



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO EN MAESTRÍA DE
GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**

**Marca Personal en el Desempeño Laboral de los egresados
universitarios del Valle Jequetepeque – 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión del Talento Humano

AUTOR:

Méndez Silva, Luis (ORCID: 0000-0002-8452-9272)

ASESOR:

Dr. Salinas Gamboa, José German (ORCID: 0000-0002-8491-0751)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Cultura y Comportamiento Organizacional

TRUJILLO – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi padre y madre quienes son el mejor ejemplo de amor y persistencia, además de gozar de su compañía durante toda mi vida.

A mi hermano, quien me dio una lección de persistencia, de nunca rendirse y sin detenerse porque la lucha aún continúa.

Agradecimiento

“Cuan grande es tu bondad, que atesoras para los que te temen, y que a la vista de la gente derramas sobre los que en ti se refugian.”

(Salmo 31:19)

Muchas veces por el miedo, por la tristeza o por la incertidumbre terminamos abandonando sueños, proyectos que alguna vez nos propusimos. Dios es el único que nos puede ayudar a retomar esos sueños y proyectos, porque Dios hizo de nosotros seres fuertes, valientes y con mucha Fe.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de Tablas	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA	15
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Variables y Operacionalización:	15
3.3. Población, muestra y muestreo	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	18
3.5. Procedimientos:	18
3.6. Método de análisis de datos:.....	19
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES.....	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	

Índice de Tablas

Tabla 1: Distribución de frecuencias según niveles.....	16
Tabla 2: Distribución de frecuencias según niveles.....	16
Tabla 3: Prueba de normalidad de Shipiro-Wilk de las puntuaciones Obtenidas de la aplicación de los instrumentos.....	20
Tabla 4: Correlación entre marca personal y desempeño laboral.....	22
Tabla 5: Correlación entre la dimensión competencia y desempeño Laboral.....	23
Tabla 6: Correlación entre la dimensión valores y desempeño laboral.....	24

Índice de figuras

Figura 1: Distribución de porcentajes de la variable marca personal.....	21
Figura 2. Distribución de porcentajes de la variable desempeño Laboral.....	22

Resumen

La presente investigación titulada “Marca personal en el desempeño laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque – 2021” la cual tuvo como objetivo general determinar la relación entre Marca personal y el desempeño laboral de los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021. En el marco metodológico tuvo un enfoque de tipo cuantitativo y de diseño no experimental. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento dos cuestionarios virtuales para medir la opinión de la población que fue evaluada en su totalidad considerándose a 53 personas, se estructuró considerando los indicadores de las variables de estudio el cual fue validado por juicio de expertos y la confiabilidad por alfa de Cronbach. Posteriormente se procedió a realizar un análisis e interpretación de los resultados obtenidos en el instrumento procediendo a utilizar el estadístico de correlación rho de Spearman haciendo uso del programa Spss V26.

Finalmente se concluyó que existe una relación positiva ente las variables Marca personal y la variable Desempeño laboral, se estableció que existe relación positiva ($\rho=.360^{**}$). Demostrando así que los egresados que se perciben con una buena marca personal proyectan un buen desempeño laboral.

Palabras clave: Marca personal, Desempeño laboral, actitud, percepción.

Abstract

The present investigation entitled "Personal brand in the work performance of the university graduates of the Jequetepeque Valley - 2021" which had as general objective to determine the relationship between personal brand and the work performance of the university graduates of the Jequetepeque Valley 2021. In the methodological framework It had a quantitative approach and a non-experimental design. The survey was used as a technique and as an instrument two virtual questionnaires to measure the opinion of the population that was evaluated in its entirety considering 53 people, it was structured considering the indicators of the study variables which was validated by expert judgment and the reliability by Cronbach's alpha. Subsequently, an analysis and interpretation of the results obtained in the instrument was carried out, proceeding to use Spearman's rho correlation statistic using the Spss V26 program.

Finally, it was concluded that there is a positive relationship between the variables Personal brand and the variable Job performance, it was established that there is a positive relationship ($\rho = .360^{**}$). Thus demonstrating that graduates who are perceived to have a good personal brand project good job performance.

Keywords: Personal brand, Job performance, attitude, perception.

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo existen muchas organizaciones que han introducido su marca al mercado en el transcurso del tiempo y acumulando así una identidad que los personifica en un mercado agresivo y comercial. En el transcurso del tiempo la velocidad comercial ha producido cambios en los cuales las organizaciones han visto de forma obligatoria poder innovar en sus marcas y potenciarlas cada vez más.

Muchos conceptos han ido apareciendo con la finalidad de reforzar los sistemas que ayuden a mantener una mejor imagen en el mercado, esta literatura ayuda a ir mejorando conforme los cambios van apareciendo y exigiendo evolucionar de forma significativa empoderando así las tendencias comerciales ya que va teniendo mucha influencia en las personas y sobre todo no podemos descartar las redes sociales que hoy en día son una fuente de comunicación para poder adquirir un producto o servicio.

Nuestro país no fue ajeno a los cambios que se han venido dando sobre todo en el aspecto laboral en los últimos años la exigencia que tienen los profesionales va de la mano con responder con objetivos a la organización a la cual prestara sus servicios es por ello que muchas organizaciones buscan contratar talentos que sean agentes de cambio y que se adapten a los nuevos sistemas muestren habilidades y sobre todo liderazgo.

Las redes sociales son de gran ayuda en estos tiempos ya que agudiza la atención para una búsqueda más idónea, cabe precisar que mantener un puesto laboral es trabajo del profesional ya que con el trae mucha responsabilidad no solo en cumplimiento sino también en una constante preparación que ayudara a mejorar su imagen y hacerlo cada vez más atractivo para las empresas. Es ahí donde se empieza a dar forma a lo que se conoce como marca personal.

Por otro lado el desempeño que cumplen los profesionales en una organización es el grado de responsabilidad y compromiso que se tenga con la entidad y es algo que nunca puede faltar en la meta del profesional, ya que es ahí donde mostraran relativamente su marca personal mostrando su capacidad, habilidad y compromiso sobre todo en un mercado tan competitivo donde existen profesionales con mucha experiencia y capacidad para cubrir puestos de trabajo es hi donde el profesional debe seguir incrementando su conocimiento y reforzar su rendimiento a la vez.

Se tiene que tomar en cuenta que en el momento cuando elijamos postular a una institución se debe cumplir con el perfil del puesto que se indique dentro de los requisitos publicados ya que muchas veces la selección va por ese lado, ya que se busca al personal idóneo para cumplir ese puesto, una organización bien posicionada es la que más oportunidades laborales brinda ya que siempre se requiere de más talento pero este debe estar calificado para el puesto, lo ideal al egresar de la universidad es que el profesional debe seguir con su preparación ya que el mercado laboral es completamente agresivo y las grandes empresas siempre buscan al personaje más idóneo.

Los escenarios digitales que se vienen mostrando en la actualidad traen como contexto también a la marca personal, ya sea en plataformas que brinden información de cómo reforzarla y sobre todo de que características son las más atractivas o cuales las empresas observan más al momento de realizar una correcta selección y tomar decisiones, podemos observar que muchas personas toman como herramienta las redes sociales para promocionarse como marca y así ir teniendo mas acogida y le dan más valor significativo ya que cada vez se hacen más conocidos. Es así como los profesionales también deberían aprovechar estas oportunidades ya que los medios de comunicación y difusión ayudan mucho a poder posicionar una marca y a venderla de la mejor manera.

Estas ideas van demostrando la importancia que podría llegar a tener la influencia que representa la marca personal frente desempeño laboral para un egresado Universitario, volviéndose así muy necesario demostrar la relación que existe entre esas dos variables que en la actualidad muchos han intentado definir, pero casi todos van cayendo en restarle importancia a esta problemática que involucra a la población de los egresados universitarios del Valle Jequetepeque que no son ajenos a la problemática.

Asimismo, podemos decir que la influencia de la marca personal frente al desempeño laboral en los egresados universitarios se convierte en una necesidad de resolver, reforzando así algunos conceptos que involucran precisamente en como esta población percibe la actual demanda laboral que cada vez se torna más exigente al momento de decidir donde iniciar la carrera por adquirir experiencia laboral y así mismo apuntar a empresas que ellos puedan tener como ideal. Con la finalidad de hacer frente a la problemática, esta investigación nos sirve para implementar toda acción que la marca personal tenga como estrategia, ya que tenemos que proyectar y definir acciones que puedan favorecer a un mejor desempeño laboral confirmando la idea de que puede existir una relación o influencia sobre estas variables que dedicaremos este estudio. De esta investigación se desprende la siguiente interrogante: ¿Cómo se relaciona Marca personal y el desempeño laboral de los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021?

A la vez, se presentan las siguientes Justificaciones:

Implicancias Prácticas: Esta investigación servirá como Manual de consulta para nuevos estudios sobre el tema, a su vez permitirá la solución de problemas con datos fiables y desprenderán diversas recomendaciones para los nuevos investigadores, también tendrá un enfoque práctico que permitirá su entendimiento.

Justificación Teórica: Se hará uso de teorías que reforzarán el tema de estudio, así como también permitirán el entendimiento de las variables y tendrá base teórica citada para nuevos investigadores del tema.

Justificación Metodológica: este estudio siguió lineamientos sistematizados y a la vez ordenados los cuales a través de la realidad anteriormente presentada ayudara a poder dar un diagnostico científico y brindar soluciones y recomendaciones al respecto.

Por todo lo antes expuesto, en esta investigación el objetivo general es determinar la relación entre Marca personal y el desempeño laboral de los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021. Así mismo realizar un análisis sobre el nivel del Marca personal que se perciben los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021, así mismo también analizar el nivel de desempeño laboral que ejercen los egresados universitarios del valle Jequetepeque 2021. Por otro lado analizar la relación que existe entre la marca personal y la dimensión competencias en los egresados universitarios y además de la relación de la marca personal y la dimensión valores en los egresados universitarios.

Así mismo, para la presente investigación plantea dos hipótesis:

H1: Sí existe relación entre Marca personal y el desempeño laboral en los egresados universitarios del valle Jequetepeque 2021.

H0: No existe relación entre LA Marca personal y desempeño laboral en el en egresados universitarios del valle Jequetepeque 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Díaz (2018) en su investigación en la ciudad de Cajamarca midieron la realización del talento humano y el desempeño en un centro de salud, el cual presento un análisis descriptivo y correlacional cuyo tipo fue básico netamente teórico con el fin de desarrollar la problemática y en los cuales se evaluaron al total de la población utilizando un instrumento de 25 preguntas en los resultados se encontró que no se identificó una relación significativa entre estas variables de estudio.

Ustua (2020) en su estudio realizado en la ciudad de lima sobre la inteligencia emocional y el desempeño en el trabajo evaluó a una población del centro de salud, el diseño empleado fue no experimental correlacional, tipo cualitativo. El objetivo del trabajo fue hallar la relación que podría existir entre estas variables y se utilizó una población de 37 trabajadores los cuales fueron debidamente evaluados en 2 instrumentos en los cuales se concluyó que existe una relación significativa entre las variables de estudio.

Trelles y Varas, (2017) en el estudio que realizaron en donde se investigó a las variables del clima y desempeño de los colaboradores de una agencia en Trujillo, tuvo como propósito final evaluar la existencia de una relación entre estas variables, para ello se utilizó una muestra de 26 personas las cuales cubrieron el total de la población ya que no es una agencia tan grande y se decidió evaluar su totalidad a través de un cuestionario de estas variables. Esta investigación concluye que no existe una relación significativa sino más bien deberían ser evaluadas de forma individual.

León y Rossméri, (2018) en el estudio realizado en a los trabajadores de cajas de un supermercado evaluaron a la selección del personal y su desempeño en el trabajo en el cual se tuvo como finalidad principal hallar una relación entre las variables de estudio con un enfoque cuantitativo y a la vez se empleó un diseño no experimental correlacional fue de tipo aplicada con

una debida descripción de la problemática presentada, se evaluaron a 35 personas las cuales se aplicaron dos cuestionarios para medir a estos trabajadores en los resultados que se pudieron extraer se indica que se puede afirmar una relación significativa de las variables de estudio puesto que es necesario que se realice una correcta elección del personal antes de ser contratado ya que de ellos dependerá su rendimiento en la organización.

Urteaga (2015) en el estudio realizado en la caja de la ciudad de Cajamarca tuvo como propósito investigar a la variable satisfacción y motivación en la cual se utilizó un diseño no experimental, transversal correlacional de tipo aplicativo descriptivo, y también analítico. En este estudio se utilizó una muestra de 67 personas los cuales fueron especialistas en el tema para poder brindar un diagnóstico más seguro y también con las diversas teorías tener una idea más clara de lo que se pretende investigar el estudio tuvo como conclusión que si existe una relación directa ya que la satisfacción en el trabajo es la clave principal para que el colaborador esté debidamente motivado a cumplir sus funciones organizacionales.

Muñoz (2017) utilizó un área comercial en la Región Norte para su investigación de Motivación Y Su Incidencia sobre El Desempeño Laboral; para dicha investigación empleó un diseño de tipo correlacional – transaccional, utilizando así el total de la población de colaboradores del área comercial por ser un número pequeño. Se utilizaron dos cuestionarios válidos y confiables para la recolectar toda la información requerida. La investigación arrojó como resultados que la población en su mayoría manifestaron percibirse motivados, así mismo la mayoría afirmaron que su desempeño laboral en la empresa donde laboran siempre es la requerida, es por ello que la correlación entre las variables de estudio son estadísticamente significativo, lo que nos muestra la evidencia que existe una relación muy alta entre sus variables que corresponden a la investigación.

Villanueva (2018) realizó una investigación en un distrito limeño con trabajadores dedicados al rubro de belleza sobre las variables Marca personal y competencia laboral. Tiene como objetivo principal, definir la relación existente entre sus variables elegidas para su investigación. Villanueva decidió utilizar un estudio con enfoque cuantitativo y como método basarlo en una investigación hipotética deductiva y el nivel de investigación que desarrolló fue descriptivo correlacional con un diseño no experimental Transversal y del tipo de investigación aplicada. Necesitó una población de 50 trabajadores, ya que consideró utilizar el 100% de la población por ser un tamaño reducido. La técnica que llegaron a utilizar fue una encuesta y el instrumento que empleó fue el cuestionario. Los resultados definitivos afirman la existencia de relación directa entre sus variables.

Dulanto et al (2018) realizaron una investigación con profesionales de algunas principales escuelas de posgrado quienes llegaron a estudiar a la marca personal como una estrategia de empleabilidad, Los autores llegaron a diseñar una investigación cualitativa, explicativo y a su vez descriptivo. Eligieron una población de estudio de 126 estudiantes, de los cuales se substrajo la información mediante la técnica empleada con entrevistas focus groups para poder investigar la influencia de la variable principal y ver su aportación de forma exitosa además poder definir la necesidad de las especializaciones que deben de tener cada uno de ellos al momento de egresar ya que los estudios y preparación no deben detenerse, los instrumentos empleados revelaron la necesidad que tienen los profesionales de seguir con la preparación después de egresar ya que se tiene que estar correctamente actualizados para poder aspirar a un puesto de trabajo que los haga sentir útiles y sobre todo seguros de los trabajos que realizaran en el transcurso del tiempo.

Oliva (2017) quien realizó un estudio a los estudiantes de Trujillo el cual tuvo como tema principal investigar la marca personal y la empleabilidad, en

el cual se buscó hallar la relación y para ello el estudio fue de tipo descriptivo no experimental transversal correlacional, utilizando una encuesta validada por expertos y fue aplicada a una población de 180 estudiantes . los resultados que se recopilaron fueron detallados de forma descriptiva concluyendo que la marca personal determina a la empleabilidad ya que se muestran las habilidades y conocimientos que el egresado debe de tener para aspirar a un puesto de trabajo.

Zúñiga (2019) n la investigación que realizo en lima con los colaboradores de Ripley centro tuvo como finalidad medir la marca personal de estos y su empleabilidad para verificar si influenciaba en el puesto de trabajo que estos ocupan el diseño fue no experimental correlacional se aplicó un cuestionario a 102 trabajadores los cuales fueron tomados como muestra estos respondieron según su opinión 20 preguntas validadas de los cuales indican que existe una relación entre estas variables ya que la marca personal ayuda a que el colaborador tenga más oportunidad de crecimiento en la empresa o en otras organizaciones.

Baltazar (2017) tuvo como investigación a la marca personal y al perfil profesional en el cual su objetivo fue hallar la relación su tipo de investigación fue aplicada y el diseño es no experimental correlacional, la metodología fue en base al método científico aplicando un cuestionario a 133 estudiantes los cuales fueron la muestra en estudio y así dio como conclusión final que no existe relación entre dichas variables.

Con respecto a la variable marca personal Rodríguez (2016) manifiesta que las marcas refuerzan el perfil de las personas o empresas ya que si se muestra de la forma correcta se ira teniendo mejor posicionamiento en el mercado a la vez incrementar su empleabilidad y tener una marca más empoderada ya que se tiene un control más específico de lo que se quiere ir mostrando.

Por otro lado Álvarez (2018) en la definición mostrada para el desempeño laboral indica que es el grado de rendimiento y habilidad que muestra el colaborador a la entidad que brindara sus servicios y va de la mano con la experiencia y conocimiento que se tenga a la vez acompañado de una correcta preparación que se evidencie dentro de su perfil profesional

Pedraza (2010) considera que para llegar a conseguir el éxito dentro de una organización se requiere considerar como piedra angular al desempeño laboral, por tal motivo en la actualidad el área de recursos humanos va teniendo la relevancia dentro de las organizaciones. Teniendo en cuenta que los alcances o metas que cada empleado va obteniendo pueden ser medibles y observados, dando lugar siempre a las capacidades particulares de cada empleado.

Helmut (2018) nos refiere que el desempeño laboral es la evaluación que tiene la función de definir si alguna persona se desempeña de manera correcta en su trabajo. Dicha acción llega a ser una evaluación individual, basada en el esfuerzo que demanda para ello y aquí el área de recursos humanos realiza la medición o evaluación por desempeño laboral que es muy importante para encaminarse al éxito de la organización.

Sobre las características del desempeño laboral podemos mencionar las principales tales como: Los resultados que se obtengan dentro de una evaluación de desempeño van a ser una expresión parcial del desempeño ya que no solo ese factor es el medible para el éxito, sino más bien también debemos tener en cuenta diversos factores como las condiciones económicas del momento, cambios de tendencias del mercado, déficit en producción, etc.

Los objetivos o metas de la organización tienen que ser relevantes, siendo claros y medibles para el puesto o función ya que las actividades que conlleven esfuerzos en objetivos periféricos.

La multidimensionalidad es la variedad de comportamientos específicos de una tarea principal que un colaborador debe tener en claro para poder brindar sus servicios de forma correcta, también los no específicos podrían perjudicar al colaborador a no desempeñarse con éxito.

Todo desempeño va sujeto a una constante evaluación que se realiza día a día y es por ello que el compromiso debe estar presente siempre al momento de que el colaborador desarrolle sus funciones ya que de eso dependerá su buen desenvolvimiento.

Esta tarea consiste en poder ayudar a obtener mejores resultados lo cual generar el cumplimiento efectivo de las metas que se plantee la organización. Precisar también que todo va de la mano con la satisfacción y clima organizacional ya que esto permitirá que el colaborador este motivado a seguir cumpliendo funciones.

Leyva /2016) indica que si el marketing es aplicado de forma correcta se logran obtener beneficios asertivos tanto en lo empresarial como en lo profesional ya que hoy en día la publicidad no solo se aplica en empresas o productos sino también en ayudar a incrementar y presumir el perfil profesional y hacerlo más competitivo. El marketing es una herramienta agresiva que si se utiliza de forma correcta puede a llegar a incrementar y posicionar cualquier tipo de marca.

Pérez(2011), manifiesta que el marketing personal expone al profesional a tener mejor impacto en el mercado y también exige que se siga incrementando su conocimiento ya que va de la mano con la correcta preparación para poder cumplir con las necesidades del mercado laboral y satisfacer a las empresas mostrando un desempeño eficiente y efectivo que ayude a la organización a tener logros significativos.

También Pérez (2012) indica que la necesidad de contar con una buena marca personal es indispensable para toda persona que ingresa al mundo laboral ya que muestra la percepción que tiene el mercado del profesional que se involucra dentro y va acompañado de la responsabilidad y competitividad con la cual se muestre ya que generara un impacto positivo y estable.

Por otro lado gracias a la existencia de las habilidades blandas la marca personal marcara su diferencia teniendo en cuenta que no solo se aprende en una escuela sino que la práctica que se tenga y la experiencia que se adquiera servirá de mucho y es fundamental para las personas ya que aumenta su valor en el mercado porque permitirá el aporte de nuevas ideas.

Una carrera profesional hoy en día no es indispensable para tener éxito, pues hoy en día es importante la estrategia que el profesional usa para introducirse en el mundo laboral, caso contrario seremos protagonistas de metáforas negativas. En este sentido podríamos mencionar que solo existe una persona que puede ayudarnos a salir de alguna situación somos nosotros mismos, confirmando de esta manera que el error que nos puede traer más consecuencias sería trabajar para alguien que no seas tú mismo es por ello que no podríamos dejar nuestro futuro en manos de otros.

Actualmente las redes sociales han visto surgir un personaje llamado influencer, aquí es donde emerge una nueva modalidad de líder de opinión representado como un modelo de líder y atreverse a referirse a ellos como modelos a seguir, que debe sintonizar entre la gestión de su marca personal junto a su rol de prescriptor, incluyendo en la actualmente contenidos en el rubro político que a la aún existe libertad para elevar opiniones. En este escenario, la investigación aplicó un análisis de contenido a 790 mensajes de influencers en redes sociales. Podemos definir que se estudiaron los diferentes contenidos de tuits con mensajes de temas ideológicos. Fernández Gómez (2018)

Definimos también a la ética dentro del mundo tan variado de las Marcas que copian los mercados hace reflexionar sobre el concepto de marca personal que se vuelve más difícil según esa idea definir. En un nuevo producto van a existir signos gráficos distintivos, traducido en personas o usuarios, podemos mencionar que sus signos son intangibles y diferenciadores. Por intermedio de la indagación bibliográfica y análisis de toda la información que llega a involucrar a la ética y moral como cualidades, y un valor agregado en la construcción del individuo, los valores y atributos que definen una marca, por lo general se caracterizan por ser elementos útiles para captar opciones que generen diferencias que se posicionan superando a la competencia. Cedeño Bravo (2020)

Marca personal es un concepto que denota una aplicación simple entre los diferentes ámbitos de nuestra vida, vamos a elegir resaltar el ámbito laboral, campo del cual se puede afirmar como extrema la idea de marca empleada en el marketing, que usualmente es definida como lo tradicional. Aquí posiblemente llegamos a caer en el error de creer que un objetivo vital solo llega a ser “venderse”, esto nos da la oportunidad de demostrar que el concepto muestra una visión humanista de lo que describe a un profesional, Mohedado Córdoba (2011).

La marca personal se dirige hacia un estudio de concernos al punto de saber hasta dónde podemos llegar, con la intención de ver hasta dónde podemos diferenciarnos sustancialmente y esto nos brinde una ventaja dentro del mundo laboral y en consecuencia la personal. Necesitamos priorizar en descubrir algunos aspectos que nos llevan a concebir la marca personal ideal a la cual podríamos llegar, tanto así que podríamos saber lo que se quiere ser y conseguir una diferencia si nos comparamos ante el mundo. Se vuelve en un criterio básico dirigimos a la innovación y aumentar nuestra confiabilidad al momento que llegamos a expresar ideas o proyectos propios. Lo que buscamos con la marca personal es retener dentro del cliente

el hacer algo único, inolvidable y que se recuerde con certeza posible. La teoría básica que involucra a la marca personal y algunas de las fases que se deben cumplir en ese procedimiento de creación de marca. Incluiremos una etapa filosófica en la llegamos a definir quién soy, la etapa analítica en la que definimos como están nuestras cosas para llegar a mis objetivos y finalmente la etapa donde se tomamos decisiones para conocer cómo vamos a actuar y conseguir la marca personal que buscamos obtener. Losada Díaz (2010).

La creación y gestión de marca personal son los últimos procesos de transformación que involucran los ámbitos económicos y sociales han inducido un radical cambio en el mercado laboral, creando un espacio definido por muchas dudas profundas y complicaciones crecientes para conseguir un empleo digno. Asimismo, últimamente gracias al desarrollo tecnológico, la creciente demanda de las redes sociales introducen una cierta variedad de acciones sobre cómo es que llegamos a buscar empleo y la forma de cómo llegamos a presentarnos a las empresas, frente a los procesos de selección a los cuales se someten. En lo mencionado, las personas en general muestran una necesidad de resaltar y con el objetivo de opacar a otros competidores, priorizando evidentemente en la imagen personal que intentamos de alguna forma construir y proyectar como elemento determinante a la hora de lograr el éxito laboral dentro de una organización. En este contexto, los individuos particularmente se convierten en hacedores de su propia marca, así definirlos como empresarios de sí mismos transformado el mercado de trabajo actual del siglo XXI.

Así se va formando una nueva línea dentro del Marketing, denominada como "personal branding", con el único objetivo de gestionar personas. En virtud de avanzar con esta nueva propuesta, podríamos decir que aplicarían los principios ya denominado como comercio tradicional de personas,

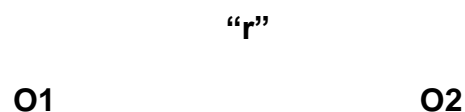
refiriéndose pobremente como si fueran mercancías y, al mismo tiempo, como empresarios y hasta directores de la percepción de sí mismos (sujeto y objeto), López Salas y Urraco Solanilla (2018).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Esta investigación es de tipo aplicada por lo que se dará solución a un problema encontrado con ayuda del método científico, se realizará la recopilación de los datos necesarios que ayuden al desarrollo de la investigación. Medina (2017) manifiesta que la investigación aplicada se apoya de los instrumentos de recolección de datos para la obtención de datos exactos y confiables.

El avance de la investigación permitió decidir utilizar como una estrategia al diseño no experimental. La pericia de los estudios no experimentales, tienen la singularidad de no contemplar la manipulación de las variables que se encuentran en evaluación, ya que se basa en la observación del fenómeno. Así mismo, se evidenció un corte transversal, porque se recolectaron toda la información sobre las variables Marca Personal y desempeño laboral en un solo instante. De tal forma que el mencionado estudio obtuvo como esquema gráfico lo siguiente:



Leyenda:

O1: Observación de la variable Marca Personal

O2: Observación de la variable Desempeño Laboral

3.2. Variables y Operacionalización:

Variable

Según Eudaldo y Espinoza, (2019) consideran que la variable trata de algo que evidentemente se va a distinguir o caracterizar por ser inestable, inconstante y cambiante. Esto demuestra que las variables permiten insertarnos en el estudio al punto de obtener las dimensiones e indicadores que nos ayudará a complementar los resultados que obtengamos.

Variable Marca personal

Pérez (2012) define de forma conceptual que a la marca personal como la percepción que llega a tener nuestro entorno (teniendo en cuenta que se refiere a empresas, colegas, familia, amigos entre otros) de aquellas cualidades que nos hacen sobresalir, diferenciarse y ser considerados útiles para aquellos que necesitan de nuestros servicios, siendo así el componente que valora nuestro trabajo.

Variable Desempeño laboral

Dolan (2017) afirma que el concepto de la evaluación del desempeño nos permite llegar a identificar en el momento cuáles son las debilidades y fortalezas del colaborador al evaluar el cumplimiento de sus obligaciones como trabajador, para así remarcar sobre ellos una apreciación sobre qué tan capacitado puede estar y esto pueda llegar a beneficiar al colaborador así como a la institución laboral.

Operacionalización

Bauce, Córdoba y Ávila, (2018) fueron firmes al definir que la operacionalización de las variables involucra llegar a elegir los indicadores que sumados nos hagan llegar al significado que obtienen a través de sus dimensiones como las variables que se estudiarán en dicha investigación.

La marca personal, es la percepción de un individuo dentro o fuera de un centro de trabajo lo cual determina su singularidad, esto quiere

decir que esas diferencias que serán medibles a través de sus dimensiones tales como: Competencias y valores; que lo convertirán en valioso para la empresa según lo referido por Pérez (2012). Se aplicó una encuesta utilizando en ésta, un cuestionario de la escala de Likert con cinco puntos.

El desempeño laboral es la manera o forma en que los colaboradores pueden llegar a ejecutar su trabajo, esto dependerá de las dimensiones tales como los factores actitudinales que evidenciaran la funcionalidad y factores operativos que será lo que podremos medir según su rendimiento aplicado.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población de estudio

Sánchez, et al (2018) nos menciona que la población es un conglomerado conformado por todos los elementos que posee una variedad de cualidades comunes, de tal forma que se puedan reconocer dentro de un área para ser parte de los estudios correspondientes.

A partir de este criterio, mencionamos que actualmente el valle Jequetepeque cuenta con dos universidades las cuales son una pública y una privada, después de haberse realizado una minuciosa investigación se determinó que a julio del año 2021 sólo 53 son los egresados de las diferentes carreras universitarias y por ende ellos serán tomados como unidad de análisis. Así mismo, se utilizó para la aplicación de los instrumentos Formularios digitales en línea. Por otro lado se llegó a excluir egresados de años anteriores a la investigación. En base a todo lo mencionado se precisa que la investigación está compuesta por una población censal, en donde se llegó a involucrar a todos los egresados universitarios del Valle Jequetepeque. Se emplearon los instrumentos

como cuestionarios, con la finalidad de obtener la información que se necesita para garantizar el estudio. Es por ello que Sánchez, Reyes y Mejía (2018) nos ayudan a comprender que el Censo nos proporciona la información de toda la población o Universo que se va a estudiar que justamente es lo que necesitamos para nuestra investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Cordero y Bottini (2019) definen al cuestionario como el método útil para la recolección de la información que los mismos sujetos nos lo van a proporcionar. Es por esta razón que para la medición de la primera variable Marca personal llegamos a utilizar como técnica la encuesta de Hernández y Llanos (2015), donde aplicaron un cuestionario de 25 preguntas, por lo que respecta a sus dos dimensiones de la marca personal fueron: la dimensión competencias, compuesta por 21 preguntas y la dimensión valores con 4 preguntas. Por otro lado para la medición de la segunda variable Desempeño laboral se utilizó el cuestionario de 39 items, midiendo 2 dimensiones tales como Factores actitudinales y Factores operativos.

Validez

Según Muñoz (2015) se realiza esta evaluación para verificar si el instrumento cumple con lo establecido de forma confiable y asertiva

Para esta investigación se realizó validez por juicio de expertos el cual estuvo conformado por especialistas en el tema de estudio.

Tabla 1

Validez de instrumento, según expertos

Nombre y Apellidos	Marca Personal	Desempeño Laboral
Martin Manuel Grados Vásquez	Procede a aplicar	Procede a aplicar
Fausta Elizabeth Alburqueque Arana	Procede a aplicar	Procede a aplicar
Mabel Ysabel Otiniano León	Procede a aplicar	Procede a aplicar

Fuente: Elaboración propia de autor.

Confiabilidad

Para verificar correctamente la confiabilidad de la investigación, se manipuló el Coeficiente Alfa de Cronbach por medio del SPSS V.26 para medir el nivel de confiabilidad con respecto a las preguntas propuestas con respecto a la V1 se obtuvo (0,91) y la V2 se obtuvo (0.88). Ver anexo (1y2)

3.5. Procedimientos:

Para el inicio de la investigación se priorizó en la recopilación de datos e información académica de las diferentes plataformas y repositorios, lo mismo que llegará a servir como fundamento para elegir y elaborar el Instrumento con la asesoría del docente responsable académico según lo que requería la investigación y comunicar a los docentes acerca del estudio. Debido a las circunstancias que vive el país, se realizó la encuesta de manera virtual mediante la herramienta digital Google Form, enviándoles el instrumento del cuestionario a sus respectivos correos personales y WhatsApp de los egresados del Valle Jequetepeque. Así mismo por intermedio de los especialistas precisar la aprobación de la utilización del instrumento a utilizar. Una vez que se obtuvo la base de datos se procedió a su correspondiente análisis de resultados. De esta manera los datos que se obtuvieron se trabajaron

mediante la estadística para poder obtener la información confiable requerida en el presente trabajo de investigación.

3.6. Método de análisis de datos:

Para mejor efectividad en el procesamiento y análisis de los datos cuantitativos se llegarán a aplicar técnicas estadísticas las cuales son las más adecuadas para la investigación. Por otro lado el cuestionario que se utilizó se decidió que tendría una escala ordinal, contando así con las siguientes valoraciones: 1 como la valoración más baja y 5 como una valoración considerada alta. En el momento de que obtuvo la base de datos, se procedió al inicio del tratamiento en el SPSS 26. La forma que se utilizó para demostrar y evidenciar los resultados fueron las tablas y gráficos que se encargaron plasmar las medidas de la investigación.

3.7. Aspectos éticos

En esta investigación tomamos en cuenta considerar la ética científica, además del código de ética del psicólogo, que en líneas generales nos expresan tener la responsabilidad al momento de tratar la información de los encuestados, así como la información personal de cada uno de ellos.

Asimismo, se delimitó la aplicación de las normas APA, por la razón más básica e importante de toda investigación, rigiéndonos en evitar en todo momento en poder incurrir en el plagio. Así mismo respetar rígidamente en todo momento la propiedad intelectual de los autores que se necesitaron para darle consistencia científica a la investigación, específicamente colocar de manera adecuada la referencia bibliográfica.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 1

Distribución de frecuencias según niveles de la variable marca personal en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021 (n=53)

Nivel	Variable		Dimensiones			
	Marca personal		Competencias		Valores	
	F	%	f	%	f	%
Alto	46	86.79	45	84.91	47	88.68
Medio	7	13.21	8	15.09	6	11.32
Bajo	0	.00	0	.00	0	.00
Total	53	100.00	53	100.00	53	100.00

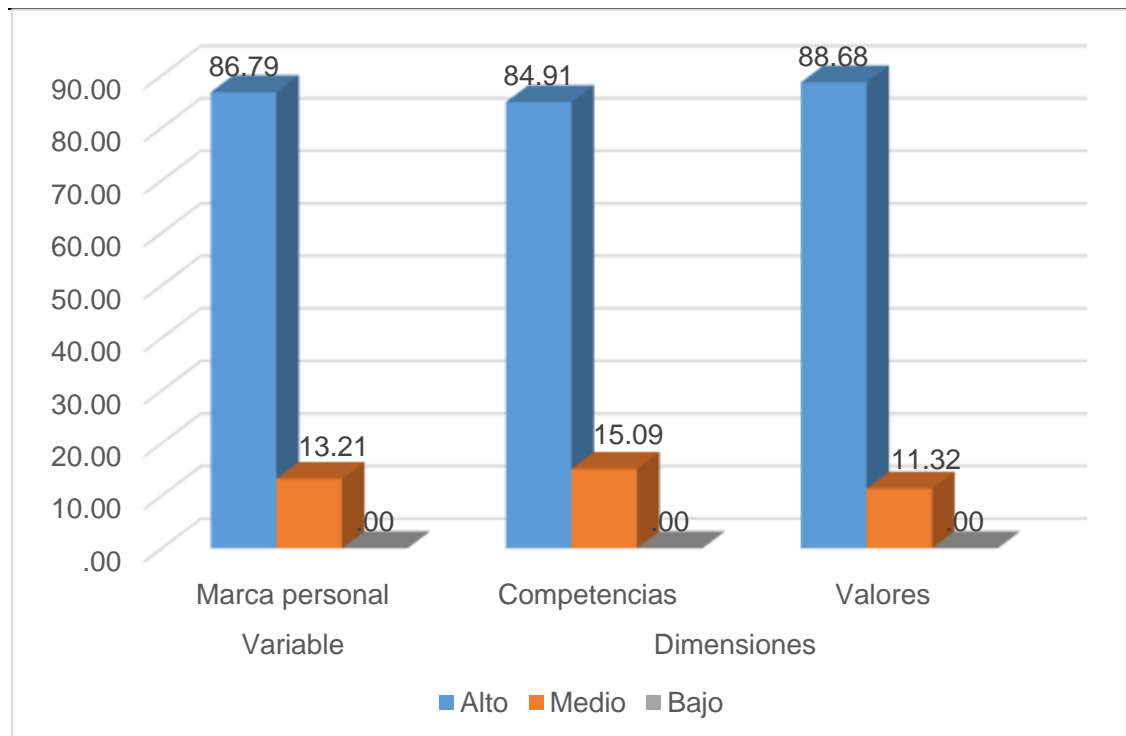


Figura 1. Distribución de porcentajes de la variable marca personal

En la tabla 1 y figura 1 se analiza cómo se distribuye las frecuencias y porcentajes de la variable marca personal y sus dimensiones, de tal modo que, en la variable general llega a predominar el nivel alto (86.79%) seguido del nivel medio (13.21%), de modo similar en las dimensiones competencias

y valores el nivel que prevalece es alto (84,91% y 88.68%) seguido del nivel medio (15.09% y 11.32%).

Tabla 2

Distribución de frecuencias según niveles de la variable desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021 (n=53)

Nivel	Variable		Dimensiones			
	Desempeño laboral		Factores actitudinales		Factores operativos	
	F	%	f	%	f	%
Alto	52	98.11	52	98.11	51	96.23
Medio	1	1.89	1	1.89	2	3.77
Bajo	0	.00	0	.00	0	.00
Total	53	100.00	53	100.00	53	100.00

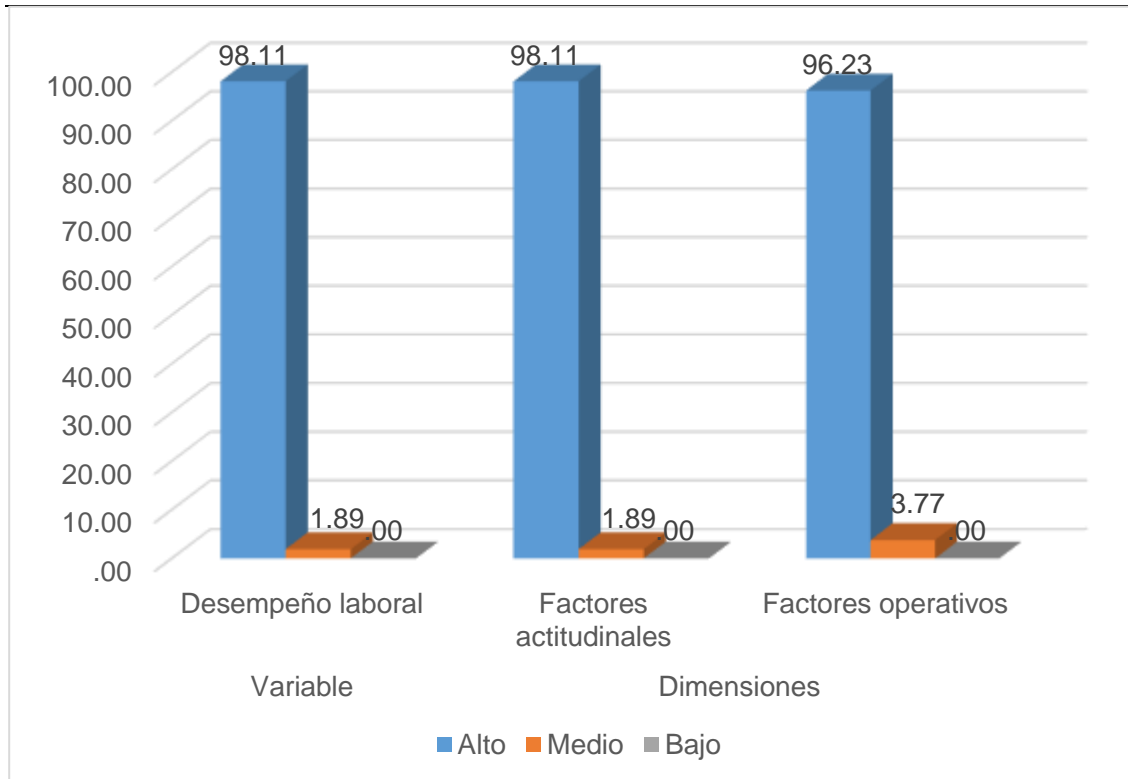


Figura 2. Distribución de porcentajes de la variable desempeño laboral

En la tabla 2 y figura 2 se aprecia la distribución de las frecuencias y porcentaje correspondiente a la variable desempeño laboral y sus dimensiones, de tal modo que, en la variable general y en la dimensión factores actitudinales prevalece el nivel alto con un 98.11% seguido del nivel

medio con un 1.89%; asimismo, se aprecia que en la dimensión factores operativos prevalece el nivel alto con un 96.23% seguido del nivel medio con un 3.77%.

Análisis de normalidad

Tabla 3

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov de las puntuaciones obtenidas de la aplicación de los instrumentos de marca personal y desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021 (n=53)

Variable/ dimensión	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	p
Marca personal	.135	53	.017
Competencias	.140	53	.012
Valores	.207	53	.000
Desempeño laboral	.069	53	,200*

Nota: gl=grados libertad; p=valor de significancia estadística

En la tabla 3 se observa la distribución de las puntuaciones de los instrumentos suministrados para la medición de las variables en la muestra de estudio, de tal modo que para marca personal total y cada una de sus dimensiones la distribución no es normal ($p < .05$), en tanto en el total de desempeño laboral la distribución es normal ($p > .05$), para finalizar, la correlación de las variables se hizo uso del coeficiente de correlación de Spearman (ρ).

Análisis correlacional

Tabla 4

Correlación entre marca personal y desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021 (n=53)

			Marca Personal	Desempeño Laboral
Rho Spearman	de Marca Personal	Coeficiente de correlación	1.000	.360
		Sig. (bilateral)		.008
		N	53	53
	Desempeño Laboral	Coeficiente de correlación	.306	1.000
		Sig. (bilateral)	.008	
		N	53	53
Variable			rho	p
Marca personal	Desempeño laboral		,360**	.008

Nota: rho=coeficiente de correlación de Spearman; p<.05*=relación significativa; p<.01**=relación muy significativa

En la tabla 4 se evidencia la presencia de relación positiva y significativa de efecto medio entre la marca personal con el desempeño laboral (rho=.360**), lo cual permite rechazar la hipótesis nula que postula la independencia de variables, denotando así que los participantes que se perciben con una buena marca personal tienden a mostrar un buen desempeño laboral.

Tabla 5

Correlación entre la dimensión competencia y desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021 (n=53)

Variable		rho	p
Competencias	Desempeño laboral	,341*	.012

Nota: r=coeficiente de correlación de Pearson; p<.05*=relación significativa; p<.01**=relación muy significativa

En la tabla 5 se aprecia la presencia de relación positiva y significativa de efecto medio entre la dimensión competencias con el desempeño laboral (rho=.341*), lo cual concluye rechazar la hipótesis nula que establece la inexistencia de relación entre las variables, poniendo de manifiesto que los participantes que buenas competencias respecto a la marca personal presentan un buen desempeño laboral.

Tabla 6

Correlación entre la dimensión valores y desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021 (n=53)

Variable		rho	p
Valores	Desempeño laboral	,292*	.034

Nota: rho=coeficiente de correlación de Spearman; p<.05*=relación significativa; p<.01**=relación muy significativa

En la tabla 6 se aprecia la presencia de relación positiva y significativa de efecto pequeño entre la dimensión valores con el desempeño laboral (rho=.292*), lo cual es determinante para rechazar la hipótesis nula que define la no correlación entre las variables, indicando que los participantes que muestran buenos valores respecto a la marca personal suelen mostrar un alto desempeño laboral.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general del presente estudio es llegar a definir la relación que existe entre el Marca personal y el Desempeño Laboral en egresados universitarios del Valle Jequetepeque, 2021, en respuesta a este objetivo general, podemos afirmar que existe relación positiva y significativa $p < .05^*$ ($p = 0.008$) confirmando lo mencionado por Villanueva (2018) realizó la investigación en la ciudad de Lima, la cual tenía como objetivo principal la relación entre las variables Marca personal y competencia laboral en una empresa dedicada al rubro de belleza, es aquí donde realizó un estudio con enfoque cuantitativo y como método de investigación hipotético deductivo, su nivel de investigación que desarrolló fue descriptiva correlacional de diseño no experimental-Transversal y del tipo de investigación aplicada. La investigación contempló una población de 50 colaboradores siendo esta una población reducida para reducirla. Así mismo la técnica que se llegó a utilizar fue una encuesta y como instrumento se empleó el cuestionario. El resultado definitivo afirma que existe relación directa entre marca personal y competencia laboral reafirmando que no existen variables independientes sino que la marca personal llega a influir en el desempeño laboral sin lugar a dudas.

Estos resultados también se apoyan en Usthua (2020) quién realizó investigación en Lima donde relaciona a la Inteligencia emocional y desempeño laboral en trabajadores de un centro de salud en. Aquí detallamos que la investigación fue correlacional de diseño no experimental con un enfoque cualitativo. Su objetivo central fue encontrar la relación entre las dos variables ya mencionadas, evaluando así a 37 trabajadores los cuales se les aplicó cuestionarios validados respectivamente. Los resultados de la Investigación arrojaron que llega a existir una relación entre inteligencia emocional y el desempeño laboral siendo esta significativa.

Donde sí contrastamos en lo que respecta a los resultados de la investigación es cuando Díaz y Bustamante (2018) en su trabajo de investigación realizado en Chota donde relacionaron el Talento Humano y la variable Desempeño laboral en trabajadores de Hospital José Soto Cadenillas, donde también se utilizó un cuestionario para la medición de las variables y los resultados de la investigación concluyen que las variables llegan a ser sin lugar a dudas, independientes, porque no se halló la relación significativa entre sus variables. Esta investigación nos ayuda a confirmar que la variable independiente Marca personal en nuestra investigación define la relación con el Desempeño laboral teniendo así el sustento de Pérez (2018) quien afirma que la existencia de la marca personal tiene la función de ayudar al colaborador a mostrarse con las mejores competencias que pueda expresar lo que ayudará a desenvolverse de manera adecuada en un trabajo y esto forme parte del proceso de éxito en quien esté en la práctica de ello.

Con relación a los objetivos específicos propuestos, las frecuencias y porcentajes de las variables Marca personal y Desempeño laboral cada una de las variables mencionadas con sus dimensiones, de modo que en las dimensiones competencias y valores el nivel que prevalece es alto (84,91% y 88.68%) y los factores actitudinales prevalece el nivel alto con un 98.11%. Esto nos evidencia que los egresados universitarios relacionan significativamente entre la variable Marca personal y sus dimensiones tales como competencias y valores, así mismo sucede lo mismo con la variable Desempeño laboral y los factores actitudinales y los factores operativos. Lo señalado anteriormente ratifica lo dicho por Pérez (2018) el que nos indica que si la marca personal no se relaciona con sus competencias y valores, no tendrían razón de ser, por lo tanto si el trabajador no destaca será porque no logró tener una marca personal adecuada lo que convierte a esta dinámica en algo muy valioso para una empresa, debido a que conoceremos qué tan creativo o productivo puede llegar a ser si maneja adecuadamente su marca y su desempeño. La investigación de Oliva (2017) también relaciona a la

Marca personal y la empleabilidad en estudiantes universitarios. Los datos recolectados fueron procesados de la forma descriptiva, concluyendo: es determinante los factores en la marca personal para la empleabilidad en los estudiantes de una universidad son la capacidad de análisis con 58%, la capacidad de resolución de problemas con un 58% y el posicionamiento con 84%.

VI. CONCLUSIONES

PRIMERA: Con respecto al objetivo general, podemos concluir que existe relación positiva y significativa entre la variable Marca personal y la variable Desempeño laboral. Revelando así a los egresados que se perciben con una buena Marca personal pueden proyectar un buen desempeño laboral, ya que al poseer mejores competencias y práctica de valores estos profesionales serán cada vez más atractivos para el mercado laboral y su desempeño será mucho más eficiente.

SEGUNDA: Con relación al objetivo específico N°1, relación entre el Desempeño laboral y la dimensión Competencias, concluimos que si existe relación positiva y significativa, demostrando así que al poseer mayores competencias mejor será el desempeño laboral, ya que si el profesional es hábil, tiene capacidad de análisis y sobre todo es creativo cumplirá un buen rol para la entidad que preste servicios ayudando a cumplir objetivos.

TERCERA: Con relación al objetivo específico N°2, relación entre el Desempeño laboral y la dimensión valores de la variable marca personal, podemos concluir que si existe una relación positiva y significativa, ya que si el profesional es perseverante, cumple sus funciones con responsabilidad y sobre todo mantiene iniciativa para participar en cualquier actividad de la entidad, mostrará un desempeño eficiente para la organización.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Recomendar a las casas universitarias capacitar a los futuros egresados de las diferentes carreras universitarias sobre la importancia del uso de la Marca personal, lo cual hará optimizar y reforzar el potencial que los egresados pueden aún explotar. Cabe recalcar que dichas capacitaciones podrían realizarse de manera remota, llegando a modificar la percepción del futuro egresado frente al mercado laboral.

Segunda: Los resultados que se encontraron nos incita a recomendar que debemos tomar en cuenta que las competencias que puedan demostrar los egresados universitarios evidencia una gran diferencia de profesionalismo en cada uno de ellos, tal es así que realizar talleres para reforzar la importancia de la variedad de competencias que ellos podrían llegar a desarrollar van a reafirmar lo buenos profesionales y trabajadores que podrían llegar a ser en el ámbito laboral que ellos elijan.

Tercera: A partir de los hallazgos que produjo la investigación, se hace preciso recomendar a las autoridades académicas implantar campañas en diferentes instancias del tiempo que duran los universitarios en aulas, en las cuales se refuercen a las habilidades blandas, que puedan confirmar que los buenos valores son producto de la marca personal, que podrían garantizar el éxito no solo en el campo laboral sino en el ámbito académico, debido a las exigencias que actualmente estamos expuestos en el mercado laboral. Así mismo la planificación de lo antes expuesto tendría que ligarse al acompañamiento pedagógico que podría complementar de buena manera en formar a los universitarios basados en una marca personal exitosa.

REFERENCIAS

Baltazar Benavides, Adriana (2017) en su investigación *Marca personal y perfil profesional en los estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa de 9° semestre de la Universidad Continental 2016-2017*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Universidad Continental. <https://bit.ly/3mPGGUC>

Blanca Álvarez Indacochea, Deysi Alfonso Porraspita, Blanca Indacochea Ganchozo (2018) Desempeño Laboral: un Problema social de la ciencia, *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, ISSN-e 2224-2643, Vol. 9, N°. 2 (AbrilJunio), 2018, págs. 147-158. <https://bit.ly/3f6dJDI>

Cedeño Bravo, Ernesto Intriago y Zambrano Vélez (2020). *La ética como elemento diferenciador en la marca personal*. Revista San Gregorio N° 39. Ecuador. <https://bit.ly/34KI6cP>

Díaz Coronel y Bustamante Vásquez, (2018) realizó la investigación *Talento humano y desempeño laboral de los trabajadores del servicio de emergencia del Hospital José Soto Cadenillas de Chota*. Tesis para optar el grado de Maestría, Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/3AZCKsN>

Dolan, S. L. (2007). *La Gestión de Recursos Humanos "Como atraer, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación"*. Tercera edición. Madrid, España. <https://bit.ly/3rifx0q>

Dulanto Arana, Jimenez Salas y Libio Sampen (2018) en su investigación *La marca personal como Estrategia de Empleabilidad para profesionales que cursan estudios de posgrado en las principales escuelas de negocios de Lima*, tesis para optar el grado de maestría, Universidad del Pacífico. <https://bit.ly/3aMbOIE>

Espinoza Freire, Eudaldo Enrique. (2019). *Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte*. Conrado, 15(69), 171-180. Epub 02 de septiembre de 2019. <https://bit.ly/3wLyERy>

Fernández Gómez, J.D., Hernández-Santaolalla, V. y Sanz-Marcos, P. (2018). *Influencers, marca personal e ideología política en Twitter*, versión on line N°42, ISSN 0719-367X. <https://idus.us.es/handle/11441/78432>

Gerardo J. Bauge, Miguel A. Córdoba, Ana V. Avila (2018) *Operacionalización de Variables*. Revista del Instituto Nacional de Higiene Rafael Rangel. ISSN: 0798-0477. Vol 49, No 2. <https://bit.ly/3Bq3enw>

Guillermo Sala Parres, *Gestión de un pequeño comercio*, (1era Edición) 2015, Editorial Editex Madrid – España ISBN. eBook 978-84-9078-541-6. <https://bit.ly/3wG0KOi>

H. Sánchez, C. Reyes, K. Mejía (2018) *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Manual de investigación Universidad Ricardo Palma. ISBN N° 978-612-47351-4-1. 1ra Edición, 2018. Losada Díaz, Jose (2010) La Marca Personal. Revista comunicación. ISSN-e 2390-0075, N°. 27, 2010, págs. 23-32.

<https://bit.ly/3aKGcg4><https://bit.ly/3BjxxMG>

Helmut Sy Corvo. (2018). Desempeño laboral: características y ejemplos. Web de referencia, Lifeder <https://bit.ly/3yrCJwd>

Mohedano Córdoba, José Eduardo (2011) *Marca Personal, Marca Profesional*, ISSN 0210-3923. <https://bit.ly/38tSkPG>

Leyva Ada (2016) *Marketing en esencia: Gestiona tu marca personal, profesional y empresarial*, 1ra Edición, Granica - Buenos Aires, ISBN 978-950-641-892-2 libro digital, <https://bit.ly/2SYOpX6>

Muñoz Cueva, Cecilia (2017) *Motivación y su Incidencia en El Desempeño Laboral Del Área Comercial Del Grupo La República Publicaciones S.A. Región Norte*. Tesis para optar el grado de licenciado de la Universidad Cesar vallejo. Perú. <https://url2.cl/GDyls>

Ñaupás, Mejía, Novoa, & Villagómez (2014), *Metodología de la Investigación*, 4a. Edición. Bogotá: Ediciones de la U, <https://bit.ly/3puNOHR>

Oliva Guevara, Karim (2017) en su investigación *Marca personal para la empleabilidad en los estudiantes de una universidad pública y privada de la ciudad de Trujillo 2017*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración. Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/2MeqZtH>

Pedraza Esperanza; Amaya Glenys y Conde Mayrene (2010). *Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia*. Revista de Ciencias Sociales [online]. 2010, vol.16, n.3 [citado 2021-05-21], pp. 493-505.

<https://bit.ly/3oMKhpf>

Pérez Ortega, Andrés (2012) *Marca Personal: como convertirse en la opción preferente*. 2da edición – Editorial ESIC – Madrid, ISBN 978-84-7356-5578. <https://bit.ly/3ypgjfc>

Perez Ortega, Andres (2014) *Marca Personal para Dummies*, 1ra edición, Wiley Publishing Inc. Barcelona, ISBN 978-84-329-0205-5, libro digital,

<https://bit.ly/3hEspeB>

Roig-Vila, Rosabel; Blasco Mira, Josefa Eugenia; Lledó Carreres, Asunción; Pellín Buades, Neus (eds.). *Investigación e Innovación Educativa en Docencia Universitaria. Retos, Propuestas y Acciones*. Alicante: Universidad de Alicante, Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa, Instituto de Ciencias de la Educación (ICE), 2016. ISBN 978-84-617-5129-7, 3135 p.

Trelles Chamba y Varas Campos, (2017) realizaron la investigación *Relación entre el clima laboral y el desempeño de los colaboradores de la Agencia Distribuidora Servicios y Representaciones Dial S.R.L en Trujillo*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de la Universidad Antenor Orrego. <https://bit.ly/3hKCbeR>

Urteaga Requejo (2015) realizó la investigación *La satisfacción laboral y su relación con la motivación y la rotación de personal en mi caja Cajamarca*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de la Universidad de Cajamarca. <https://bit.ly/38SdHe3>

Ustua Huaman, Judith (2020) realizó la investigación de *Inteligencia emocional y desempeño laboral en trabajadores del centro de salud Metropolitano de Abancay*. Tesis para optar el grado de Maestría, Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/3yZjucT>

Zúñiga Velásquez, Giancarlo (2019) en su investigación titulada *Marca personal y empleabilidad de los trabajadores de la empresa Ripley, Santa Anita, 2019*. Tesis para optar el grado de Licenciado en Administración. Universidad Cesar Vallejo. <https://bit.ly/38CdLOD>

ANEXOS

Anexo 01: validez y confiabilidad del instrumento de marca personal

Índices de homogeneidad según correlación R corregido y consistencia interna según el coeficiente Alfa

Factor	Ítem	r_{itc}	α
Competencias	MP1	.69	.90
	MP2	.77	
	MP3	.54	
	MP4	.43	
	MP5	.70	
	MP6	.62	
	MP7	.61	
	MP8	.48	
	MP9	.24	
	MP10	.39	
	MP11	.44	
	MP12	.59	
	MP13	.50	
	MP14	.65	
	MP15	.50	
	MP16	.39	
	MP17	.55	
	MP18	.58	
	MP19	.59	
	MP20	.12	
	MP21	.58	
Valores	MP22	.30	.61
	MP23	.38	
	MP24	.34	

MP25 .62

Marca personal .91

Nota: r_{itc} =coeficiente de correlación R corregido; α =coeficiente de consistencia interna Alfa

Anexo 02: validez y confiabilidad del instrumento de desempeño laboral

Índices de homogeneidad según correlación R corregido y consistencia interna según el coeficiente Alfa

Factor	Ítem	r_{itc}	α
	DL1	.42	
	DL2	.38	
	DL3	.34	
	DL4	.42	
	DL5	.43	
	DL6	.33	
	DL7	.06	
	DL8	.52	
	DL9	.36	
	DL10	.29	
Factores actitudinales	DL11	.47	.80
	DL12	.60	
	DL13	.16	
	DL14	.23	
	DL15	.38	
	DL16	.36	
	DL17	.50	
	DL18	.29	
	DL19	.40	
	DL20	.44	
	DL21	.42	

	DL22	.38	
	DL23	.42	
	DL24	.48	
	DL25	.53	
	DL26	.64	
	DL27	.31	
	DL28	.57	
	DL29	.17	
	DL30	-.03	
Factores operativos	DL31	.58	.81
	DL32	.44	
	DL33	.50	
	DL34	.60	
	DL35	.19	
	DL36	.45	
	DL37	.49	
	DL38	.55	
	DL39	.42	
Desempeño laboral			.88

Nota: r_{itc} =coeficiente de correlación R corregido; α =coeficiente de consistencia interna Alfa

CRITERIOS DE JUECES

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para medir la marca personal en el desempeño laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque.

OBJETIVOS: Analizar la marca personal en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque

DIRIGIDO A: Egresados Universitarios

NOMBRE DEL EVALUADOR: FAUSTA ELIZABETH ALBURUQUEQUE ARANA

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR

ESTUDIOS REALIZADOS: ADMINISTRACIÓN

VALORACIÓN:

Altamente válido	Válido	Regularmente válido	Baja validez	No válido
------------------	--------	---------------------	--------------	-----------



Firma del Evaluador:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	CRITERIOS DE EVALUACION											
				Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta					
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
Marca Personal	Competencias	Capacidad de análisis	1	Lee materias que supongan un reto	X		X		X		X				
			2	Se involucra y expresa argumentos en conversaciones filosóficas	X		X		X		X		X		
			3	Lleva la conversación a un nivel más elevado	X		X		X		X		X		
			4	Busca un significado más profundo a las cosas	X		X		X		X		X		
				Creatividad	5	Recibe menciones o premios por su creatividad lograda en sus trabajos	X		X		X		X		
					Actualización permanente	6	Asiste a eventos educativos con el fin de potenciar y actualizar sus conocimientos	X		X		X		X	
				Capacidad de resolución de problemas		7	Aporta buenas soluciones para un problema	X		X		X		X	
						8	Asume la responsabilidad de sus problemas sin culpar a otros	X		X		X		X	
					9	Soluciona sus problemas sin esperar que otras personas lo resuelvan	X		X		X		X		
				Capacidad de toma de decisiones	10	Toma el control sobre las cosas	X		X		X		X		
					11	Evita quedarse en segundo plano	X		X		X		X		
				Capacidad de realizar investigación	12	Lee libros, artículos, publicaciones, etc. Sobre temas de su carrera profesional	X		X		X		X		
	Búsqueda y procesamiento de información		13	Se informa a través de diferentes medios de comunicación	X		X		X		X				
			14	Vierte opiniones a través de diferentes plataformas y en diversos escenarios sobre acontecimientos nacionales e internacionales	X		X		X		X				
			15	Participa en actividades organizadas por un grupo o comunidad educativa, artística o de ocio	X		X		X		X				
		Habilidades interpersonales	16	Involucra a los demás en lo que hace	X		X		X		X				
			17	Tiene mucho que decir	X		X		X		X				
	Valores	Perseverancia	Responsabilidad	18	Evita reservarse sus opiniones	X		X		X		X			
				19	Intenta guiar a los demás	X		X		X		X			
				20	Busca influir en los demás	X		X		X		X			
				21	Busca el camino sin que otros le enseñen	X		X		X		X			
				22	Logra lo que se propone en sus actividades académicas	X		X		X		X			
	Tolerancia	23	Presenta sus trabajos e informes a tiempo	X		X		X		X					
		24	Evita perder la paciencia rápidamente	X		X		X		X					

CRITERIOS DE JUECES

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para medir el Desempeño Laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque.

OBJETIVOS: Analizar el desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque

DIRIGIDO A: Egresados Universitarios

NOMBRE DEL EVALUADOR: MABEL OTINIANO LEÓN

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTORA

ESTUDIOS REALIZADOS: ADMINISTRACIÓN

VALORACIÓN: VALIDO

Altamente válido	Válido	Regularmente válido	Baja validez	No válido
------------------	--------	---------------------	--------------	-----------



Firma del Evaluador:

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEM	CRITERIOS DE EVALUACION								
				Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el Indicador		Relación entre el Indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Desempeño Laboral	Competencias	Capacidad de análisis	1 Lee materias que supongan un reto	X		X		X		X		
			2 se involucra y expresa argumentos en conversaciones académicas	X		X		X		X		
			3 Lleva la conversación a un nivel más elevado	X		X		X		X		
			4 busca un significado más profundo a las cosas	X		X		X		X		
		Creatividad	5 Recibe menciones o premios por su creatividad lograda en sus trabajos	X		X		X		X		
			Actualización permanente	6 Asiste a eventos educativos con el fin de potenciar y actualizar sus conocimientos	X		X		X		X	
				Capacidad de resolución de problemas	7 Aborda buenas soluciones para un problema	X		X		X		X
		8 Asume la responsabilidad de sus problemas sin culpar a otros	X			X		X		X		
		9 Soluciona sus problemas sin esperar que otras personas lo resuelvan	X			X		X		X		
		Capacidad de toma de decisiones	10 Toma el control sobre las cosas	X		X		X		X		
			11 Evita quedarse en segundo plano	X		X		X		X		
Valores	Habilidades Interpersonales	Capacidad de realizar investigación	12 Lee libros, artículos, publicaciones, etc. Sobre temas de su carrera profesional	X		X		X		X		
			Búsqueda y procesamiento de información	13 se informa a través de diferentes medios de comunicación	X		X		X		X	
				14 Viene a opiniones a través de diferentes plataformas y en diversos escenarios sobre acontecimientos nacionales e internacionales	X		X		X		X	
		Habilidades Interpersonales	15 Participa en actividades organizadas por un grupo o comunidad educativa, artística o de ocio	X		X		X		X		
			16 involucra a los demás en lo que hace	X		X		X		X		
			17 tiene mucho que decir	X		X		X		X		
			18 evita reservarse sus opiniones	X		X		X		X		
			19 intenta guiar a los demás	X		X		X		X		
		Perseverancia	20 busca influir en los demás	X		X		X		X		
			21 busca el camino sin que otros le enseñen	X		X		X		X		
			22 Logra lo que se propone en sus actividades académicas	X		X		X		X		
Responsabilidad	23 Presenta sus trabajos e informes a tiempo	X		X		X		X				
	24 evita perder la paciencia rápidamente	X		X		X		X				
	25 Hace las cosas sin que se lo pidan	X		X		X		X				
Factores Actitudinales	Orientación de resultados	1 Termina su trabajo oportunamente en los plazos designados.	X		X		X		X			

			4	Cuando recibo una orden, cumplo rápidamente sin buscar excusas para postergar el asunto.	X		X		X		X		
		Disciplina	5	Realizo las labores de acuerdo a las indicaciones.	X		X		X		X		
			6	Me gusta ordenar las cosas.	X		X		X		X		
			7	No me molesta el desorden.	X		X		X		X		
			8	Con que frecuencia llega tarde al trabajo.	X		X		X		X		
			9	Falta continuamente al trabajo.	X		X		X		X		
		Actitud Cooperativa	10	Se muestra amable y respetuoso en el trabajo.	X		X		X		X		
			11	Brinda una adecuada orientación a los usuarios cuando es necesario.	X		X		X		X		
			12	Evita los conflictos dentro del equipo de trabajo.	X		X		X		X		
			13	Utilizo un buen vocabulario en el trabajo.	X		X		X		X		
			14	Escucho la opinión de los demás.	X		X		X		X		
		Iniciativa	15	Propone nuevas ideas para mejorar los procesos de trabajo.	X		X		X		X		
			16	Se muestra asertivo al cambio.	X		X		X		X		
			17	Es proactivo.	X		X		X		X		
			18	Tiene gran capacidad para resolver problemas y anticiparse a los conflictos.	X		X		X		X		
		Responsabilidad	19	Asume las consecuencias de las actividades realizadas en su trabajo.	X		X		X		X		
			20	Llega puntualmente al trabajo.	X		X		X		X		
			21	Persiste hasta que alcanza la meta planteada.	X		X		X		X		
			22	Planifica con anticipación sus actividades.	X		X		X		X		
	Factores Operativos	Conocimiento del trabajo	23	Hace uso de indicadores para lograr metas establecidas.	X		X		X		X		
				24	Se preocupa por alcanzar las metas propuestas.	X		X		X		X	
				25	El esfuerzo que realiza va acorde con los objetivos en el trabajo.	X		X		X		X	
				26	Realiza bien su trabajo y tareas relacionadas con el puesto que desempeña.	X		X		X		X	
			Cuidado	27	Comete errores al realizar su trabajo.	X		X		X		X	
				28	Hace uso racional de los recursos.	X		X		X		X	
				29	Requiere de una supervisión frecuente en los trabajos que realiza.	X		X		X		X	
				30	Necesita mínima supervisión en el trabajo.	X		X		X		X	
				31	Es profesional y competente en el trabajo que realiza.	X		X		X		X	
				32	Se muestra cortés y educado en el trato hacia los demás.	X		X		X		X	
			33	Hago mi trabajo lo mejor posible.			X		X		X		X
			Exactitud	34	¿Puedo ordenar si en el trabajo está bien o mal?			X		X		X	
			Trabajo en equipo	35	Muestra una actitud positiva para integrarse al equipo de trabajo.	X		X		X		X	
				36	Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo de trabajo.	X		X		X		X	

CRITERIOS DE JUECES

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para medir el Desempeño Laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque.

OBJETIVOS: Analizar el desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque

DIRIGIDO A: Egresados Universitarios

NOMBRE DEL EVALUADOR: GRADOS VASQUEZ MARTIN MANUEL

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

ESTUDIOS REALIZADOS:

VALORACIÓN:

Altamente válido	Válido	Regularmente válido	Baja validez	No válido
------------------	--------	---------------------	--------------	-----------



Firma del Evaluador:

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEM	CRITERIOS DE EVALUACION							
				Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Desempeño Laboral	Competencias	Capacidad de análisis	1. Lee materias que supongan un reto	X		X		X		X	
			2. Se involucra y expresa argumentos en conversaciones técnicas	X		X		X		X	
			3. Lleva la conversación a un nivel más elevado	X		X		X		X	
			4. Busca un significado más profundo a las cosas	X		X		X		X	
	Creatividad	Actualización permanente	5. Recibe menciones o premios por su creatividad lograda en sus trabajos	X		X		X		X	
			6. Asiste a eventos educativos con el fin de potenciar y actualizar sus conocimientos	X		X		X		X	
			7. Aporta buenas soluciones para un problema	X		X		X		X	
	Capacidad de resolución de problemas	Capacidad de toma de decisiones	8. Assume la responsabilidad de sus problemas sin culpar a otros	X		X		X		X	
			9. Soluciona sus problemas sin esperar que otras personas lo resuelvan	X		X		X		X	
			10. Toma el control sobre las cosas	X		X		X		X	
				11. Evita quedarse en segundo plano	X		X		X		X
	Capacidad de realizar investigación	Búsqueda y procesamiento de información	12. Lee libros, artículos, publicaciones, etc. Sobre temas de su carrera profesional	X		X		X		X	
			13. Se informa a través de diferentes medios de comunicación	X		X		X		X	
			14. Miente opiniones a través de diferentes plataformas y en diversos escenarios sobre acontecimientos nacionales e internacionales	X		X		X		X	
	Habilidades Interpersonales	Valores	15. Participa en actividades organizadas por un grupo o comunidad educativa, artística o de ocio	X		X		X		X	
			16. Involucra a los demás en lo que hace	X		X		X		X	
			17. Miente mucho que decir	X		X		X		X	
			18. Evita reservarse sus opiniones	X		X		X		X	
			19. Intenta guiar a los demás	X		X		X		X	
			20. Busca influir en los demás	X		X		X		X	
			21. Busca el camino sin que otros le enseñen	X		X		X		X	
Factores Actitudinales	Orientación de resultados	22. Logra lo que se propone en sus actividades académicas	X		X		X		X		
		23. Presenta sus trabajos e informes a tiempo	X		X		X		X		
		24. Evita perder la paciencia rápidamente	X		X		X		X		
		25. Hace las cosas sin que se lo pidan	X		X		X		X		
			26. Termina su trabajo oportunamente en los plazos designados.	X		X		X		X	

				CRITERIOS DE EVALUACION									
				Relacion entre la variable y la dimension		Relacion entre la dimensión y el indicador		Relacion entre el indicador y el ítem		Relacion entre el ítem y la opción de respuesta			
VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEM	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Desempeño Laboral	Competencias	Capacidad de análisis	1	Lee materiales que expongan un tema	X		X		X		X		
			2	Se involucra y expresa argumentos en conversaciones técnicas	X		X		X		X		
			3	Lleva la conversación a un nivel más elevado	X		X		X		X		
			4	Busca un significado más profundo a las cosas	X		X		X		X		
		Creatividad	5	Recibe menciones o premios por su creatividad lograda en sus trabajos	X		X		X		X		
			Actualización permanente	6	Asiste a eventos educativos con el fin de potencial y actualizar sus conocimientos	X		X		X		X	
				Capacidad de resolución de problemas	7	Aporta buenas soluciones para un problema	X		X		X		X
		8	Asume la responsabilidad de sus problemas sin culpar a otros		X		X		X		X		
		9	Soluciona sus problemas sin esperar que otras personas lo resuelvan		X		X		X		X		
		Capacidad de toma de decisiones	10	Toma el control sobre las cosas	X		X		X		X		
			11	Intenta quedarse en segundo plano	X		X		X		X		
		Capacidad de realizar investigación	12	Lee libros, artículos, publicaciones, etc. sobre temas de su carrera profesional	X		X		X		X		
			Búsqueda y procesamiento de información	13	Se informa a través de diferentes medios de comunicación	X		X		X		X	
				14	Viene opiniones a través de diferentes plataformas y en diversos escenarios sobre acontecimientos nacionales e internacionales	X		X		X		X	
		Habilidades interpersonales	15	Participa en actividades organizadas por un grupo o comunidad educativa, artística o de ocio	X		X		X		X		
			16	Involucra a los demás en lo que hace	X		X		X		X		
			17	Tiene mucho que decir	X		X		X		X		
			18	Intenta reservarse sus opiniones	X		X		X		X		
			19	Intenta guiar a los demás	X		X		X		X		
		valores	Perseverancia	20	Busca iniciar en los demás	X		X		X		X	
				21	Busca el camino sin que otros le enseñen	X		X		X		X	
				22	Logra lo que se propone en sus actividades académicas	X		X		X		X	
23	Presenta sus trabajos e informes a tiempo			X		X		X		X			
24	Intenta permanecer en el aula	X		X		X		X					

CRITERIOS DE JUECES

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario para medir el Desempeño Laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque.

OBJETIVOS: Analizar el desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque

DIRIGIDO A: Egresados Universitarios

NOMBRE DEL EVALUADOR: FAUSTA ELIZABETH ALBURUQUEQUE ARANA

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR

ESTUDIOS REALIZADOS: ADMINISTRACIÓN

VALORACIÓN:

Altamente válido	Válido	Regularmente válido	Baja validez	No válido
------------------	--------	---------------------	--------------	-----------



Firma del Evaluador:

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
				Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Desempeño Laboral	Competencias	Capacidad de análisis	1 Lee materias que supongan un reto	X		X		X		X	
			2 Se involucra y expresa argumentos en conversaciones filosóficas	X		X		X		X	
			3 Lleva la conversación a un nivel más elevado	X		X		X		X	
			4 Busca un significado más profundo a las cosas	X		X		X		X	
		Creatividad	5 Recibe menciones o premios por su creatividad lograda en sus trabajos	X		X		X		X	
		Actualización permanente	6 Asiste a eventos educativos con el fin de potenciar y actualizar sus conocimientos	X		X		X		X	
		Capacidad de resolución de problemas	7 Aporta buenas soluciones para un problema	X		X		X		X	
			8 Asume la responsabilidad de sus problemas sin culpar a otros	X		X		X		X	
			9 Soluciona sus problemas sin esperar que otras personas lo resuelvan	X		X		X		X	
		Capacidad de toma de decisiones	10 Toma el control sobre las cosas	X		X		X		X	
			11 Evita quedarse en segundo plano	X		X		X		X	
		Capacidad de realizar investigación	12 Lee libros, artículos, publicaciones, etc. Sobre temas de su carrera profesional	X		X		X		X	
	Búsqueda y procesamiento de información	13 Se informa a través de diferentes medios de comunicación	X		X		X		X		
		14 Vierte opiniones a través de diferentes plataformas y en diversos escenarios sobre acontecimientos nacionales e internacionales	X		X		X		X		
		15 Participa en actividades organizadas por un grupo o comunidad educativa, artística o de ocio									
	Habilidades interpersonales	16 Involucra a los demás en lo que hace	X		X		X		X		
		17 Tiene mucho que decir									
		18 Evita reservarse sus opiniones									
		19 Intenta guiar a los demás	X		X		X		X		
		20 Busca influir en los demás	X		X		X		X		
		21 Busca el camino sin que otros le enseñen	X		X		X		X		
Valores	Perseverancia	22 Loora lo que se propone en sus actividades académicas	X		X		X		X		

			12	Evita los conflictos dentro del equipo de trabajo.	X		X		X		X	
			13	Utilizo un buen vocabulario en el trabajo	X		X		X		X	
			14	Escucho la opinión de los demás	X		X		X		X	
		Iniciativa	15	Propone nuevas ideas para mejorar los procesos de trabajo.	X		X		X		X	
			16	Se muestra asequible al cambio	X		X		X		X	
			17	Es proactivo	X		X		X		X	
			18	Tiene gran capacidad para resolver problemas y anticiparse a los conflictos.	X		X		X		X	
		Responsabilidad	19	Asume las consecuencias de las actividades realizadas en su trabajo.	X		X		X		X	
			20	Llega puntualmente al trabajo.	X		X		X		X	
			21	¿Persiste hasta que alcance la meta planteada?	X		X		X		X	
	Factores Operativos	Conocimiento del trabajo	22	Planifica con anticipación sus actividades	X		X		X		X	
			23	Hace uso de indicadores para lograr metas establecidas.	X		X		X		X	
			24	Se preocupa por alcanzar las metas propuestas.	X		X		X		X	
			25	El esfuerzo que realizas va acorde con los objetivos en el trabajo.	X		X		X		X	
			26	Realiza bien su trabajo y tareas relacionadas con el puesto que desempeña.	X		X		X		X	
		Calidad	27	Comete errores al realizar su trabajo.	X		X		X		X	
			28	Hace uso racional de los Recursos	X		X		X		X	
			29	Requiere de una supervisión frecuente en los trabajos que realiza.	X		X		X		X	
			30	Necesito mínima supervisión en el trabajo	X		X		X		X	
			31	Es profesional y competente en el trabajo que realiza.	X		X		X		X	
			32	Se muestra cortés y educado en el trato hacia los demás.	X		X		X		X	
			33	Hago mi trabajo lo mejor Posible.		X		X		X		X
		Exactitud	34	¿Puedo diferenciar si el trabajo está bien o mal?		X		X		X		X
		Trabajo en equipo	35	Muestra una actitud positiva para integrarse al equipo de trabajo.	X		X		X		X	
			36	Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo de trabajo.	X		X		X		X	
			37	Apoyo los programas de mejoramiento de la empresa.	X		X		X		X	
		Liderazgo	38	Los líderes son importantes dentro del trabajo.	X		X		X		X	
			39	Ud. se considera un líder dentro de su centro de labores.	X		X		X		X	

Anexo 04: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES		METODOLOGIA
<p>Pregunta de Investigación General</p> <p>¿Cómo se relaciona la marca personal y el desempeño laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque año 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre la marca personal y el desempeño laboral en los egresados universitarios del Valle Jequetepeque 2021</p>	<p>Existe relación entre Marca personal y el desempeño laboral en los egresados universitarios del valle Jequetepeque 2021.</p>	<p>Dimensiones</p> <p>Competencias</p>	<p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de análisis - Creatividad - Actualización permanente - Capacidad de resolución de problemas - Capacidad de toma decisiones - Capacidad de realizar - Búsqueda y procesamiento de información - Habilidades interpersonales - Perseverancia - Responsabilidad - Tolerancia - Iniciativa 	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población:</p> <p>Estuvo conformada por 53 egresados universitarios del valle Jequetepeque</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionario de la variable Marca Personal en egresados universitarios.</p> <p>Cuestionario de la variable desempeño laboral en egresados universitarios.</p> <p>Análisis de datos:</p> <p>Software SPSS estadistic 26</p>
<p>Pregunta de Investigación Específicas</p> <p>¿En qué medida se relaciona la dimensión de competencia con el desempeño laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque, 2021?</p> <p>¿Cómo se relaciona la dimensión de valores y el desempeño laboral de los egresados universitarios del valle Jequetepeque, 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre la dimensión de competencia y el desempeño laboral.</p> <p>Determinar la relación entre la dimensión de valores y el desempeño laboral</p>	<p>Hipótesis Específicas:</p> <p>Existe relación entre la investigación dimensión de competencia y el desempeño laboral.</p> <p>Existe relación entre la dimensión de valores y el desempeño laboral</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Variable 1: Marca personal</p>		
<p>Objetivo General</p>					

Variable 2: Desempeño laboral

Dimensión	Indicadores
------------------	--------------------

Factores

Actitudinales

- Orientación de resultados
- Disciplina
- Actitud Cooperativa
- Iniciativa
- Responsabilidad

Factores Operativos

- Conocimiento del trabajo
 - Calidad
 - Exactitud
 - Trabajo en equipo
 - Liderazgo
-

CUESTIONARIO DESEMPEÑO LABORAL

La presente encuesta tiene como finalidad conocer El Desempeño Laboral de los egresados universitarios del Valle Jequetepeque. Le rogamos que conteste con la mayor sinceridad posible. De antemano "Gracias por su colaboración". Teniendo en cuenta que los números significan lo siguiente:

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

ITEM	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)
1 Termina su trabajo oportunamente en los plazos designados.					
2 Cumple con las tareas que se le asigna.					
3 Realiza eficazmente su Trabajo					
4 Cuando recibo una orden, cumplo rápidamente sin buscar excusas para postergar el asunto.					
5 Realizo las labores de acuerdo a las indicaciones.					
6 Me gusta ordenar las Cosas.					
7 No me molesta el desorden					
8 Con que frecuencia llega tarde al trabajo.					
9 Falta continuamente al trabajo					
10 Se muestra amable y respetuoso en el trabajo.					
11 Brinda una adecuada orientación a los usuarios cuando es necesario.					
12 Evita los conflictos dentro del equipo de trabajo.					
13 Utilizo un buen vocabulario en el trabajo					
14 Escucho la opinión de los demás					
15 Propone nuevas ideas para mejorar los procesos de trabajo.					
16 Se muestra asequible al cambio					
17 Es proactivo					
18 Tiene gran capacidad para resolver problemas y anticiparse a los conflictos.					
19 Asume las consecuencias de las actividades realizadas en su trabajo.					
20 Llega puntualmente al trabajo.					
21 ¿Persiste hasta que alcance la meta planteada?					
22 Planifica con anticipación sus actividades					
23 Hace uso de indicadores para lograr metas establecidas.					
24 Se preocupa por alcanzar las metas propuestas.					

25	El esfuerzo que realizas va acorde con los objetivos en el trabajo.					
26	Realiza bien su trabajo y tareas relacionadas con el puesto que desempeña.					
27	Comete errores al realizar su trabajo.					
28	Hace uso racional de los Recursos					
29	Requiere de una supervisión frecuente en los trabajos que realiza.					
30	Necesito mínima supervisión en el trabajo					
31	Es profesional y competente en el trabajo que realiza.					
32	Se muestra cortés y educado en el trato hacia los demás.					
33	Hago mi trabajo lo mejor Posible					
34	¿Siempre se si el trabajo está bien o mal?					
35	Muestra una actitud positiva para integrarse al equipo de trabajo.					
36	Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo de trabajo.					
37	Apoyo los programas de mejoramiento de la empresa.					
38	Los líderes son importantes dentro del trabajo.					
39	Ud. se considera un líder dentro de su centro de labores.					

Cuestionario Marca Personal

La presente encuesta tiene como finalidad conocer la Marca Personal de los egresados universitarios del Valle Jequetepeque. Le rogamos que conteste con la mayor sinceridad posible. De antemano "Gracias por su colaboración". Teniendo en cuenta que los números significan lo siguiente: Siempre: (5); Casi siempre: (4); A veces: (3); Casi nunca: (2); Nunca: (1)

	ITEM	Siempre (5)	Casi siempre (4)	A veces (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)
1	Lee materias que supongan un reto					
2	Se involucra y expresa argumentos en conversaciones filosóficas					
3	Lleva la conversación a un nivel más elevado					
4	Busca un significado más profundo a las cosas					
5	Recibe menciones o premios por su creatividad lograda en sus trabajos					
6	Asiste a eventos educativos con el fin de potenciar y actualizar sus conocimientos					
7	Aporta buenas soluciones para un problema					
8	Asume la responsabilidad de sus problemas sin culpar a otros					
9	Soluciona sus problemas sin esperar que otras personas lo resuelvan					
10	Toma el control sobre las cosas					
11	Evita quedarse en segundo plano					
12	Lee libros, artículos, publicaciones, etc. Sobre temas de su carrera profesional					
13	Se informa a través de diferentes medios de comunicación					
14	Vierte opiniones a través de diferentes plataformas y en diversos escenarios sobre acontecimientos nacionales e internacionales					
15	Participa en actividades organizadas por un grupo o comunidad educativa, artística o de ocio					
16	Involucra a los demás en lo que hace					
17	Tiene mucho que decir					
18	Evita reservarse sus opiniones					
19	Intenta guiar a los demás					

20	Busca influir en los demás					
21	Busca el camino sin que otros le enseñen					
22	Logra lo que se propone en sus actividades académicas					
23	Presenta sus trabajos e informes a tiempo					
24	Evita perder la paciencia rápidamente					
25	Hace las cosas sin que se lo pidan					