



**ESCUELA DE POSTGRADO**

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Marketing personal y talento humano de los docentes de  
la IEP Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac – UGEL 02,  
2014.**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAGÍSTER EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN DOCENCIA Y  
GESTIÓN EDUCATIVA**

**AUTORES:**

Br. Giovanna Giancarla Pinto Diaz  
Br. Georgina Mirta Ramirez Yataco

**ASESOR:**

Mgtr. Villa Calderón, David Fredy

**SECCIÓN:**

Educación e Idiomas

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión y Calidad Educativa

PERÚ - 2015

Mgtr. Mercedes Nagamine Miyashiro

Presidente

Mgtr. Miluska Vega Guevara

Secretario

Mgtr. Villa Calderón, Fredy David

Vocal

**Dedicatoria:**

Dedicamos el presente trabajo de investigación a nuestras familias que nos brindan su apoyo de manera continua.

## **Agradecimiento**

Deseamos agradecer a la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo.

De igual manera el presente trabajo ha sido elaborado con la asesoría de nuestro profesor Mgtr. David Fredy Villa Calderónal cual queremos agradecer de forma especial por brindarme su apoyo en la elaboración de la presente tesis.

Agradecemos también a la Directora de la Institución Educativa Particular, Lic. Ada Espinoza Fernández, por permitirnos elaborar la presente investigación en su institución educativa.

Agradecemos a los docentes de la Institución Educativa Particular Johann Heinrich Pestalozzi, nuestros compañeros de clases y a todos los involucrados en la elaboración de la presente tesis, por su participación e interés en mejorar su imagen personal.

Las autoras

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Giovanna Giancarla Pinto Díaz, identificada con DNI N° 46190463 y Georgina Mirta Ramírez Yataco, con DNI N° 08593360, estudiantes del Programa Maestría en Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, con la tesis titulada “Marketing personal y talento humano de los docentes de la IEP Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac – UGEL 02, 2014”

Declaramos bajo juramento que:

- 1) La tesis es es totalmente de nuestra autoría.
- 2) Hemos respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, febrero del 2015.

.....  
Giovanna Giancarla Pinto Diaz

DNI: 46190463

.....  
Georgina Mirta Ramírez Yataco

DNI: 08593360

## **Presentación**

Señores miembros del jurado:

Ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado “Marketing personal y talento humano de los docentes de la IEP Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac – UGEL 02, 2014”, con la finalidad de determinar el marketing personal y talento humano de los docentes de la IEP Johann Heinrich Pestalozzi.

Conscientes que nuestra labor como docentes no está limitada al desarrollo de actividades dentro de las aulas, sino también hacia el campo de la investigación, realizamos el presente estudio para conocer como se relaciona el marketing personal y el talento humano de los docentes de la IEP Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac – UGEL 02, 2014.

Así, cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, esta investigación está organizada y estructurada en seis capítulos fundamentales, que se describen a continuación:

Primer capítulo, referido al planteamiento del problema, donde se presentan los diferentes aspectos relacionados con la presentación del problema, la justificación y los objetivos de la investigación. En el segundo capítulo, se presenta el marco referencial, que contiene los antecedentes, el marco teórico referido tanto al marketing personal como al talento humano y finaliza con la perspectiva teórica que conduce la investigación. En el tercer capítulo, se presentan las hipótesis y se definen las variables medidas en la investigación. En el cuarto capítulo, se describe el marco metodológico empleado, donde se plantea la investigación como un estudio básico de nivel correlacional, de diseño no experimental transversal y de enfoque cuantitativo. Se presentan además las técnicas e instrumentos empleados. En el quinto capítulo se presenta la información recopilada a través de los instrumentos en forma descriptiva e inferencial, los que se explican y comparan en las discusiones. En el sexto capítulo, se presenta la discusión de los resultados. Finalmente se presentan las

conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos que evidencian el desarrollo de la investigación.

Señores miembros del Jurado, esperamos que esta investigación, al ser evaluada por sus amplios conocimientos, así como por su experiencia temática y en investigación, merezca su aprobación.

## Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
<b>Introducción</b>	14
<b>Capítulo I. Planteamiento del problema</b>	16
1.1. Realidad Problemática	17
1.2. Formulación del problema	19
1.3. Justificación, relevancia y contribución	19
1.4. Objetivos	21
<b>Capítulo II. Marco referencial</b>	22
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. Antecedentes Nacionales	23
2.1.2. Antecedentes Internacionales	24
2.2. Marco teórico	27
2.2.1.. El sistema educativo peruano	27
2.2.2. Bases teóricas del marketing personal	28
2.2.3. Bases teóricas del talento humano	42
2.3.Perspectiva teórica	53
<b>Capítulo III. Hipótesis y variables</b>	55
3.1. Hipótesis	56
3.1.1. Hipótesis general	56
3.1.2. Hipótesis específicas	56
3.2. Identificación de variables	56
3.3. Descripción de las variables	57

3.3.1. Definición conceptual	57
3.3.2. Definición operacional	57
3.4. Operacionalización de las variables	58
<b>Capítulo IV. Marco metodológico</b>	59
4.1. Tipo de investigación.	60
4.2. Población, muestra y muestreo	61
4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	62
4.4. Validación y confiabilidad del instrumento	65
4.5. Procedimientos de recolección de datos	66
4.6. Métodos de análisis e interpretación de datos	66
4.7. Consideraciones éticas	67
<b>Capítulo V. Resultados</b>	68
5.1. Presentación de resultados descriptivos	69
5.2. Contrastación de las hipótesis	77
<b>Capítulo VI. Discusiones</b>	81
<b>Conclusiones</b>	87
<b>Recomendaciones</b>	88
<b>Referencias bibliográficas</b>	90
<b>Anexos</b>	95
Anexo 1: Matriz de Consistencia	96
Anexo 2: Instrumentos	99
Anexo 3: Base de datos de la prueba piloto	111
Anexo 4: Base de datos	113
Anexo 5: Certificado de validez de los instrumentos	115

## Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	Matriz DAFO personal	37
Tabla 2	Matriz de operacionalización de variable marketing personal	58
Tabla 3	Matriz de operacionalización de variable talento humano	58
Tabla 4	Número de docentes que conforman la muestra de estudio, según instituciones educativas	62
Tabla 5	Juicio de expertos	65
Tabla 6	Confiabilidad de los instrumentos.	66
Tabla 7	Escala de correlación según el rango de valores	67
Tabla 8	Marketing personal de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac.	69
Tabla 9	Imagen personal de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	70
Tabla 10	Empleabilidad de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	71
Tabla 11	Curriculum vitae y entrevista personal de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	72
Tabla 12	Talento humano en los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	73
Tabla 13	Nivel de conocimiento de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	74
Tabla 14	Destrezas de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	75
Tabla 15	Competencias de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	76
Tabla 16	Correlación entre el marketing personal y el talento humano de los docentes en la institución educativa Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac. 2014.	77
Tabla 17	Correlación entre el marketing personal y el conocimiento de los docentes en la institución educativa Johann Heinrich	78

Pestalozzi, Rímac. 2014.

Tabla 18	Correlación entre el marketing personal y las destrezas de los docentes en la institución educativa Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac. 2014.	79
Tabla 19	Correlación entre el marketing personal y las capacidades de los docentes en la institución educativa Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac. 2014.	80

### Índice de figuras

		Pág.
Figura 1	Marketing personal de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac.	69
Figura 2	Imagen personal de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	70
Figura 3	Empleabilidad de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	71
Figura 4	Curriculum vitae y entrevista personal de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	72
Figura 5	Talento humano en los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	73
Figura 6	Nivel de conocimiento de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	74
Figura 7	Destrezas de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	75
Figura 8	Competencias de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac	76

## Resumen

La presente tesis titulada “Marketing personal y talento humano de los docentes dentro de la IEP Johann Heinrich Pestalozzi, ubicada en el distrito de Rímac – UGEL 02, 2014” tuvo como objetivo general determinar de qué manera el marketing personal se relaciona con el talento humano de los docentes de la IEP Johann Heinrich Pestalozzi, Rímac – UGEL 02, 2014.

La investigación desarrollada es básica, se ha empleado un diseño no experimental, transaccional correlacional, con una muestra de 50 docentes de la institución objeto de estudio. Para medir las variables de estudio se emplearon como instrumento los cuestionarios, los cuales fueron debidamente validados y aplicados a los docentes de la muestra. Debido a que la investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, se empleó como método de investigación el hipotético deductivo. La naturaleza cualitativa de las variables de estudio nos permitió emplear la prueba no paramétrica Rho de Spearman para la contrastación de las hipótesis.

Se llegó a determinar que el 76% de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac, presentan un nivel de marketing personal bueno, el 16 %, un nivel regular y un escaso 8% tiene un nivel de marketing personal malo. Respecto al talento docente se encontró que el 76% de los docentes en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac, presentan un buen nivel de talento humano, el 16 %, de nivel regular y en el 8 % un nivel malo. Finalmente, se concluye que existe relación significativa entre el marketing personal y el talento humano en la Institución Educativa Particular Johan Heinrich Pestalozzi del Rímac, siendo esta relación directa y moderada ( $p = 0.001 < 0.05$ ;  $r = ,652^{**}$ ), es decir que a medida que se mejore el marketing personal, se alcanzarán mejores niveles de talento humano.

**Palabras claves:** Marketing personal y talento humano.

## **Abstract**

This thesis entitled "Marketing personnel and human talent of teachers in the IEP Johann Heinrich Pestalozzi, located in the district of Rimac - UGELs 02, 2014" overall objective was to determine how the marketing staff is related to human talent of teachers in the IEP Johann Heinrich Pestalozzi, Rimac - UGELs 02, 2014.

Basic research is developed; we have used a correlational not experimental, transactional design, with a sample of 50 teachers of the institution under study. To measure the study variables were used as instruments the questionnaires, which were duly validated and applied to teachers in the sample. Because the research was developed under a quantitative approach, it was employed as a research method deductive hypothetical. The qualitative nature of the study variables allowed us to use the non-parametric Spearman Rho test for the testing of hypotheses.

It was ultimately determined that 76% of teachers in private educational institution Johan Heinrich Pestalozzi Rimac, have a good level of personal marketing, 16%, a regular level and a low 8% have a level of bad personal marketing. Regarding the teaching talent it was found that 76% of teachers in private educational institution Rimac Johan Heinrich Pestalozzi, have a good level of human talent, 16% of regular level and in 8% a poor level. Finally, it is concluded that there is significant relationship between marketing personnel and human resources in the private educational institution Johan Heinrich Pestalozzi Rimac, being this direct and moderate relationship ( $p = 0.001 < 0.05$ ;  $r = 652^{**}$ ), ie that as an improvement of the marketing staff, higher levels of human talent will be achieved.

Keywords: Personal Marketing and human talent.