



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**El marketing personal y gestión del talento humano en
instituciones educativas públicas de educación
secundaria del distrito de San Juan de Miraflores, Año
2016**

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

AUTORA:

Br. Nancy Ana Gonzales Mozombite

ASESORA:

Dra. Paula Viviana Liza Dubois

SECCIÓN

Educación e Idiomas

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión y calidad educativa

PERÚ-2016

Página de jurado calificador

Dr. Luzmila Garro Aburto
Presidente

Dr. Gladys Sánchez Huapaya
Secretario(a)

Dr. Paula Viviana Liza Dubois
Vocal

Dedicatoria

A Dios Todopoderoso, por darme salud y fuerza para persistir en la lucha por abrirme paso como profesional.

De igual modo dedico esta tesis a mi adorada familia que siempre estuvieron a mi lado, supieron comprenderme y me animaron a concluir con esta fase de mi vida, obtener el grado de maestría.

Nancy Ana

Agradecimiento

Expresar mi agradecimiento sincero a todos los docentes de la Escuela de Posgrado en Educación de la Universidad César Vallejo, en especial a la Dra. Paula Viviana Liza Dubois, asesora del presente trabajo, por su apoyo incondicional en las correcciones del mismo y por sus sabios consejos.

Este trabajo de investigación no se habría podido realizar sin la colaboración de muchas personas que me brindaron su apoyo para el desarrollo de la misma.

A los directivos y docentes de las diversas instituciones educativas por apoyarme y brindarme las facilidades en la culminación de la presente investigación.

La Autora

Declaratoria de autenticidad

Yo, Nancy Ana Gonzales Mozombite, estudiante del Programa Maestría en Administración de la Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 08967155, con la tesis titulada “El marketing personal y gestión del talento humano en instituciones educativas públicas de educación secundaria del distrito de San Juan de Miraflores, Año 2016”.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He 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 auto plagiado; 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 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, 22 de Octubre del 2016

.....

Nancy Ana Gonzales Mozombite
DNI. 08967155

Presentación

Señores integrantes del Jurado, de conformidad con los lineamientos técnicos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Postgrado de la Universidad “César Vallejo”, dejo a vuestra disposición la revisión y evaluación del presente trabajo de tesis titulado: “El marketing personal y gestión del talento humano en instituciones educativas públicas de educación secundaria del distrito de San Juan de Miraflores, Año 2016”, realizado para optar el grado académico de Magister en Administración de la Educación. El cual confío sea un referente para otros, que conlleve a su posterior aprobación.

La presente investigación está dividida en siete capítulos: En el capítulo I Introducción: incluye antecedentes y fundamentación científica, técnica o humanística, justificación, problema, hipótesis y los objetivos. Capítulo II Marco Metodológico: considera las variables, operacionalización de variables, metodología, tipos de estudio, diseño, población, muestra y muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis de datos. Capítulo III. Resultados. Capítulo IV discusión. Capítulo V conclusión. Capítulo VI recomendaciones. Capítulo VII referencias y, finalmente los anexos.

Con esta investigación, estoy convencida que se permitirá sensibilizar a los directivos de las instituciones educativas de educación secundaria de San Juan de Miraflores, a tener una mejor dirección escolar a través de un mejor marketing personal y una mayor efectividad en la gestión del talento humano, permitiendo elaborar planes de mejora que impulsen los logros de aprendizaje y la calidad de la educación en el distrito.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La Autora

Tabla de contenidos

Página de jurado calificador.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación.....	vi
Tabla de contenidos.....	vii
Lista de tablas	x
Lista de figuras.....	xiv
Resumen	xvii
Abstract.....	xviii
I. Introducción	xix
1.1 Antecedentes	20
1.1.1. Internacionales	20
1.1.2. Nacionales.....	21
1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística	24
1.2.1. Marketing	24
1.2.2. Diversos conceptos de Marketing	26
1.2.3. Teoría de las necesidades.....	28
1.2.4. Marketing interno	30
1.2.5. Marketing personal	31
1.2.6. Dimensiones del marketing personal.....	31
1.2.7. Gestión del talento humano	32
1.2.8. Dimensiones dela gestión del talento humano	34
1.3. Justificación.....	35
1.4. Problema	36

1.4.1. Realidad problemática	36
1.4.2. Formulación del problema	38
Problemas específicos	38
1.5. Hipótesis.....	39
1.5.1. Hipótesis general	39
1.5.2. Hipótesis específicas	39
1.6. Objetivos	40
1.6.1. Objetivo general	40
II. Marco metodológico	41
2.1. Variables.....	42
2.1.1. Marketing personal	42
2.1.2. Gestión del talento humano	42
2.2. Operacionalización de variables	42
2.3. Metodología.....	43
2.4. Tipo de estudio	44
2.6. Población, muestra y muestreo.....	45
2.6.1. Población	45
2.6.2. Muestra y muestreo	45
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
2.7.1. Técnica.....	46
2.7.2. Instrumentos de recolección de datos.....	47
2.8 Métodos de Análisis de datos	51
2.9. Consideraciones éticas.....	52
III.RESULTADOS	53
3.1. Descripción.....	54
3.1.1. Resultados descriptivos sociodemográficos.....	54
3.1.2. Resultados descriptivos de marketing personal y dimensiones	61

3.1.3. Resultados de gestión del talento humano y dimensiones	70
3.1.4. Contraste de hipótesis	82
IV. Discusión.....	88
V. Conclusión.....	93
VI. Recomendaciones	95
VII. Referencias.....	97
Anexos	100

Lista de tablas

	Página
Tabla 1. Operacionalización de marketing personal.	35
Tabla 2. Operacionalización de gestión del talento humano	36
Tabla 3. Distribución de la población de docentes del nivel de educación secundaria de las instituciones educativas de la zona de Pamplona Alta del distrito de San Juan de Miraflores.	38
Tabla 4. Distribución de la muestra de docentes del nivel de educación secundaria de las instituciones educativas de la zona de Pamplona Alta del distrito de San Juan de Miraflores.	39
Tabla 5. Resultado de la validez de contenido del instrumento marketing personal	43
Tabla 6. Resultado de la validez de contenido del instrumento gestión del talento humano	43
Tabla 7. Confiabilidad de los instrumentos de marketing personal y gestión del talento humano.	44
Tabla 8. Tabla cruzada de docentes según género e instituciones educativas públicas.2016.	47
Tabla 9. Tabla cruzada de grupos de edades y género en docentes de instituciones educativas de San Juan de Miraflores. 2016.	49
Tabla 10. Tabla cruzada de nivel magisterial y género en docentes de instituciones educativas de San Juan de Miraflores. 2016.	50

Tabla 11.	Tabla cruzada de tiempo de servicio en el magisterio y género en docentes de instituciones educativas de San Juan de Miraflores. 2016.	52
Tabla 12.	Tabla cruzada de tiempo de servicio en la institución educativa y género en docentes de instituciones educativas de San Juan de Miraflores. 2016.	53
Tabla 13.	Nivel de marketing personal en docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	55
Tabla 14	Nivel de visión y objetivos personales del marketing personal en docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	56
Tabla 15.	Nivel de conocerse a sí mismo del marketing personal en docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	58
Tabla 16	Nivel de desarrollar sus objetivos del marketing personal en docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	59
Tabla 17	Nivel de definición del mercado objetivo del marketing personal en docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	61
Tabla 18	Nivel de posicionarse en el mercado del marketing personal en docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	62
Tabla 19	Nivel de gestión del talento humano de los directores según docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	64
Tabla 20	Nivel del proceso incorporar a las personas según docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	65

Tabla 21	Nivel del proceso colocar a las personas según docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	67
Tabla 22	Nivel del proceso recompensar a las personas según docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	68
Tabla 23	Nivel del proceso desarrollar a las personas según docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	70
Tabla 24	Nivel del proceso retener a las personas según docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	74
Tabla 25	Nivel del proceso supervisar a las personas según docentes de dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	73
Tabla 26	Resultados de la prueba de bondad de ajuste para las variables de estudio marketing personal y gestión del talento humano.	74
Tabla 27	Contraste de hipótesis de marketing personal y gestión del talento humano.	75
Tabla 28	Contraste de hipótesis de visión y objetivos personales y gestión del talento humano.	76
Tabla 29	Contraste de hipótesis de conocerse a sí mismo y gestión del talento humano.	77
Tabla 30	Contraste de hipótesis de desarrollar sus objetivos y gestión del talento humano.	78
Tabla 31	Contraste de hipótesis de definición del mercado objetivo y gestión del talento humano.	79

Tabla 32	Contraste de hipótesis de posicionarse en el mercado y gestión del talento humano.	80
----------	--	----

Lista de figuras		Página
Figura 1.	Gráfico de barras porcentual de docentes según género en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	50
Figura 2.	Gráfico de barras porcentual de grupos de edades de los docentes según género en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	51
Figura 3.	Gráfico de barras porcentual del nivel magisterial de los docentes según género en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	53
Figura 4.	Gráfico de barras porcentual del tiempo de servicio en el magisterio en los docentes según género en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	54
Figura 5.	Gráfico de barras porcentual del tiempo de servicio en la institución educativa en los docentes según género en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	56
Figura 6.	Gráfico de barras porcentual de marketing personal de los docentes en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	57
Figura 7.	Gráfico de barras porcentual de la dimensión visión y objetivos personales del marketing personal de los docentes en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016.	59
Figura 8.	Gráfico de barras porcentual de la dimensión conocerse a sí mismo del marketing personal de los docentes en dos instituciones educativas del distrito de	60

San Juan de Miraflores. 2016.

- | | | |
|------------|---|----|
| Figura 9. | Gráfico de barras porcentual de la dimensión desarrollar objetivos del marketing personal de los docentes en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 62 |
| Figura 10. | Gráfico de barras porcentual de la dimensión definición del mercado objetivo del marketing personal de los docentes en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 63 |
| Figura 11. | Gráfico de barras porcentual de la dimensión posicionarse en el mercado del marketing personal de los docentes en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 65 |
| Figura 12. | Gráfico de barras porcentual de la gestión del talento humano en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 66 |
| Figura 13. | Gráfico de barras porcentual de la dimensión incorporar a las personas en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 68 |
| Figura 14. | Gráfico de barras porcentual de la dimensión colocar a las personas en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 69 |
| Figura 15. | Gráfico de barras porcentual de la dimensión recompensar a las personas en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 71 |
| Figura 16. | Gráfico de barras porcentual de la dimensión desarrollar a las personas en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. | 72 |

- Figura 17. Gráfico de barras porcentual de la dimensión retener a las personas en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. 74
- Figura 18. Gráfico de barras porcentual de la dimensión supervisar a las personas en dos instituciones educativas del distrito de San Juan de Miraflores. 2016. 75

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación entre marketing personal y gestión del talento humano en instituciones educativas públicas de educación secundaria del distrito de San Juan de Miraflores, Año 2016.

Se trata de una investigación de enfoque cuantitativo y de tipo básica, de diseño no experimental, transversal – correlacional. La muestra es probabilística; estuvo conformada por el personal docente de dos instituciones educativas de educación secundaria del distrito de San Juan de Miraflores, año 2016; el instrumento de investigación cumplió con los requisitos de validez y la confiabilidad. El método que se utilizó fue el hipotético deductivo, para el análisis de datos se aplicó la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

Los resultados de la investigación demuestran la relación entre las variables; en cuanto a la tendencia de las apreciaciones de los docentes es el nivel medio tanto para marketing personal, como para gestión del talento humano en instituciones educativas públicas de educación secundaria del distrito de San Juan de Miraflores, año 2016. En cuanto al grado de correlación se determinó, que existe correlación moderada positiva entre las variables (Rho de Spearman = 0.415) y esta correlación es significativa ($p = 0.000 < 0.05$).

Palabras claves: Marketing personal, visión y objetivos, conocerse a sí mismo, desarrollar sus objetivos, gestión del talento humano.

Abstract

The objective of the present investigation was to determine the relationship between personal marketing and human talent management in public secondary education institutions of the district of San Juan de Miraflores, Year 2016.

It is a research of quantitative and basic type, non - experimental, cross - correlational design. The sample is probabilistic; Was formed by the teaching staff of two educational institutions of secondary education of the district of San Juan de Miraflores, year 2016; The research instrument met the requirements of validity and reliability. The method used was the hypothetical deductive, for the data analysis we applied the nonparametric Rho test of Spearman.

The results of the research show the relationship between the variables; With respect to the trend of teacher appreciation is the average level for both personal marketing and human talent management in public secondary education institutions in the district of San Juan de Miraflores in 2016. Regarding the degree of correlation It was found that there is a moderate positive correlation between the variables (Spearman's Rho = 0.415) and this correlation is significant ($p = 0.000 < 0.05$).

Key words: Personal marketing, vision and goals, knowing yourself, developing your goals, managing human talent.