books?id=5ZHxCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=hiring+of+employees+in+the+organization&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=hiring%20of%20employees%20in%20the%20organization&f=false
- Fuentes, P. (2009). Operativa del marketing interno: propuesta de modelo de endomarketing. en *Perspectivas*. Pág.214. recuperado desde: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942159012.pdf>
- García, N. (2018). *Relación entre el endomárketing y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Viajes Club S.A. del distrito de Miraflores*. (Tesis para obtener el título de Licenciado en Administración). Universidad César Vallejo. Lima. Recuperado, desde: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19884/GAR_CIA_CNI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González, L. (2006). Calidad de vida laboral. Desde: https://www.nodo50.org/cubasi gloXXI/congreso06/conf3_grodriguez.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., Batista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill, pág. 72. Recuperado, desde: https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación*. (3ra edición). Colombia. Mc Graw-Hill.
- Huertas (2017) “Satisfacción laboral y compromiso organizacional en los colaboradores del del programa nacional de infraestructura educativa del Minedu” (Tesis de Título). Universidad Autónoma del Perú. Lima. Recuperado, desde: <http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/404/1/HUERTAS%20CASTRO%20ZADITH.pdf>
- Jakubiec, M (2019). The Importance of internal communication for management o fan organisation. *En researchgate*. University of Bielsko – Biala. Recuperado desde: https://www.researchgate.net/publication/336990805_THE_IMPORTANCE_OF

INTERNAL COMMUNICATION FOR MANAGEMENT OF AN ORGANISATION

- June, Mahmood (2020). *Role ambiguity and job performance of employees in the service sector SMEs in Malaysia*. Malaysian Management Journal, 15, 1-20. Recuperado, desde: <http://e-journal.uum.edu.my/index.php/mmj/article/view/8971/1739>
- Kanyurhi y Bugandwa (2016). *Marketing interno, satisfacción laboral de los empleados y desempeño organizacional percibido en instituciones de microfinanzas*. Artículo emerald insight. Recuperado desde: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-06-2015-0083/full/html>
- Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. Cuarta edición, México: McGraw-Hill. Pág. 425. Recuperado, desde: <https://padron.entretemas.com.ve/INICC2018-2/lecturas/u2/kerlinger-investigacion.pdf>
- Kotler, Philip y Keller (2012). *Dirección de Marketing*. (14 edición). México: Pearson Educación.
- Kurniawan, MYA e Indrayani, I. (2021). *Determination of job responsibilities, effectiveness, work facilities with the motivation of work as variables mediator of the organizational commitment of the district officials behind Padang*. Manajerial Zone: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam, 10 (2), 55-68.
- López, Fachelli. (2015). *Metodología de la Investigación social cuantitativa*. (1° edición). Barcelona. Consultado en: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Mariwa, NG, Betchem, G., Adu, IA and Andrews, MY (2021). *The influence of spiritual leadership on the intention of rotation: evaluation of the mediating role of the quality of work life and moderating role of the organizational climate*. Quantitative Studies of Economics and Management, 2 (1), 27-35. Recuperado, desde: <http://jurnal.ahmar.id/index.php/qems/article/view/247/203>
- Medina, R. (2017). *La influencia del endomarketing en el desempeño laboral de los docentes de la organización san juan de sullana s.a.c.-Piura*. (Tesis para obtener el título de Licenciada en Administración). Universidad César Vallejo. Piura. Recuperado, desde: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26772/Medina_DR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morgan, J. (2016). *La evaluación del desempeño en las empresas y la resiliencia: Una revisión de literatura*. Recuperado de: <https://ufidelitas.ac.cr/assets/es/revista-fidelitas/Edicion6/6ta-03-Morgan-Jesus.pdf>

- Morí (2018) Desempeño laboral y calidad del servicio de los trabajadores de Registros Públicos. (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo. Chiclayo. Recuperado, desde: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29190/Morí_NKI-Fern%
c3%a1ndez_CAG.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29190/Morí_NKI-Fern%c3%a1ndez_CAG.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Ñaupas. H, Valdivia. M, Palacios. J, Romero. H (2018). Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis. Quinta edición, Bogotá, Colombia, septiembre de 2018. Recuperado, desde: <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>
- Parella, S y Martins, F. (2008). *Metodología de la investigación cuantitativa*. (2 edición). Caracas. Fedupel.
- Payares, Berdugo, Caridad, Navarro (2017). Endomarketing y Calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud. *En Revista Espacios*, pág. 32. Recuperado, desde: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/a17v38n57p32.pdf>
- Perea (2016) Motivación laboral y desempeño laboral en trabajadores de Inversiones la Selva S.A. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Moyobamba. Recuperado, desde: http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/2097/TM_Perea_Pasquel_Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rafiq y Ahmed (2000). *Avances en el concepto de marketing interno: definición, síntesis y extensión*. (Vol14). Consultado en: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/08876040010347589/full/html?mobileUi=0&fullSc=1&mbSc=1&fullSc=1&fullSc=1>
- Savarina, I., Hutsevych, D. y Semykina, A. (2021). *Equipment compatibility and efficiency*. Modern management: theories, concepts, implementation, 371. Recuperado, desde: https://www.researchgate.net/profile/Volodymyr-Saienko/publication/351194195_Modern_management_theories_concepts_implementation_Monograph/links/608b137592851c490fa76988/Modern-management-theories-concepts-implementation-Monograph.pdf#page=372
- Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica*. México. Limusa.
- Tamayo, M. (2001). *El proceso de la investigación científica*. Edición Limusa. México. Recuperado, desde: <https://es.slideshare.net/sarathrusta/el-proceso-de-investigacion-cientifica-mario-tamayo-y-tamayo1>
- Vallejo, O. Adaptación laboral: Factor clave para el rendimiento y la satisfacción en el trabajo. Cultura educación y sociedad. En revistas científicas. Universidad de la Costa, CUC. Recuperado desde: <https://revistascientificas.cuc.edu.co/culturaeducacionysociedad/article/view/946>
- Werther, W. y Keith, D. (2013). *Administración de recursos humanos de las empresas: el capital humano de las empresas* (6° ed.). México D. F.: McGraw-Hill.
- Zamora, G. (2018), *Cultura organizacional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la Institución Educativa San Gabriel*. (Tesis

de licenciatura). Universidad cesar vallejo, Chiclayo. Recuperado, desde:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23986/zamora_gg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Número de instituciones educativas y programas del sistema educativo por tipo de gestión y área geográfica, según etapa, modalidad y nivel educativo, 2020. (Google). Recuperado de:
http://escale.minedu.gob.pe/magnitudes-portlet/reporte/cuadro?anio=29&cuadro=539&forma=U&dpto=14&prov=1401&dist=140101&dre=&tipo_ambito=ambito-ubigeo

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS O REACTIVO	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
Variable 1: Marketing Interno	Kotler y Keller (2012), nos refiere que el Marketing Interno consiste en aplicar estrategias a todas las áreas de la organización, con el objetivo de tener personal comprometido, motivado y como consecuencia lograr los objetivos propuestos por la empresa.	El marketing interno se medirá con un cuestionario a partir del análisis de las 4 dimensiones que son: el desarrollo de los empleados, la contratación, la adecuación al trabajo y la comunicación, con lo que se recolectara información primaria.	Desarrollo de los Empleados	Capacitaciones	1	Totalmente de acuerdo.	Cuestionario
				Nivel de Conocimiento	2		
				Línea de Carrera	3		
			Contratación de los empleados	Remuneración	4	De acuerdo.	
				Reclutamiento	5		
				Incentivos	6		
			Adecuación al trabajo	Libertad de decisión	7	En desacuerdo.	
				Atención de necesidades	8		
			Comunicación interna	Resultados alcanzados	9	Totalmente en desacuerdo.	

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS O REACTIVO	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
Variable 2: Desempeño Laboral	Werther y Keith (2013) los autores nos explican que, el desempeño laboral contribuye a un proceso donde se evalúa el esfuerzo que da un empleado, donde el empleado justifica su permanencia en la organización con dicho esfuerzo.	Desempeño laboral está compuesta por 4 dimensiones que son; la eficacia laboral, eficiencia laboral, calidad laboral y la economía laboral. Mediante un cuestionario se recolectará datos de información primaria.	Eficacia laboral	Logro de objetivos	10	Totalmente de acuerdo. De acuerdo. Indiferente. En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	Cuestionario
			Eficiencia laboral	Productividad	11		
				Competencia	12		
			Calidad Laboral	Condiciones del trabajador.	13		
			Economía laboral	Recursos	14		
Presupuesto	15						

Fuente: Elaborado por los autores.

Anexo 2. Matriz de Consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología		
¿Cómo el marketing interno se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021?	Demostrar la relación entre marketing interno y desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021	El marketing interno se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021	Marketing Interno	Desarrollo de los empleados	Capacitaciones	Enfoque:		
					Nivel de Conocimiento	Cuantitativo		
					Línea de Carrera	Diseño:		
Contratación de los empleados	Remuneración	Nivel:						
	Reclutamiento	Descriptivo						
	Incentivos	Método:						
Adecuación al trabajo	Determinar la relación del desarrollo del empleado con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021	El desarrollo del empleado se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021		Libertad de decisión	Correlacional	Técnica e instr de muestreo:		
						Atención de necesidades	Muestreo Censal	
							Inst. Recolección de datos:	
Comunicación Interna	Identificar la relación de la contratación de los empleados con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021	La contratación de los empleados se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021		Resultados Alcanzados	El cuestionario	Procesamiento de análisis de datos:		
			Estadística					
¿Cómo la contratación del trabajo se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021?	Analizar la relación de la adecuación al trabajo con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021	La adecuación al trabajo se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021	Desempeño Laboral	Eficacia Laboral	Logro de objetivos			
							Eficiencia Laboral	Productividad
								Competencia
Calidad Laboral	Condiciones del trabajador							
	Economía Laboral	Recursos						
Presupuesto								
¿Cómo la adecuación al trabajo se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución en Chiclayo 2021?	Determinar la relación de la comunicación interna con el desempeño laboral del talento humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021	La comunicación interna se relaciona significativamente con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021						
¿Cómo la comunicación interna se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de una institución educativa en Chiclayo 2021?								

Anexo 3

Instrumento de recolección de datos

		TA	A	I	D	TD
MARKETING INTERNO						
1	¿Las capacitaciones que brinda la Institución educativa a sus colaboradores, los prepara para desarrollar labores más complejas?					
2	¿El desarrollo de las labores diarias que se realizan en la Institución Educativa aumentan el nivel de conocimiento de los colaboradores?					
3	¿En esta Institución Educativa los colaboradores tienen la oportunidad de acceder a ascensos y desarrollar una línea de carrera?					
4	¿En la Institución Educativa, la remuneración recibida es justa y acorde con las funciones que se realizan?					
5	¿En esta Institución Educativa, se realiza un buen proceso de reclutamiento?					
6	¿Los incentivos que ofrece esta institución Educativa motivan a sus colaboradores?					
7	¿En la Institución Educativa los colaboradores tienen libertad para decidir según el cargo que ocupan?					
8	¿Esta institución Educativa busca atender las necesidades de sus colaboradores?					
9	¿En esta Institución Educativa se difunden los resultados alcanzados por los colaboradores?					
DESEMPEÑO LABORAL						
10	¿En la Institución Educativa existe un trabajo en equipo eficaz que contribuye a alcanzar los resultados y objetivos organizacionales?					
11	¿Los colaboradores de esta Institución Educativa tienen una alta productividad?					
12	¿La competitividad de los colaboradores genera un ambiente saludable en esta Institución Educativa?					
13	¿Los colaboradores de esta Institución Educativa se sienten satisfechos con las condiciones de trabajo y labores que realizan?					
14	¿Esta Institución Educativa brinda suficientes recursos para que sus colaboradores desarrollen adecuadamente sus labores?					
15	¿El presupuesto para salarios que maneja la Institución Educativa permite a sus colaboradores cubrir sus necesidades?					

Fuente: Elaborado por los autores.

Anexo 4

Constancia de confiabilidad

I.DATOS INFORMATIVOS

1.1 ESTUDIANTE	García Gaona Astrid Pamela, Tomanguilla Higinio Alexander.
1.2 TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Relación entre Marketing Interno y Desempeño Laboral del Talento Humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021.
1.3 ESCUELA PROFESIONAL	Marketing y Dirección de Empresas.
1.4 TIPO DE INSTRUMENTO	Cuestionario
1.5 COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO:	Alfa de Cronbach
1.6 FECHA DE APLICACIÓN:	Abril de 2021
1.7 MUESTRA APLICADA	15 (criterio del autor)

CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.83
------------------------------------	------

Anexo 8

Validaciones

Validación, Experto N°1 Mg. Quiñones Bernilla, Roxana.

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Relación entre Marketing Interno y Desempeño Laboral del Talento Humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021.

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				Observaciones
		0 – 20				21 – 40				41 – 60				61 – 80				81 – 100				
Aspectos de Validación		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado											x										Favor de plantear las preguntas de manera correcta, teniendo en cuenta los signos respectivos.
Objetividad	Está expresado en conductas observables											x										
Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación														x							
Organización	Existe una organización														x							

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**Relación entre Marketing Interno y Desempeño Laboral del Talento Humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021.**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				Observaciones
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
Aspectos de Validación		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
													x									
Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado																					
Objetividad	Está expresado en conductas observables															x						
Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en															x						

	la investigación																			
Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems														x					
Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad														x					

Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																												
Consistencia	Basado en aspectos teóricos – científicos de la investigación																												
Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																												
Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																												

INSTRUCCIÓN: Este instrumento sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Chiclayo, 24 de junio de 2021

Nombres y Apellidos : Mónica Esther Panta Merino

DNI :16658636

Especialidad : Administración y Marketing

E – mail : mpantam@ucv.edu.pe



Firma

Validación, Experto N°3 Mg. Jose Manuel Armas Zavaleta.



**FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO
RELACIÓN ENTRE MARKETING INTERNO Y DESEMPEÑO LABORAL DEL TALENTO HUMANO DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EN
CHICLAYO 2021.**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				Observaciones
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
Aspectos de Validación		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado																				X	
Objetividad	Está expresado en conductas observables																				X	
Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				X	
Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				X	
Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad																				X	
Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																				X	
Consistencia	Basado en aspectos teóricos – científicos de la investigación																				X	
Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																				X	
Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																				X	

INSTRUCCIÓN: Este instrumento sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, viernes 02 de julio de 2021

Nombres y Apellidos : Jose Manuel Armas Zavaleta
 DNI : 447744002
 Especialidad : Supply Chain Management
 E – mail : jmarmasz@ucvvirtual.edu.pe

Firma 

Anexo 9

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Recursos y Presupuestos

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
BIENES			
Memoria USB	S/ 20.00	2	S/ 40.00
Lapicero	S/ 1.00	4	S/ 4.00
cuaderno	S/ 2.50	2	S/ 5.00
Laptop	S/ 1,800.00	1	S/ 1,800.00
SERVICIOS			
Servicio de Internet	S/ 150.00	4	S/ 600.00
servicio de Luz	S/ 100.00	4	S/ 400.00
TOTAL			S/ 2,849.00

Fuente: Elaborado por los autores.

FINANCIAMIENTO

El proyecto de investigación será cubierto al 100%, con recursos propios de los investigadores.