



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Endomarketing y Rendimiento Laboral de los colaboradores del  
área de ventas en una Empresa Distribuidora e Importadora,  
Comas 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

**AUTORES:**

Huayana Evangelista, Yesenia Lucila (ORCID: 0000-0003-1947-5383)

Mego Llanos, Neiser Yoni (ORCID: 0000-0003-1981-1578)

**ASESOR:**

Dr. García Yovera, Abraham José (ORCID: 0000-0002-5851-1239)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA — PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Esta investigación lo dedicamos a Dios, que supo guiarnos por el buen camino, por darnos las fuerzas necesarias para no declinar en ningún momento de nuestra carrera.

A nuestros padres, hermanos y amigos por sus consejos, su comprensión y apoyo moral, que día a día nos motivaron para seguir luchando por nuestros sueños.

## **Agradecimiento**

Gracias a Dios por estar siempre en nuestro camino tan largo que aún tenemos que recorrer, a la Universidad Cesar Vallejo, por abrirnos las puertas para poder obtener nuestro título de licenciado que tanto anhelo hemos tenido.

A nuestro asesor Dr. Abraham José García Yovera, por ser un profesional de excelencia que, con mucha paciencia, vocación y sobre todo destacados conocimientos, ha logrado que concluyamos esta investigación.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de Tabla.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA .....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2. Variables y operacionalización.....	11
3.3. Población y muestra.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimiento: .....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos .....	15
IV. RESULTADOS .....	16
V. DISCUSIÓN .....	20
VI. CONCLUSIONES.....	24
VII. RECOMENDACIONES .....	25
REFERENCIAS .....	26
ANEXOS .....	30

## Índice de Tabla

Tabla 1 <i>Tabla cruzada entre Dimensiones: Desarrollo laboral y Calidad de vida laboral</i> .....	16
Tabla 2 <i>Tabla cruzada entre dimensiones: Motivación y Trabajo en Equipo</i> .....	17
Tabla 3 <i>Tabla cruzada entre Dimensiones: Comunicación Interna y Efectividad Laboral</i> .....	18
Tabla 4 <i>Tabla cruzada entre Variables: Endomarketing y Rendimiento Laboral</i> .....	19

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo principal Determinar la relación entre el endomarketing y rendimiento laboral de los colaboradores del área de ventas en una empresa Distribuidora e Importadora de Comas 2021. La metodología fue de tipo aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental-transversal y enfoque cuantitativo. La muestra del estudio fue el total de la población conformada por 38 colaboradores, siendo una muestra censal. Para la recolección de información se empleó el cuestionario como instrumento que consistió de 35 interrogantes de acuerdo a una escala de Likert, dicha información fue procesada en el software estadístico SPSS donde se utilizó la estadística descriptiva permitiendo obtener la tablas de frecuencias y las tablas cruzadas según lo indicado en los objetivos, cuyos resultados demostraron que las dimensiones desarrollo laboral y comunicación interna se encuentran categorizados de manera óptima y la motivación de manera regular. Se concluye que existe una correlación positiva alta, entre las variables endomarketing y rendimiento laboral, se recomienda elaborar estrategias que se enfoquen en potenciar el desarrollo laboral, motivación y comunicación interna las mismas que permitirán mejorar la calidad de vida laboral, trabajo en equipo y efectividad laboral, de esta manera obtendrá un mejor rendimiento laboral de los colaboradores.

Palabras clave: endomarketing, rendimiento laboral, comunicación interna, motivación.

## **Abstract**

The main objective of this research was to determine the relationship between endomarketing and job performance of employees in the sales area in a Distributor and Importer company of Comas 2021. The methodology was of an applied type, correlational level, non-experimental-transversal design and approach quantitative. The study sample was the total population made up of 38 collaborators, being a census sample. For the collection of information, the questionnaire was used as an instrument that consisted of 35 questions according to a Likert scale, said information was processed in the statistical software SPSS where descriptive statistics were used, allowing to obtain the frequency tables and cross tables according to indicated in the objectives, whose results showed that the dimensions of work development and internal communication are categorized optimally and motivation on a regular basis. It is concluded that there is a high positive correlation between the variables endomarketing and job performance, it is recommended to develop strategies that focus on enhancing job development, motivation and internal communication, which will improve the quality of work life, teamwork and effectiveness. in this way you will obtain a better labor performance of the collaborators.

Keywords: Endomarketing, job performance, internal communication, motivation.

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad es de vital importancia para las organizaciones conocer y aplicar adecuadamente el endomarketing, tema fundamental donde se determina la comunicación interna, desarrollo laboral y motivación, de esta manera se obtendrá mayores beneficios y logro de objetivos organizacionales, debido a que su rendimiento laboral aumentará cuantiosamente. De Medeiros (2017) asevera que la motivación y comunicación, relacionada con el trabajo, es capaz de contribuir fuertemente a la generación de ganancias, producen cada vez con mayor eficacia y tiene un mayor rendimiento.

Paz, Huamán y Tarrillo (2020) en su artículo endomarketing, compromiso laboral y satisfacción en trabajadores de una asociación educativa Adventista Nor-Oriental 2019, cuya finalidad es identificar como se relaciona el Endomarketing, y el compromiso laboral y la satisfacción en los trabajadores de la institución antes mencionada, posteriormente concluyeron que a mejores prácticas de Endomarketing, existirá un incremento en el compromiso con la asociación educativa y mayor satisfacción con los trabajadores.

García, Barros & Valle (2018) Con su artículo endomarketing desde el paradigma de la sostenibilidad organizacional, su finalidad es examinar el endomarketing desde el paradigma de la sostenibilidad, a través de la creación de una revista de información; concluyeron que implementar el endomarketing en la empresa ayuda al éxito de los objetivos mediante la motivación de los colaboradores, y simultáneamente permite abarcar la responsabilidad social de las organizaciones con los colaboradores.

Severo, et al (2019) en su artículo endomarketing y satisfacción organizacional en una institución de educación superior, cuya finalidad fue analizar la relación entre las acciones del endomarketing y la satisfacción organizacional del instituto, ubicada en el norte de Rio Grande del sur – Brasil, los resultados destacan que las practicas del endomarketing adoptado en el IES tiene niveles significativos ligados a la satisfacción de los colaboradores, y que estos índices están relacionados con las acciones desarrolladas.

Cuba, Mohamed y Pacheco. (2020) en su artículo Responsabilidad social y rendimiento organizacional de los trabajadores del programa social de Lima, la finalidad es precisar la relación existente de la responsabilidad social y el rendimiento

organizacional de los trabajadores del programa social del departamento de Lima y provincias; concluyeron que, cuanto mayor es la responsabilidad social, mayor es la relación de factores inherentes del desempeño laboral y viceversa.

Oseda, Carruitero & Uribe (2019) Con su artículo Trabajo colaborativo y rendimiento organizacional en entidad Universitaria Nacional de Cañete, cuyo propósito es precisar la vinculación existente entre el trabajo colaborativo y el rendimiento de los colaboradores de la mencionada institución; concluyeron que presenta conexión directa endeble ( $\rho = 0,899$  y  $p\text{-valor}: 0,000 < 0,010$ ) entre la labor colaborativa y el rendimiento en los profesores de administración por consiguiente, si el trabajo colaborativo mejora, existe también un aumento en el rendimiento laboral.

Larico, Machaca, Condori & Apaza (2021) En su artículo estrés laboral y rendimiento organizacional de los colaboradores en instituciones financieras, tiene como objetivo precisar el grado de relación del estrés y el rendimiento organizacional, concluyeron que el estrés afecta el rendimiento de los colaboradores en las organizaciones.

La presente investigación, se realizó en una empresa Distribuidora e Importadora, con ubicación en el distrito de Comas, provincia Lima, se dedica a la comercialización y distribuciones de lubricantes, grasas y refrigerantes a nivel nacional. Asimismo, desde inicios del presente año en la empresa se ha venido percibiendo que los directivos no se involucran con el endomarketing, lo cual se refleja en la baja participación e integración con los colaboradores, escaso flujo de información, bajo control de los planes, eliminación de los Focus group a raíz de la pandemia, poca importancia en capacitaciones, lo mencionado está afectando la calidad de vida profesional en el trabajo en equipo, la efectividad por ende el rendimiento laboral. Teniendo en cuenta lo descrito, la presente investigación tratará de determinar cómo se relaciona el endomarketing y el rendimiento laboral, procurando dar alternativas de solución y resolver los problemas de la misma.

Problema general: ¿Cuál es la relación entre el endomarketing y rendimiento laboral de los colaboradores del área de ventas en una Empresa Distribuidora e Importadora, Comas 2021?

Problemas específicos: (a). ¿Cómo se relaciona el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas 2021?, (b).

¿Cómo se relaciona la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas 2021?, (c). ¿Cómo se relaciona la comunicación interna y la efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas 2021?

La investigación aborda una justificación teórica, ya que busca información del endomarketing y rendimiento laboral de distintos estudios, artículos, libros (Ferrel, Hartline) y revistas que respalden a la presente investigación, contribuyendo con el enriquecimiento de información para tomar mejores decisiones. A la vez, tiene una justificación práctica, permitirá conocer el endomarketing en una empresa distribuidora e importadora, de esta manera alcanzar la eficiencia en el rendimiento de los colaboradores del departamento de ventas, y por tanto lo colocará en un nivel mucho más competitivo. Además, tiene una justificación social, la misma que permitirá identificar la importancia que las técnicas y pilares del endomarketing puedan contribuir con la sociedad, ya que serán de gran beneficio para empresas que requieran evaluar su rendimiento laboral. Además, aportará con el desarrollo de futuras investigaciones. Finalmente tiene una justificación metodológica, con objetivo de cumplir con las reglas de la presente investigación, en donde se empleó un instrumento para luego aplicarlo de acuerdo con la situación que se presenta en la actualidad en la empresa, evaluando sentimientos y opiniones personales de los colaboradores. Dicha información será sometida a una validez y confiabilidad.

Objetivo general: Determinar la relación entre el endomarketing y rendimiento laboral de los colaboradores del área de ventas en una Empresa Distribuidora e Importadora de Comas 2021. Los objetivos específicos son: (a). Determinar la relación entre el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora, Comas 2021. (b). Determinar la relación entre la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas de 2021. (c). Determinar la relación entre la comunicación interna y la efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

La hipótesis general de esta investigación  $H_1$ , Si existe relación entre el endomarketing y rendimiento laboral de los colaboradores del área de ventas en una Empresa Distribuidora e Importadora, Comas 2021; La hipótesis nula  $H_0$ : No existe relación entre el endomarketing y rendimiento laboral de los colaboradores del área de ventas en una Empresa Distribuidora e Importadora, Comas 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Punina, (2015). Con el trabajo, el endomarketing y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa Tesla Industrial, Ambato – Ecuador: el propósito primordial es determinar cómo incide el endomarketing en la satisfacción del cliente. En el actual trabajo se usó los enfoques cualitativos y cuantitativos para conservar coherencia con el modelo proposicional importante, cualitativo porque es un método que recoge los datos necesarios para saber las características del problema en estudio, concluyeron que la clientela de Tesla Industrial rara vez recomiendan la empresa, porque el nombre comercial es inconsistente y complicado de acordarse, por ello se necesitaría tomar acciones para promocionar de mejor forma a la empresa.

Linares, (2020). En su investigación, aplicación de la teoría del Nudging en el Endomarketing - México. El objetivo fue identificar ejemplos de nudges que se hayan implementado y hayan funcionado en las empresas para elevar la productividad, calidad de vida y clima organizacional. La metodología, se utilizarán casos de éxito en empresas que ya cuentan con el proceso documentado. Recursos como libros, revistas, artículos, investigaciones de universidades, programas de ejecución de gobiernos. En conclusión, logró demostrar que la teoría del nudging puede apoyar al endomarketing con buenas prácticas que motiven y fidelicen a sus trabajadores a través de estímulos y mensajes que lleguen al inconsciente, todo esto orquestado por publicidad, relaciones públicas y recursos humanos.

Barrionuevo, (2018). En su estudio descripción de cargos y el rendimiento de los colaboradores de la empresa Lacov Seguridad Industrial en la Ciudad de Ambato - Ecuador. Cuyo objetivo es precisar cómo influye la descripción de cargos en el rendimiento de los colaboradores; la metodología es un enfoque cualitativo, cuantitativo de tipos exploratorios, descriptivo y explicativo aplicándose una encuesta a 36 colaboradores separando por cargos administrativos y operativos. En conclusión, la poca descripción de funciones, el reclutamiento de colaboradores sin experiencia, la falta de cumplimiento de los objetivos organizacionales, disminución de beneficios, dificultad de adecuación, descontento, falta de estabilidad, cambio, inasistencia, gasto presupuestario en educación y capacitación ha afectado el logro de objetivos, funciones y tareas.

Cáceres, (2021). En su investigación, Endomarketing y desempeño organizacional de los colaboradores de la Empresa Sertaad S.R.L. en las regiones Tacna y Moquegua 2020, El fin es determinar la relación entre los elementos que proporciona el endomarketing y el nivel de desempeño laboral. A la vez, la metodología fue de tipo básico - descriptivo correlacional - diseño no experimental. Se empleó un cuestionario como instrumento de recopilación de información, y se aplicó a 60 trabajadores. En conclusión, se pudo constatar una existente conexión entre el endomarketing y el desempeño organizacional. Es decir, según sus dimensiones, se puede identificar una relación entre ellos. Determinando que la dimensión más importante para la investigación es el trabajo en equipo.

Borja & Huacho, (2020). En su estudio, endomarketing y desempeño organizacional de los trabajadores de la I.E.P. Gotas de Rocío en la ciudad de Huancayo, cuya finalidad es estudiar cómo se relaciona el endomarketing y el desempeño organizacional de los trabajadores de la institución en estudio. Su método utilizado es de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional-descriptiva, el diseño es no experimental - descriptiva no empírica, transversal. La encuesta fue utilizada como método de recopilación de datos, la población encuestada fue de 19 trabajadores. Concluyeron que presenta una vinculación notable entre la dimensión motivación y desempeño laboral con 0.466. Por consiguiente, la implementación de métodos de motivación a los trabajadores de la Institución educativa, ya sean intrínsecas o extrínsecas van proporcionar un alto desempeño organizacional. Además, la dimensión capacitación está vinculada con un 0.401 al desempeño laboral.

Medina, (2017). Con el estudio, influencia del endomarketing en el desempeño laboral en los profesores de la institución San Juan de Sullana S.A.C.-Piura, el fin es precisar la incidencia del Endomarketing en el desempeño organizacional. Su metodología, se usó el nivel descriptivo correlacional, el diseño es no experimental transversal, a la vez, la técnica usada para la recopilación de información fue la encuesta y se aplicó a 42 docentes que fue el total de la población. La muestra es no probabilística, es por conveniencia. Concluyeron que existe carencia de endomarketing por consiguiente afecta el desempeño laboral de cada docente. De igual modo, se conoció que existen ciertos estancamientos que no dejan

proporcionar un servicio de calidad, retardando los estándares ideales para la buena educación en la institución.

Chipana y Quispe, (2019). En su estudio, endomarketing y el comportamiento laboral de la franquicia Delosi S.A. Local Santa Luzmila, Comas. El propósito primordial fue identificar como se relaciona el Endomarketing y el Comportamiento Organizacional. Asimismo, su tipo de trabajo es aplicado, bajo el enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal y nivel correlacional, aplicando una encuesta a 20 colaboradores de donde se obtuvo información elemental, el cuestionario fue aplicado como instrumento, este estuvo compuesto por 20 preguntas para ambas variables. En conclusión, presenta relación favorable y sustancial entre Endomarketing y los valores comerciales de la franquicia.

Guarniz & Palomino (2019) En su estudio, endomarketing como estrategia para reforzar el desempeño de los trabajadores administrativos del Municipio de José Leonardo Ortiz - Chiclayo, cuyo objetivo es ofrecer métodos de endomarketing para aumentar el desempeño laboral. Se desarrolló una metodología de tipo descriptiva, de diseño no experimental transversal. Su muestra que se estableció estuvo constituida por 191 trabajadores, empleando para la misma la encuesta como técnica y un instrumento. Concluyeron que los métodos de endomarketing potenciarán y mejorarán el desempeño laboral en la entidad pública, dado a que se encuentran cimentadas en concordancia con las necesidades de la entidad, brindando progreso personal, inclusión y comunicación interna.

Sánchez (2019) en el estudio, inteligencia emocional y el rendimiento organizacional de los colaboradores del Complejo Comercial Unicachi - Comas. El objetivo del estudio es identificar el nivel de incidencia de la inteligencia emocional y el rendimiento de los colaboradores del mencionado Complejo. El trabajo fue aplicado, contando con un diseño no experimental, y transversal, por otra parte, conto con una población fue 50 trabajadores, su muestra establecida fue censal, utilizando un instrumento denominado cuestionario bajo la escala Likert. Después de analizar los datos, se llegó a concluir de una existente relación positiva notable de la inteligencia emocional y el rendimiento laboral de los trabajadores del establecimiento antes mencionado.

A continuación, se presenta la teoría de la variable endomarketing o también conocido como marketing interno.

Araque, Sánchez y Uribe (2017) aseveraron que es un proceso por el cual las organizaciones tienen que velar y valorar a sus trabajadores como parte de la empresa, y el empleo de sus conocimientos y habilidades deben ser retribuidos, así como la productividad que realizan, y el marketing interno actúa como táctica de promoción, es decir que, el marketing interno origina una mayor rentabilidad, elevados desarrollos de capacidades en los colaboradores y un buen clima laboral.

Es un grupo de estrategias o acciones inherentes del marketing que se planea y ejecuta en las empresas con la finalidad (...) de motivar al cliente interno, formar un ambiente organizacional idóneo y alcanzar un alto grado de fidelidad y compromiso en la relación empresa-colaborador. (Regalado, et al, 2011).

El marketing interno requiere que el total de los miembros de la empresa admitan las funciones y los objetivos del marketing, y contribuyan en la selección, creación y comunicación de valor para el cliente. Una vez que todos los trabajadores se den cuenta de que su trabajo es crear, servir y deleitar a los clientes, la organización puede transformarse en un vendedor eficaz. (Kotler, Keller 2012).

Importancia: El endomarketing permite la satisfacción de los trabajadores; es más, consigue captar, preparar, motivar y retener a los colaboradores más cualificados para la efectividad laboral. Berry y Parasuraman citado por (Tortosa et al. 2014). Así mismo, el endomarketing ayuda a motivar, cooperar e involucrar a los colaboradores hacia la aplicación de la estrategia de marketing en las empresas (Ferrel & Hartline, 2018).

Los objetivos del endomarketing según Ferrel, Hartline. (2018) son: ayuda a los colaboradores a comprender y aceptar sus funciones en la aplicación de las estrategias, contar con colaboradores motivados y encaminados hacia los clientes, y proporcionar satisfacción al cliente externo. Tener en consideración que el endomarketing admite que la satisfacción del cliente externo depende de las actuaciones de los clientes internos de la empresa.

Elementos: Rodríguez, (2011) sostiene que en el endomarketing son:

Cliente = Trabajador: Son los clientes internos de la organización, las preferencias, deseos, intereses, necesidades, etc, los que deben ser identificados y tomados en cuenta a la hora de establecerse las políticas y estrategias sociales (...).

Producto = Empresa: El producto a brindar al cliente interno es organizar sus potenciales, sus puntos débiles, amenazas y oportunidades, con la estructura

organizacional, metas y normativas (...) los elementos más notables del producto son: mayores niveles de productividad, mayor compromiso y mejores condiciones de trabajo.

Promoción y venta = Comunicación interna: al igual que cualquier plan de marketing, la comunicación es fundamental para el logro y la consecución de metas. En consecuencia, no podemos referirnos al endomarketing sin asociarlo con la comunicación interna de la empresa, (...) el cual se debe desarrollar y promover entre los clientes internos, a todos las jerarquías y sentidos de la empresa.

Estrategia – Logística = Equipo directivo: en absoluto los empleados de la organización y sobre todo directores y ejecutivos, deben transformarse en los vendedores de los principios y metas de la empresa. Además, los gerentes deben incentivar y fomentar una mayor intervención de su equipo de trabajadores con actos para fidelizar a cada uno de ellos y exponer sus políticas comerciales a clientes externos.

Información = Incrementar motivación: Es inevitable ignorar que, si los empleados no están satisfechos en su lugar de trabajo, la organización no tiene éxito. La finalidad del endomarketing es aumentar la motivación de los colaboradores como método para incrementar la eficiencia, mejorar el ambiente laboral y la calidad de vida de los empleados (...)

Objetivos de RSE = Cliente externo: Cuando los clientes externos muestran interés en saber más sobre nuestra empresa, logramos el propósito de proyección comercial, cabe señalar que la empresa no invirtió en programas publicitarios o promocionales. Puesto que todo sucedió sólo porque los colaboradores proyectaban la reputación de la compañía y sus conceptos comerciales (...).

En relaciones a las dimensiones se describe lo siguiente:

Desarrollo laboral: se refiere a las oportunidades de crecimiento en equipo, como cursos para desarrollo de competencias, apoyo a la enseñanza continua, capacitación y oportunidades reales de ascenso. (Chiavenato, 2019).

Comunicación interna: para Cuenca & Verrazzi, (2018), es una serie de actividades de comunicación que han sido desarrolladas por una organización, que se centra en la creación y sostenimiento de excelentes relaciones con y entre sus integrantes, a través del uso de distintas técnicas e instrumentos de comunicación que lo mantenga informado, integrado y motivado, ayudando a cumplir los objetivos de la empresa.

Motivación: Uribe, (2014) es el nivel en que los clientes internos son animados por la organización y las condiciones que inducen a realizar sus funciones de manera intensiva. Estos aspectos se ven reflejados en los trabajadores ya que se sienten comprometidos y responsable al realizar sus tareas diarias, preocupándose por la calidad de su trabajo, por lo cual busca esforzarse al máximo dentro de la organización.

A continuación, se presentan las conceptualizaciones sobre la segunda variable Rendimiento laboral.

Chiavenato, (2019) Conjunto de conductas o desempeño de una persona, un grupo o institución. Es cuando un individuo ejecuta, realiza o lleva a cabo una actividad laboral de forma eficiente y eficaz, es decir, realizan sus tareas, actividades o funciones laborales y así alcanzan las metas de la organización y promueven excelentes resultados.

De igual modo, Koopmans et al. (2015) son aquellas conductas que son indispensables que todo trabajador posea para poder cumplir con las metas de la institución y a la vez se encuentran bajo el control del colaborador.

Martínez, (2013) Es el proceso o conjunto de comportamientos que cada colaborador manifiesta en su actuar con sus funciones y así aporta a que la organización obtenga sus metas corporativas. Un alto y eficaz rendimiento laboral no se obtendrá si en la cabeza de dichas organizaciones solo se encuentran gerentes que buscan el bien de la empresa sin darse cuenta que son los colaboradores los que llevan a las instituciones a alcanzar un alto grado de fortalecimiento. En Conclusión, se puede determinar que el rendimiento laboral de todo empleado debe ser efectiva, eficaz, de calidad y adecuado a un trabajo en equipo ya que tan solo de esa manera se podrá definir si el rendimiento es elevado o inferior, este se verá manifestado en el logro de cada meta y objetivo organizacional.

Importancia: Jyoti y Sharma (2017) afirma que no solo los recursos humanos son importantes o indispensables, sino que también un buen rendimiento laboral traerá como consecuencia la productividad, la rentabilidad y sobre todo las grandes ganancias para la organización y el colaborador. Una empresa que desea una línea de rentabilidad laboral alta debe ejercer la motivación del endomarketing en sus empleados y así se sientan tomados en cuenta y satisfechos con sus funciones.

Por ello, Chiavenato (2019) afirma que los principales objetivos para que se dé un rendimiento laboral efectivo es: Repotenciar las competencias y capacidades del personal; fusionar el potencial humano con la productividad y así enmarcar una mejora institucional; generar línea de carrera que ayude al colaborador a mejorar sus metas individuales y de la organización.

En conclusión, se puede decir que no solo es indispensable que los gerentes de las instituciones posean un plan estratégico que los ayude a mejorar en su labor, sino que también deben velar por la motivación y crecimiento de sus colaboradores plasmándose el endomarketing en el grupo.

En cuanto a sus dimensiones, a continuación, se describe lo siguiente:

Calidad de vida laboral: según Guízar, (2013) hace referencia al carácter positivo o negativo del ambiente de trabajo. El objetivo es crear, establecer y mejorar un adecuado clima de trabajo ya sea física, psicológica o socialmente y así dar respuesta a sus necesidades logrando un ambiente agradable, amigable y de satisfacción y al mismo tiempo lográndose los objetivos de la empresa. (p.212), uno de los indicadores es, el clima laboral, según Bordas, (2016) es la manera en que los integrantes de la organización perciben su entorno o ambiente de trabajo.

Trabajo en equipo: es la capacidad de contribuir activamente de una meta en común, inclusive si no está vinculado con el interés propio. Demuestra facilidad para las relaciones interpersonales y la capacidad de comprender el impacto de sus acciones, siendo responsables del logro de resultados, metas y de mejora continua ya que están orientados hacia el trabajo colectivo (Alles, 2006).

Efectividad laboral: es cuando se da el logro de cada uno de las metas establecidas en la institución y la manera de utilizar los recursos de forma más pertinente (Chiavenato, 2019). Estas dimensiones plantean que todo rendimiento laboral se logrará cuando la organización no solo vele por el bienestar de su institución sino también sepa como satisfacer al colaborador para que este posea un rendimiento destacado y se sienta contento y motivado en la realización de sus tareas, destacando un compromiso con la institución y consigo mismo ya que no solo se busca mejorar la imagen de la organización sino también mantener un equipo de colaboradores motivados, entusiastas y asertivos.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**Tipo:** Fue aplicada, para Pimienta & De la Orden, (2017) Afirmó que su principal objetivo es la búsqueda y conciliación del saber, así como la aplicación del conocimiento cultural, científico, y la elaboración de tecnología al servicio de la sociedad (p. 9).

Así mismo, esta investigación es de enfoque cuantitativo, según Hernández et al. (2016), “es cuantitativo cuando se analiza la recolección de datos mediante el procesos estadísticos e inferenciales” (p. 4). Cabe mencionar que la base de información recolectada se obtuvo a través de aplicar una encuesta al trabajador del departamento de ventas en una empresa distribuidora e Importadora en Comas y se procesó estadísticamente.

También esta investigación es de nivel Correlacional para Santiesteban, (2014) es la medición y relación entre dos o más variables en un enfoque particular (p. 57).

**Diseño de investigación:** No experimental, según Briones, (2002) el investigador no tiene dominio sobre la variable, es decir no se manipula ninguna variable. De igual modo, cuando un instrumento se aplica en un momento y tiempo determinado es un estudio transversal. Por ese motivo, el presente estudio fue de diseño no experimental ya que no se manipulo alguna de las variables, y transversal, ya que ambos cuestionarios se aplicaron en un tiempo determinado.

Donde:

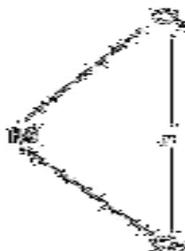
Donde:

M = Muestra

O<sub>1</sub> = Endomarketing

O<sub>2</sub> = Rendimiento laboral

R = Relación entre las variables



#### 3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Endomarketing

Variable 2: Rendimiento laboral

## **Variable: Endomarketing**

### **Definición Conceptual**

Es un proceso mediante el cual las organizaciones tienen que velar y considerar a sus trabajadores como parte de la empresa, y el esfuerzo físico y mental que realizan debe ser retribuido, así como la productividad que realizan, y el marketing interno actúa como táctica de promoción, es decir que, el marketing interno origina una mayor motivación, compromiso, rentabilidad, elevado desarrollo de capacidades en los colaboradores y un buen clima laboral (Araque, Sánchez & Uribe, 2017)

### **Definición operacional**

El Endomarketing se midió utilizando un cuestionario cuyo constructo de evaluación tiene 3 dimensiones.

### **Dimensiones**

- **Desarrollo laboral**

**Indicadores:**

Capacitación

Conocimientos de los empleados

Evaluación de funciones

- **Motivación**

**Indicadores:**

Autonomía

Reconocimiento

Recompensas laborales

- **Comunicación interna**

**Indicadores:**

Trato con los compañeros

Manejo de información

Cohesión en el trabajo

## **Variable: Rendimiento laboral**

### **Definición Conceptual**

Es el conjunto de conductas o desempeño de una persona, un grupo o institución. Es cuando un individuo ejecuta, realiza o lleva a cabo una actividad laboral de forma eficiente y eficaz, es decir, realizan sus tareas, actividades o funciones laborales y así alcanzan las metas de la organización y promueven excelentes resultados (Chiavenato, 2019).

### **Definición operacional**

Se midió mediante un instrumento que tiene en consideración las 3 dimensiones del rendimiento laboral.

### **Dimensiones**

- **Calidad de vida laboral**

**Indicadores:**

Disponibilidad

Responsabilidades

Satisfacción

- **Trabajo en equipo**

**Indicadores:**

Integración

Cumplimiento de tareas

- **Efectividad laboral**

**Indicadores:**

Logro de objetivos

Aptitudes personales

Productividad

Competencias personales

### 3.3. Población y muestra

**Población:** Ñaupas, et al (2018) define la totalidad de las unidades de estudio, que comprenden características requeridas, para ser apreciadas como tales. Estas unidades pueden ser humanos, objetos, agrupaciones, eventos o fenómenos, que presentan las características necesarias para el estudio. (p. 334). En este aspecto, nuestra población se conformó por 38 trabajadores del área de ventas en una distribuidora e Importadora en Comas.

**Muestra:** La muestra de este estudio fue el total de la población, 38 trabajadores del departamento de ventas en una Distribuidora e Importadora en Comas. El presente estudio es una muestra censal. Según Fernández, Et al. (2003), es esta parte la que representa a toda la población. Es una muestra probabilística. Hernández et al. (2016) mencionaron: “Todo elemento de la población posee la misma posibilidad de ser elegido en la muestra y se adquieren precisando cada característica de la población, y por medio de una selección azarosa o mecánica de la unidad de muestreo y análisis” (p. 175).

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

**Técnicas:** Se estableció a la encuesta como técnica. Para García, (2016) Esta técnica persigue el objetivo de tener respuestas a una serie de preguntas que se ordenan según requisitos específicos en un cuestionario, cuya creación requiere una tarea minuciosa y, por lo tanto, también esfuerzo y tiempo para elaborarlo adecuadamente, y que sirva para despertar el interés de las personas encuestados (...). (p. 95)

**Instrumento:** Se utilizó el cuestionario. Hernández et al. (2016) expresaron que: “En la investigación contamos con varios tipos de instrumentos (...) y en algunas situaciones llegan a integrarse varias técnicas de recopilación de información” (p. 262).

**Validez:** Hernández et al. (2016) manifestaron que: “es el nivel en que el instrumento mide las variables que desea evaluar [...]” (p.200). Nuestra validez del instrumento se determinó mediante el criterio de expertos siendo profesionales temáticos y metodólogos que determinan una alta validez del instrumento y corresponde al objeto de estudio

**Confiabilidad:** de acuerdo al autor Hernández et al. (2016): “se le denomina al instrumento, es mismo que es el grado en que su uso repetitivo del individuo u objeto que conducen al mismo resultado” (p. 200). Esta investigación se aplicó el Alpha de Cronbach porque su escala es politómica.

### **3.5. Procedimiento:**

Se realizó la formulación del contenido de la encuesta, en base a las dos variables estudiadas y cada variable consta de 3 dimensiones, luego se pidió autorización al representante legal empresa distribuidora e importadora Intervega SAC mediante una carta, solicitando permiso para obtener información y desarrollar la presente investigación. Después se ejecutó la encuesta a 38 trabajadores del área de ventas, en el cuestionario de ambas variables se usó la escala politómica. Que tiene como extensión 35 reactivos.

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

Al ejecutarse la aplicación del instrumento se realizó la etapa de recolección de información y dicha información se interpretó empleando el software estadístico SPSS. Así mismo, se analizó las variables del estudio haciendo uso del análisis descriptivo. Oliveira y Toledo (2016) la finalidad es emplear y sintetizar la distinta información obtenida, para presentar dicha información se realizó de forma organizada mediante tablas y gráficas.

### **3.7. Aspectos éticos**

Según Andrés, et al. (2016), mencionó sobre la propiedad intelectual es proteger el intelecto de los escritores, preservar sus escrituras de cualquier falsedad, o el inadecuado uso de su procedencia, con la finalidad de proteger su legítimo origen. Por ello, en este estudio se siguió todos los lineamientos que se establecieron por la institución educativa Universitaria César Vallejo, o sea, se respetó las opiniones de encuestados anónimos, así como los lineamientos del APA y los estamentos de citación correcta de los autores, excluyendo cualquier copia. o plagio. Además, para la obtención de la información se pidió autorización al representante legal de la empresa, recalando que la información obtenida será netamente de índole académico.

#### IV. RESULTADOS

El cuestionario se aplicó a 38 trabajadores del departamento de ventas de una empresa Distribuidora en Importadora, los resultados se obtuvieron de acorde con las siguientes consideraciones:

**Primer Objetivo específico:** Determinar la relación entre el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa Distribuidora e Importadora de Comas, 2021.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

**Tabla 1**

*Tabla cruzada entre Dimensiones: Desarrollo laboral y Calidad de vida laboral*

		Calidad de Vida laboral			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Desarrollo laboral	Deficiente	7,90%	28,90%	2,60%	39,50%	Rho de Spearman
	Regular	0,00%	21,10%	13,20%	34,20%	0,845**
	Óptimo	0,00%	0,00%	26,30%	26,30%	Sig. (bilateral)
Total		7,90%	50,00%	42,10%	100,00%	0,000

**Nota.** Referente a la tabla 1, a fin de obtener la resultante de la prueba de la hipótesis específica 1 se empleó el Rho de Spearman, y logró una correlación bilateral entre dimensiones de  $r=0,845$ , admitiendo la existencia de una correlación positiva alta. De modo que asevera la relación directamente proporcional entre las dimensiones desarrollo laboral y calidad de vida laboral. De manera que, con un mayor desarrollo laboral aumentaría la calidad de vida laboral.

A fin de aceptar o rechazar la prueba de la hipótesis específica 1, se usó el estadístico Rho de Spearman, que resulta su Sig. Bilateral de 0,000 y según la norma de decisión para un  $\text{Sig. } 0,000 \leq 0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Considerando la existencia de una relación positiva alta entre las dimensiones, esta aseveración respalda el cruce del porcentaje alcanzado por las dos dimensiones, donde se precisó que la dimensión desarrollo laboral repercute de manera óptima en la calidad de vida laboral en un 26,30%.

Conforme a este análisis la empresa Distribuidora e Importadora en Comas 2021, debería tomar más importancia al desarrollo laboral de sus colaboradores del área de ventas y de esta manera obtener una mejor calidad de vida laboral de los mismos.

**Segundo Objetivo específico:** Determinar la relación entre la motivación y el trabajo en equipo en una empresa Distribuidora e Importadora de Comas, 2021.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

H<sub>0</sub>: No existe Relación entre la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

**Tabla 2**

*Tabla cruzada entre dimensiones: Motivación y Trabajo en Equipo*

		Trabajo en Equipo			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Motivación	Deficiente	5,30%	0,00%	0,00%	5,30%	Rho de Spearman
	Regular	7,90%	63,20%	5,30%	76,30%	0,666**
	Óptimo	0,00%	5,30%	13,20%	18,40%	Sig. (bilateral)
Total		13,20%	68,50%	18,50%	100,00%	0,000

**Nota.** Referente a nuestra tabla 2, con el propósito de obtener la resultante de la prueba de la hipótesis específica 2 se empleó el estadístico Rho de Spearman, y se obtuvo relación bilateral entre dimensiones de  $r = 0,666$ , admitiendo que existe una correlación positiva moderada. De esta forma asevera la relación directa proporcional entre las dimensiones motivación y trabajo en equipo. Por consiguiente, si existe una mayor motivación mejor sería el trabajo en equipo.

A fin de aceptar o rechazar la prueba de la hipótesis específica 2, se usó el Rho de Spearman, que resulta su Sig. Bilateral de 0,000 y según la norma de decisión para un Sig.  $0,000 \leq 0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Considerando la existencia de una relación positiva moderada entre las dimensiones, esta aseveración sostiene el cruce del porcentaje alcanzado por las dos dimensiones, en el que se identificó que la dimensión motivación repercute de manera regular en la dimensión trabajo en equipo en un 63.20%. Conforme a este análisis la empresa Distribuidora e Importadora en Comas 2021, debería poner más

énfasis a la motivación de sus colaboradores del área de ventas y lograr así un trabajo en equipo más eficiente.

**Tercer Objetivo específico:** Determinar la relación entre la comunicación interna y efectividad laboral en una empresa Distribuidora e Importadora de Comas, 2021.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la comunicación interna y efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

H<sub>0</sub>: No Existe relación entre la comunicación interna y dimensión efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

**Tabla 3**

*Tabla cruzada entre Dimensiones: Comunicación Interna y Efectividad Laboral*

		Efectividad laboral			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Comunicación Interna	Deficiente	7,90%	0,00%	0,00%	7,90%	Rho de Spearman
	Regular	0,00%	26,30%	21,10%	42,10%	0,753**
	Óptimo	2,60%	2,60%	39,50%	50,00%	Sig. (bilateral)
<b>Total</b>		10,50%	28,90%	60,60%	100,00%	0,000

**Nota.** En cuanto a la tabla 3, a fin de obtener el resultado de la hipótesis específica 3 se empleó el estadístico de Rho de Spearman, y logró relación bilateral entre dimensiones de  $r=0,753$ , admitiendo la existencia de una correlación positiva alta. Por consiguiente, afirmamos una relación directamente proporcional entre las dimensiones comunicación interna y efectividad laboral. Es decir, si la comunicación interna es eficiente la efectividad laboral incrementara notablemente. A fin de aceptar o rechazar nuestra hipótesis específica 3, se usó el estadístico Rho de Spearman, resulta que su Sig. Bilateral es 0,000 y de acorde a la norma de decisión para un Sig.  $0,000 \leq 0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Respetando una existente relación positiva alta entre las dimensiones, esta aseveración sostiene el cruce del porcentaje alcanzado por las dos dimensiones, en el que se precisó que la dimensión comunicación interna repercute de forma óptima en la efectividad laboral en un 39,50%. Conforme a este análisis la empresa Distribuidora e Importadora en Comas 2021, debería poner más énfasis en el empleo adecuado de la comunicación interna y de este modo obtendría una mejor efectividad laboral de los colaboradores.

**Objetivo General:** Determinar la relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa Distribuidora e Importadora de Comas 2021.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

H<sub>0</sub>: No Existe relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.

**Tabla 4**

*Tabla cruzada entre Variables: Endomarketing y Rendimiento Laboral*

		Rendimiento Laboral			Total	Correlación
		Deficiente	Regular	Óptimo		
Endomarketing	Deficiente	7,90%	0,00%	0,00%	7,90%	Rho de Spearman
	Regular	0,00%	23,70%	0,00%	23,70%	0,814**
	Óptimo	0,00%	10,50%	57,90%	68,40%	Sig. (bilateral)
Total		7,90%	34,20%	57,90%	100,00%	0,000

**Nota.** Referente a la tabla 4. Para obtener la resultante de la prueba de la hipótesis General se empleó el estadístico de Rho de Spearman, en el que logró una correlación bilateral entre variables de  $r=0,814$ , admitiendo que existe una correlación positiva alta. Por ello, se asevera la relación directamente proporcional entre las variables endomarketing y rendimiento laboral. En consecuencia, el empleo adecuado del endomarketing proporcionara un eficiente rendimiento laboral.

A fin de aceptar o rechazar la prueba de la hipótesis general, se usó el Rho de Spearman, resulta que su Sig. Bilateral es 0,000 y de acorde a la norma de decisión para un Sig.  $0,000 \leq 0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Considerando una existente relación positiva entre cada una de nuestras variables, esta aseveración sostiene el cruce del porcentaje alcanzado por las dos variables, en el cual se precisó que la variable endomarketing influye de manera óptima en el rendimiento laboral en un 57.90%.

De acorde a este análisis la empresa Distribuidora e Importadora en Comas 2021, debería poner más énfasis en un adecuado empleo del endomarketing y de esta manera obtendrá un mayor rendimiento por parte de los trabajadores del departamento del área de ventas.

## V. DISCUSIÓN

La finalidad de esta investigación fue determinar la existencia de relación entre las variables endomarketing y rendimiento laboral en una empresa Distribuidora e Importadora, Comas 2021. Los resultados estadísticos adquiridos después de examinar la información recopilada en la muestra de 38 colaboradores del área de ventas, se contrastarán con evidencias internas y externas referidos en trabajos previos. Como hipótesis general se formuló: H<sub>1</sub>: Existe relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa Distribuidora e Importadora de Comas, 2021. H<sub>0</sub>: No Existe relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa Distribuidora e Importadora de Comas, 2021. Por lo cual, en seguida se discute los principales resultados localizados con la ejecución del instrumento.

En relación con el objetivo general, empleamos el estadígrafo de Rho Spearman, en el que logró una correlación bilateral entre variables de  $r=0,814$ , admitiendo que existe una correlación positiva alta. Por ello, se asevera la relación directamente proporcional entre las variables endomarketing y rendimiento laboral. En consecuencia, el empleo adecuado del endomarketing proporcionara un eficiente rendimiento laboral. A fin de aceptar o rechazar la prueba de la hipótesis general, se usó el Rho de Spearman, resulta que su Sig. Bilateral es 0,000 y de acorde a la norma de decisión para un Sig.  $0,000 \leq 0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Considerando una existente relación positiva entre nuestras variables, esta aseveración sostiene el cruce del porcentaje alcanzado por las dos variables, en el cual se precisó que la variable endomarketing influye de manera óptima en la variable rendimiento laboral en un 57.90%. Situación que es compartida por el estudio de Cáceres, (2021). Sobre, Endomarketing y su relación con el desempeño laboral de los empleados de la Empresa SERTAAD S.R.L. en las regiones Tacna y Moquegua 2020, Se estableció con el fin de determinar la relación entre los elementos que proporciona el endomarketing y el grado de desempeño laboral en la empresa SERTAAD. La metodología aplicada es de tipo básica - descriptivo correlacional, simultáneamente fue de diseño no experimental. Quien también usó el Rho Spearman y el cuestionario como instrumento de recopilación de datos. Concluyeron que existe conexión significativa entre el endomarketing y el desempeño laboral. Es decir, según sus dimensiones,

podemos identificar una relación positiva alta entre ellos. Determinando que la dimensión más importante para la investigación es el trabajo en equipo. Refuerza lo mencionado la investigación de Linares, (2020). Aplicación de la teoría del Nudging en el Endomarketing - México. Concluyeron que la teoría del nudging puede apoyar al endomarketing con buenas prácticas que motiven y fidelicen a sus trabajadores a través de estímulos y mensajes que lleguen al inconsciente, todo esto orquestado por publicidad, relaciones públicas y recursos humanos. Los resultados se sustentan en base al autor teórico Regalado, et al, (2011). Señalando que el endomarketing se ejecuta en las empresas con la finalidad (...) de motivar al cliente interno, formar un ambiente organizacional idóneo y alcanzar un alto nivel de fidelidad y compromiso en la relación empresa-colaborador. Por otra parte, sobre rendimiento laboral, Chiavenato, (2019) señala que es un conjunto de conductas o desempeño de una persona, un grupo o institución. Es cuando un individuo ejecuta, realiza o lleva a cabo una actividad laboral de forma eficiente y eficaz, es decir, realizan sus tareas, actividades o funciones laborales y así alcanzan las metas de la organización y promueven excelentes resultados.

En mención al primer objetivo específico, para obtener la resultante se empleó el Rho de Spearman, y logró una correlación bilateral entre dimensiones de  $r=0,845$ , admitiendo la existencia de una correlación positiva alta. De modo que asevera la relación directamente proporcional entre las dimensiones desarrollo laboral y calidad de vida laboral. De manera que, con un mayor desarrollo laboral aumentaría la calidad de vida laboral. A fin de aceptar o rechazar la prueba de la hipótesis específica 1, se usó el estadístico Rho de Spearman, que resulta su Sig. Bilateral de 0,000 y según la norma de decisión para un  $\text{Sig. } 0,000 \leq 0,05$  aceptando nuestra hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Considerando una existente relación positiva alta entre cada dimensión, esta aseveración respalda el cruce del porcentaje alcanzado por las dos dimensiones, donde se precisó que la dimensión desarrollo laboral repercute de manera óptima en la calidad de vida laboral en un 26,30%. Afianza lo mencionado Medina, (2017). Con el estudio, influencia del endomarketing en el desempeño laboral en los profesores de la institución San Juan de Sullana S.A.C.-Piura, el fin es precisar la incidencia del Endomarketing en el desempeño organizacional. Su metodología, se usó el nivel descriptivo correlacional, el diseño es no experimental transversal, a la vez, la técnica usada para la recopilación de información fue la encuesta y se aplicó a 42 docentes que

fue el total de la población. La muestra es no probabilística, es por conveniencia. Concluyeron que existe carencia de endomarketing por consiguiente afecta el desempeño laboral de cada docente. De igual modo, se conoció que existen ciertos estancamientos que no dejan proporcionar un servicio de calidad, retardando los estándares ideales para la buena educación en la institución.

Por otro lado, para el segundo objetivo específico, con el propósito de obtener la resultante de la prueba de la hipótesis específica 2 se empleó el estadístico Rho de Spearman, y se obtuvo relación bilateral entre dimensiones de  $r = 0,666$ , admitiendo que existe una correlación positiva moderada. De esta forma asevera la relación directa proporcional entre las dimensiones motivación y trabajo en equipo. Por consiguiente, si existe una mayor motivación mejor sería el trabajo en equipo. A fin de aceptar o rechazar la prueba de la hipótesis específica 2, se usó el Rho de Spearman, que resulta su Sig. Bilateral de 0,000 y según la norma de decisión para un Sig.  $0,000 \leq 0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Considerando una existente relación positiva entre las dimensiones, esta aseveración sostiene el cruce del porcentaje alcanzado por las dos dimensiones, en el que se identificó que la dimensión motivación repercute de manera regular en la dimensión trabajo en equipo en un 63.20%. Lo anteriormente escrito corrobora la investigación realizada por Borja & Huacho, (2020). En su trabajo, endomarketing y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la I.E.P. Gotas de Rocío en la ciudad de Huancayo, cuyo propósito primordial fue estudiar la relación del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la institución. El método utilizado es de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional-descriptiva, el método utilizado es correlacional-transversal, el diseño es no experimental - descriptiva no empírica, transversal. Concluyeron que presenta una vinculación notable entre la dimensión motivación y desempeño laboral con 0.466. Por consiguiente, la implementación de métodos de motivación en los trabajadores de la I.E.P., ya sean intrínsecas o extrínsecas van proporcionar un alto desempeño laboral. Además, la dimensión capacitación está vinculada con un 0.401 al desempeño laboral. Del mismo modo, contribuye en su investigación Sánchez (2019) Inteligencia emocional y el rendimiento laboral de los trabajadores del Complejo Comercial Unicachi - Comas. Donde se obtuvo como resultado 0,593 con el estadígrafo Rho Spearman y un 0,000 de significancia, afirmando que la

dimensión motivación tiene relación positiva media con la variable rendimiento laboral en los colaboradores del complejo comercial.

Así mismo, para el tercer objetivo específico, con el objetivo de obtener los resultados, se empleó el estadístico de Rho de Spearman, y logró relación bilateral entre dimensiones de  $r=0,753$ , admitiendo la existencia de una correlación positiva alta. Por consiguiente, afirmamos la relación directamente proporcional entre las dimensiones comunicación interna y efectividad laboral. Es decir, si la comunicación interna es eficiente la efectividad laboral incrementara notablemente. A fin de aceptar o rechazar la prueba de la hipótesis específica 3, se usó el estadístico Rho de Spearman, resulta que el valor de su Sig. Bilateral es 0,000 y de acorde a la norma de decisión para un Sig.  $0,000 \leq 0,05$  aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Respetando una existente relación positiva alta entre las dimensiones, esta aseveración sostiene el cruce del porcentaje alcanzado por las dos dimensiones, en el que se precisó que la dimensión comunicación interna repercute de manera óptima en la efectividad laboral en un 39,50%. Refuerza lo antes dicho el estudio de Guarniz & Palomino (2019) El endomarketing como estrategia para reforzar el desempeño laboral del personal administrativo del Municipio de José Leonardo Ortiz - Chiclayo, cuyo objetivo es ofrecer métodos de endomarketing para aumentar el desempeño laboral. Se desarrolló un método de tipo descriptivo, de diseño no experimental transversal. Concluyeron que los métodos de endomarketing potenciarán y mejorarán el desempeño laboral en la entidad pública, dado a que se encuentran cimentadas en concordancia con las necesidades de la entidad, brindando progreso personal, inclusión y comunicación interna. De la misma forma Chipana y Quispe, (2019). En su estudio, endomarketing y el comportamiento organizacional de la franquicia Delosi S.A. Local Santa Luzmila, Comas. El propósito primordial es identificar la relación entre el Endomarketing y el Comportamiento laboral de la empresa. En concluyeron, presenta relación favorable y sustancial entre Endomarketing y los valores comerciales de la franquicia.

## VI. CONCLUSIONES

En relación a los hallazgos, el actual estudio concluye lo siguiente:

1. Referente al objetivo general, se llegó a la conclusión que existe un grado de correlación positiva alta con un  $r=0,814$ , entre las variables endomarketing y rendimiento laboral de los trabajadores del departamento de ventas de una empresa Distribuidora e Importadora, obteniendo un Sig. Bilateral de 0,000 aceptando nuestra hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula. Además, mediante el cruce de porcentajes, se identificó que el endomarketing influye de manera óptima en el rendimiento laboral con un 57.90%. Lo cual indica en términos generales que el empleo adecuado del endomarketing, proporcionará a los colaboradores un mejor rendimiento laboral.
2. De acuerdo a los resultados estadísticos del primer objetivo, se concluye que existe una correlación positiva alta con un  $r=0,845$  entre las dimensiones desarrollo laboral y calidad de vida laboral, alcanzando un Sig. Bilateral de 0,000 por ello se aceptó nuestra hipótesis alterna y posteriormente rechazar la hipótesis nula. Asimismo, a través del cruce de porcentajes, determinamos que el desarrollo laboral tiene influencia óptima en la calidad de vida laboral con un 26,30%.
3. En referencia al segundo objetivo, se llegó a la conclusión que existe un grado de correlación positiva moderada con un  $r=0,666$  entre las dimensiones motivación y trabajo en equipo, obteniendo un Sig. Bilateral de 0,000 por esa razón aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Además, a través del cruce de porcentajes, se determinó que la motivación influye de manera regular en el trabajo en equipo con un 63.20%.
4. En el tercer objetivo, se llegó a concluir que existe un grado de correlación positiva alta con un  $r=0,753$  entre las dimensiones comunicación interna y efectividad laboral, alcanzando un Sig. Bilateral de 0,000 por esa razón se procedió a aceptar nuestra hipótesis alterna y posteriormente rechazar la nula. Además, a través del cruce de porcentajes, se determinó que la comunicación interna posee una influencia de forma óptima en la efectividad laboral con un 39,50%.

## **VII. RECOMENDACIONES**

En relación al objetivo general y al poseer un grado de correlación positiva alta, entre las variables endomarketing y rendimiento laboral, se recomienda a los directivos de la empresa Distribuidora e Importadora de Comas, elaborar estrategias que se enfoquen en potenciar el desarrollo laboral, motivación y comunicación interna las mismas que permitirán mejorar la calidad de vida laboral, trabajo en equipo y efectividad laboral en el área de ventas, de esta manera obtendrá un mejor rendimiento laboral de los colaboradores.

En referencia al primer objetivo específico y debido a la existencia de una correlación positiva alta, se recomienda a los directivos de la empresa que deben realizar capacitaciones continuas en, conocimiento de los productos y actualización de precios, atención centrada al cliente, etiqueta telefónica, uso y dominio de tecnología; fortalecer los conocimientos y habilidades a través de un coaching; evaluar las funciones de los colaboradores del área de ventas, en consecuencia, se podrá obtener mayor disponibilidad para el desempeño de tareas asignadas, responsabilidad en sus funciones y satisfacción de laborar en la empresa.

En el segundo objetivo específico, existe un grado de correlación positiva moderada, se recomienda a los directivos que se enfoquen en promover y proporcionar autonomía en administración de su tiempo con la condición que llegue a las metas establecidas y tomar decisiones dentro de sus funciones, reconocimiento a través de comunicados corporativos, felicitaciones y elogios. Asimismo, recompensas como incentivos salariales, días libres por su buen desempeño, premios y regalos a los colaboradores del área de ventas, de este modo impulsar el trabajo en equipo, integración y cumplir con las tareas de forma óptima.

En el tercer objetivo específico, existe un grado de correlación positiva alta, por lo que se sugiere a los directivos se enfoquen en mejorar el trato con los compañeros, un manejo de información más fluida y clara, a través de medios de comunicación más didácticos como WhatsApp, Telegram, llamadas telefónicas, paneles informativos, comunicación 360°. Además, es importante que estimulen la cohesión entre los colaboradores como reuniones grupales y recreación laboral, por consiguiente, se logrará los objetivos exitosamente, aumentaran sus aptitudes, productividad y competencias personales de los colaboradores del área de ventas de la empresa distribuidora e importadora de Comas.

## REFERENCIAS

- Alles, M. (2006). Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias. Argentina. Editorial printed en argentina.
- Andrés, et al. (2016). La propiedad intelectual en la era digital. Madrid- España. Editorial DYKINSON S.L. recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=Q5ASDQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Araque, D., Sánchez, J y Uribe, A. (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Revista de estudios gerenciales*, 33 95-101. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v33n142/0123-5923-eg-33-142-00095.pdf>
- Barrionuevo, D. (2018). Descripción De Cargos Y El Rendimiento Laboral De Los Colaboradores De La Empresa Lacov Seguridad Industrial En La Ciudad De Ambato, Provincia De Tungurahua. (Tesis pregrado) Universidad Técnica De Ambato AMBATO – ECUADOR. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28616>
- Borja, E & Huacho, J. (2020). Endomarketing y su relación con el desempeño laboral del personal de la I.E.P. Gotitas de Rocío en la localidad de Huancayo – 2020. (Tesis Pregrado) Universidad Continental. Recuperado de: <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/9087>
- Bordas, M. (2016). Gestión estratégica del clima laboral. España. Editorial Universidad Nacional de Educación a Distancia
- Briones, G. (2002). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Colombia. Editorial ARFO editores e impresores ltda.
- Cáceres, P. (2021). El endomarketing y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de la Empresa Sertaad S.R.L. en la región de Tacna y Moquegua, año 2020 (Tesis Pregrado). Universidad privada de Tacna. Recuperado de: <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1842>
- Chiavenato, I. (2019). Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones. 10ma edición. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Chipana, L y Quispe, L. (2019). Endomarketing y el comportamiento organizacional de la franquicia Delosi S.A. sede Santa Luzmila, Comas 2019. (Tesis Pregrado), Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47016?show=full>
- Cuba, N., Mohamed, H., & Pacheco, A. (2020). Responsabilidad social y rendimiento laboral en los colaboradores de los programas sociales de Lima, Perú. *Conrado*, 16(72), 278-285. Epub 02 de febrero de 2020. Recuperado en

25 de octubre de 2021, de  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442020000100278&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000100278&lng=es&tlng=es).

- Cuenca, J & Verazzi, L. (2018). Guía fundamental de la comunicación interna. España. Editorial UOC. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books/about/Gu%C3%ADa\\_fundamental\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n\\_in.html?id=mxSzDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Gu%C3%ADa_fundamental_de_la_comunicaci%C3%B3n_in.html?id=mxSzDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- De Medeiros, (2017). Endomarketing estratégico. Como transformar líderes en comunicadores y empleados en seguidores. Brasil. Editorial Estudio Reis editores.
- Ferrel O. & Hartline M. (2018) Estrategia de marketing (sexta edición), México. Editorial; Reg 103.
- Fernández, A., Et al. (2003). Análisis cuantitativo de las tesis doctorales españolas en Educación Matemática (1976-1998). Revista Española De Documentación Científica, 26(2), 162–176. <https://doi.org/10.3989/redc.2003.v26.i2.135>
- García, J. (2016). Metodología de la investigación para administradores. Colombia. Ediciones de la U
- García, E., Barros, D., & Valle, A. (2018). Endomarketing desde el paradigma de la sostenibilidad organizacional: Una revisión de la literatura. Desarrollo Gerencial, 10(2), 65-82. <https://doi.org/10.17081/dege.10.2.3219>
- Guarniz, K. & Palomino, K. (2019). El endomarketing como estrategia para fortalecer el desempeño laboral del personal administrativo de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz - Chiclayo 2019. Universidad de Lambayeque. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <https://repositorio.udl.edu.pe/handle/UDL/217>
- Guízar, R. (2013). Desarrollo organizacional: Principios y aplicación (4ta. Edición). México. Editorial Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2016). Metodología de la investigación. (Sexta edición). México. Editorial Mc Graw Hill Education.
- Jyoti, J. & Sharma, P. (2017). Empirical investigation of a moderating and mediating variable in between mentoring and job performance: A structural model. Journal of Work and Organizational Psychology, 33, 55-67. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2017.01.002>

- Koopmans, L. Et al. (2015). Cross-cultural adaptation of the Individual Work Performance Questionnaire. *Work* (Reading, Mass.), 53(3), 609–619. <https://doi.org/10.3233/WOR-152237>
- Kotler P. & Keller K. (2012) Dirección de marketing (14 Ed.) México, editorial Pearson Educación
- Larico, E., Machaca, D., Condori, L. & Apaza, K. (2021). Estrés laboral y rendimiento laboral de los trabajadores en entidades financieras. *Dominio de las Ciencias*. doi: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4.2097>
- Linares, T. (2020). Aplicación de la teoría del Nudging en el Endomarketing. (Tesis pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2021/abril/0810760/Index.html>
- Martínez, M. (2013). La evaluación del rendimiento. *La Gestión Empresarial*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/62684>
- Medina, R (2017). La influencia del endomarketing en el desempeño laboral de los docentes de la organización san juan de Sullana S.A.C.-Piura 2017. (Tesis pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26772>
- Ñaupas, H. et al (2018). Metodología de la investigación. Cuantitativa – cualitativa y redacción de tesis. (Quinta edición). Editorial, ediciones de la U.
- Oliveira, M & Toledo, M. (2016). Efficiency assessment of Flash Profiling and Ranking Descriptive Analysis: a comparative study with star fruit-powdered flavored drink. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3959/395946786003.pdf>
- Oseda, D., Carruitero, N., & Uribe, Y. (2019). Trabajo colaborativo y rendimiento laboral en la Universidad Nacional de Cañete. *Conrado*, 15(70), 129-135. Epub 02 de diciembre de 2019. Recuperado en 25 de octubre de 2021, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442019000500129&lng=es&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500129&lng=es&tlng=pt).
- Paz, J., Huamán, S., & Tarrillo, J. (2020). Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral en colaboradores de una asociación educativa. *Apuntes Universitarios*, 10(4), 108–125. <https://doi.org/10.17162/au.v10i4.495>

- Pimienta, J & De la Orden, A. (2017). Metodología de la investigación (Tercera edición). México. Editorial Pearson.
- Punina, A (2015) El endomarketing y su incidencia en la satisfacción del cliente de la empresa Tesla Industrial de la ciudad de Ambato – Ecuador (Tesis de pregrado). Universidad técnica de Ambato, recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13418/1/378%20MKT.pdf>
- Regalado O, et al. (2011). Endomarketing: estrategias de relación con el cliente. (1ra. Ed.). (E. ediciones., Ed.) Perú. Obtenido de: [https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/08/05/endomarketing\\_para\\_web\\_con\\_sello.pdf](https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/08/05/endomarketing_para_web_con_sello.pdf)
- Rodríguez, G (2011) Factores de aplicación de endomarketing en las pymes agroindustriales de la sabana de Bogotá – Colombia. Editorial Universidad EAN.
- Santiesteban, E (2014). Metodología de la investigación científica. Cuba. Editorial Edacun
- Sánchez, I. (2019). Inteligencia emocional y el rendimiento laboral de los colaboradores del Complejo Comercial Unicachi, Comas 2019. (Tesis pregrado) Universidad de cesar vallejo – Lima -Perú. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43486>
- Severo, E., Kemmerich, E., Guimarães, J., & Ribeiro, R. (2019). O endomarketing e a satisfação no trabalho em uma instituição de ensino superior. Revista de Administração de Roraima - RARR, 9(1), 116-134. doi: <http://dx.doi.org/10.18227/2237-8057rarr.v9i1.5070>
- Tortosa, L. et al. (2014) marketing interno: cómo lograr el compromiso de los empleados. Editorial Pirámide.
- Uribe, J. (2014). Clima y ambiente organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales. México. Editorial El Manual Moder

## ANEXOS

### 1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### Variable Endomarketing

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>ENDOMARKETING</b>	Es un proceso mediante el cual las organizaciones tienen que velar y considerar a sus trabajadores como parte de la empresa, y el esfuerzo físico y mental que realizan debe ser retribuido, así como la productividad que realizan, y el marketing interno actúa como táctica de promoción, es decir que, el marketing interno origina una mayor motivación, compromiso, rentabilidad, elevado desarrollo de capacidades en los colaboradores y un buen clima laboral (Araque, Sánchez & Uribe, 2017)	El Endomarketing se midió utilizando un cuestionario cuyo constructo de evaluación tiene 3 dimensiones.	<b>Desarrollo laboral</b>  <b>Motivación</b>  <b>Comunicación interna</b>	1.1 Capacitación 1.2 Conocimientos de los empleados 1.3 Evaluación de funciones 2.1 Autonomía 2.2 Reconocimiento 2.3 Recompensas laborales 3.1 Trato con los compañeros 3.2 Manejo de información 3.3 Cohesión en el trabajo	<b>Ordinal</b>

#### Variable Rendimiento laboral

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>RENDIMIENTO LABORAL</b>	Es el conjunto de conductas o desempeño de una persona, un grupo o institución. Es cuando un individuo ejecuta, realiza o lleva a cabo una actividad laboral de forma eficiente y eficaz, es decir, realizan sus tareas, actividades o funciones laborales y así alcanzan las metas de la organización y promueven excelentes resultados (Chiavenato, 2019).	Se midió mediante un instrumento que tiene en consideración las 3 dimensiones del rendimiento laboral.	<b>Calidad de vida laboral</b>  <b>Trabajo en equipo</b>  <b>Efectividad laboral</b>	1.1 Disponibilidad 1.2 Responsabilidades 1.3 Satisfacción 2.1 Integración 2.2 Cumplimiento de tareas 3.1 Logro de objetivos 3.2 Aptitudes personales 3.3 Productividad 3.4 Competencias personales	<b>Ordinal</b>

## **2. MATRIZ DE CONSISTENCIA**

*“Endomarketing y Rendimiento Laboral de los colaboradores del área de ventas en una Empresa Distribuidora e Importadora, Comas 2021”*

<b>Formulación del problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Métodos</b>
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa distribuidora de Comas 2021?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas 2021.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>H<sub>1</sub>: Existe relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021. H<sub>0</sub>: No Existe relación entre el endomarketing y el rendimiento laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p>	<b>Endomarketing</b>	<p>1. Desarrollo laboral</p> <p>2. Motivación</p> <p>3. Comunicación interna</p>	<p>1.1 Capacitación</p> <p>1.2 Conocimientos de los empleados</p> <p>1.3 Evaluación de sus funciones</p> <p>2.1 Autonomía</p> <p>2.2 Reconocimiento</p> <p>2.3 Recompensas laborales</p> <p>3.1 Trato con los compañeros</p> <p>3.2 Manejo de información</p> <p>3.3 Cohesión en el trabajo</p>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>Aplicada</p> <p><b>Diseño de investigación</b></p> <p>No experimental</p> <p>Correlacional</p>
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>(a) ¿Cómo se relaciona el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021?,</p> <p>(b) ¿Cómo se relaciona la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021?,</p> <p>(c) ¿Cómo se relaciona la comunicación interna con la dimensión efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021?</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar la relación entre el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p> <p>Determinar la relación entre la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación interna y efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p>	<p><b>Hipótesis Especificas</b></p> <p>- Existe relación entre el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p> <p>- No existe relación entre el desarrollo laboral y la calidad de vida laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p> <p>- Existe relación entre la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p> <p>- No Existe relación entre la motivación y el trabajo en equipo en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p> <p>- Existe relación entre la comunicación interna y efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p> <p>- No Existe relación entre la comunicación interna y dimensión efectividad laboral en una empresa distribuidora e importadora de Comas, 2021.</p>	<b>Rendimiento Laboral</b>	<p>1. Calidad de vida laboral</p> <p>2. Trabajo en equipo</p> <p>3. Efectividad laboral</p>	<p>1.1 Disponibilidad</p> <p>1.2 Responsabilidades</p> <p>1.3 Satisfacción</p> <p>2.1 Integración</p> <p>2.2 Cumplimiento de labores</p> <p>3.1 Logro de objetivos</p> <p>3.2 Aptitudes personales</p> <p>3.3 Productividad</p> <p>3.4 Competencias personales</p>	<p><b>Población:</b> 38 trabajadores</p> <p><b>Muestra:</b> 38 trabajadores</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

### 3. CUESTIONARIO DE ENDOMARKETING Y RENDIMIENTO LABORAL

#### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días y/o tardes, se les pide responder la siguiente encuesta el cual tiene carácter confidencial con fines académicos, para obtener información relevante para cumplir con los objetivos de la investigación titulada: “Endomarketing y Rendimiento Laboral de los colaboradores del área de ventas en una Empresa Distribuidora e Importadora, Comas 2021” Agradeciendo su colaboración, lea las siguientes preguntas y responda con veracidad marcando con un aspa (X) según crea conveniente:

Género: Hombre \_\_\_\_\_ Mujer \_\_\_\_\_

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
5	4	3	2	1

ENDOMARKETING	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
<b>Desarrollo laboral</b>					
<b>Capacitación</b>					
1. ¿Usted Considera que la empresa brinda la capacitación adecuada para su puesto de trabajo?					
2. ¿Usted es evaluado después de cada capacitación?					
3. ¿Considera usted que la empresa contribuye en el desarrollo de sus competencias laborales?					
<b>Conocimientos de los empleados</b>					
4. ¿Considera usted que sus competencias profesionales le permiten cumplir con las tareas asignadas?					
<b>Evaluación de funciones</b>					
5. ¿Existe evaluación continua del desarrollo de sus funciones?					
<b>Motivación</b>					
<b>Autonomía</b>					
6. ¿Considera Ud. que tiene la facultad de tomar decisiones dentro de sus funciones?					
7. ¿Usted Considera que tiene libertad para autogestionar su tiempo?					
<b>Recompensas laborales</b>					

8. ¿Existe incentivos salariales que lo motiven a cumplir con el desarrollo de sus actividades encomendadas?					
9. ¿Ud. Cree que los incentivos salariales, por su buen desempeño son justos?					
10. ¿Considera que la empresa le debe proporcionar días libre por el cumplimiento de metas?					
11. ¿La remuneración que percibes está acorde al trabajo que realiza?					
<b>Reconocimiento</b>					
12. ¿Usted, ha recibido felicitaciones y elogios de sus superiores por su trabajo bien hecho?					
13. ¿Existe oportunidades de ascenso en la empresa?					
14. ¿Considera usted que los ascensos van de acuerdo con su capacitación y nivel profesional?					
<b>Comunicación interna</b>					
<b>Trato con los compañeros</b>					
15. ¿Las relaciones entre el personal de la empresa es cordial, amable y amigable?					
16. ¿Percibes compañerismo en la empresa?					
<b>Manejo de información</b>					
17. ¿La información impartida por parte de la gerencia es clara, aprovechable y permite lograr los objetivos?					
18. ¿Su jefe utiliza los medios adecuados para hacer llegar la información y esta sea entendible?					
19. ¿Conoce usted sus funciones claramente?					
<b>Cohesión en el trabajo</b>					
20. ¿Existe una estrecha comunicación entre jefe y subordinado?					
21. ¿Cuándo trabajan en equipo siente que todos se esfuerzan de la misma manera?					
22. ¿Estás dispuesto de brindar el soporte necesario, si te lo piden?					
<b>RENDIMIENTO LABORAL</b>					
	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>AV</b>	<b>CN</b>	<b>N</b>
	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Calidad de vida laboral</b>					
<b>Disponibilidad</b>					
23. ¿Siente usted que las funciones asignadas lo motivan a mostrar disposición permanente a nuevos retos?					
<b>Responsabilidades</b>					
24. ¿Cree Usted que sus conocimientos y habilidades le permiten cumplir con las responsabilidades asignadas en la empresa?					
25. ¿Cree usted que la responsabilidad es un valor esencial para lograr los objetivos encomendados?					
<b>Satisfacción</b>					

26. ¿Se siente satisfecho con el ambiente de trabajo y el salario que percibe?					
27. ¿Se siente satisfecho con el puesto de trabajo y las tareas asignadas dentro de la empresa?					
<b>Trabajo en equipo</b>					
<b>Integración</b>					
28. ¿Participa activamente en el logro de las metas de la empresa?					
29. ¿Considera usted que el trabajo en equipo dentro de su área siempre fluye de forma cohesionada?					
<b>Cumplimiento de labores</b>					
30. ¿Considera usted que las tareas asignadas se cumplen a cabalidad y dentro de los plazos propuestos?					
<b>Efectividad laboral</b>					
<b>Logro de objetivos</b>					
31. ¿Considera usted que las tareas que desempeña contribuyen con el logro de los objetivos organizacionales?					
<b>Aptitudes personales</b>					
32. ¿Cree usted que sus competencias personales aportan a lograr un trabajo más eficiente y eficaz?					
<b>Productividad</b>					
33. ¿Considera usted que las actividades que realiza permiten mantener la productividad de su área?					
<b>Competencias personales</b>					
34. ¿Cree usted que el puesto asignado se encuentra acorde a sus competencias personales?					
35. ¿Siente usted que toman en cuenta sus iniciativas y propuestas para mejorar el desarrollo del trabajo?					

## 4. VALIDEZ DEL INSTRUMENTO



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: ENDOMARKETING

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: DESARROLLO LABORAL</b>								
1	¿Usted Considera que la empresa brinda la capacitación adecuada para su puesto de trabajo?	Si		Si		Si		
2	¿Usted es evaluado después de cada capacitación?	Si		Si		Si		
3	¿Considera usted que la empresa contribuye en el desarrollo de sus competencias laborales?	Si		Si		Si		
4	¿Considera usted que sus competencias profesionales le permiten cumplir con las tareas asignadas?	Si		Si		Si		
5	¿Existe evaluación continua del desarrollo de sus funciones?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSIÓN 2: MOTIVACIÓN</b>								
6	¿Considera Ud. que tiene la facultad de tomar decisiones dentro de sus funciones?	Si		Si		Si		
7	¿Usted Considera que tiene libertad para autogestionar su tiempo?	Si		Si		Si		
8	¿Existe incentivos salariales que lo motivan a cumplir con el desarrollo de sus actividades encomendadas?	Si		Si		Si		
9	¿Ud. Cree que los incentivos salariales, por su buen desempeño son justos?	Si		Si		Si		
10	¿Considera que la empresa le debe proporcionar días libres por el cumplimiento de metas?	Si		Si		Si		
11	¿La remuneración que percibes está acorde al trabajo que realiza?	Si		Si		Si		
12	¿Usted, ha recibido felicitaciones y elogios de sus superiores por su trabajo bien hecho?	Si		Si		Si		
13	¿Existe oportunidades de ascenso en la empresa?	Si		Si		Si		
14	¿Considera usted que los ascensos van de acuerdo con su capacitación y nivel profesional?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSIÓN 3: COMUNICACION INTERNA</b>								
15	¿Las relaciones entre el personal de la empresa es cordial, amable y amigable?	Si		Si		Si		
16	¿Percibes compañerismo en la empresa?	Si		Si		Si		
17	¿La información impartida por parte de la gerencia es clara, aprovechable y permite lograr los objetivos?	Si		Si		Si		
18	¿Su jefe utiliza los medios adecuados para hacer llegar la información y esta sea entendible?	Si		Si		Si		
19	¿Conoce usted sus funciones claramente?	Si		Si		Si		
20	¿Existe una estrecha comunicación entre jefe y subordinado?	Si		Si		Si		
21	¿Cuándo trabajan en equipo siente que todos se esfuerzan de la misma manera?	Si		Si		Si		
22	¿Estás dispuesto de brindar el soporte necesario, si te lo piden?	Si		Si		Si		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Ramos Farroñan Emma Verónica DNI: 40545530

Especialidad del validador: Lic. Administración

Dra. En Ciencias de la Educación

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para medir el constructo o el rasgo que se quiere medir, es decir, su pertinencia es alta.

<sup>3</sup>Claridad: Se refiere al nivel de dificultad al leer el enunciado del ítem, es decir, exacto y directo.

Nota: Subrayar, o delimitar con una línea, los ítems puntuados con "suficiente" para evitar la deriva.

Lima, 13 de enero del 2022.

Dra. Emma Verónica Ramos Farroñan  
 JUEZ - EXPERTO

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: ENDOMARKETING**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1: DESARROLLO LABORAL</b>								
1	¿Usted Considera que la empresa brinda la capacitación adecuada para su puesto de trabajo?	Si		Si		Si		
2	¿Usted es evaluado después de cada capacitación?	Si		Si		Si		
3	¿Considera usted que la empresa contribuye en el desarrollo de sus competencias laborales?	Si		Si		Si		
4	¿Considera usted que sus competencias profesionales le permiten cumplir con las tareas asignadas?	Si		Si		Si		
5	¿Existe evaluación continua del desarrollo de sus funciones?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSION 2: MOTIVACIÓN</b>								
6	¿Considera Ud. que tiene la facultad de tomar decisiones dentro de sus funciones?	Si		Si		Si		
7	¿Usted Considera que tiene libertad para autogestionar su tiempo?	Si		Si		Si		
8	¿Existe incentivos salariales que lo motiven a cumplir con el desarrollo de sus actividades encomendadas?	Si		Si		Si		
9	¿Ud. Cree que los incentivos salariales, por su buen desempeño son justos?	Si		Si		Si		
10	¿Considera que la empresa le debe proporcionar días libre por el cumplimiento de metas?	Si		Si		Si		
11	¿La remuneración que percibes está acorde al trabajo que realiza?	Si		Si		Si		
12	¿Usted, ha recibido felicitaciones y elogios de sus superiores por su trabajo bien hecho?	Si		Si		Si		
13	¿Existe oportunidades de ascenso en la empresa?	Si		Si		Si		
14	¿Considera usted que los ascensos van de acuerdo con su capacitación y nivel profesional?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSION 3: COMUNICACIÓN INTERNA</b>								
15	¿Las relaciones entre el personal de la empresa es cordial, amable y amigable?	Si		Si		Si		
16	¿Percibes compañerismo en la empresa?	Si		Si		Si		
17	¿La información impartida por parte de la gerencia es clara, aprovechable y permite lograr los objetivos?	Si		Si		Si		
18	¿Su jefe utiliza los medios adecuados para hacer llegar la información y esta sea entendible?	Si		Si		Si		
19	¿Conoce usted sus funciones claramente?	Si		Si		Si		
20	¿Existe una estrecha comunicación entre jefe y subordinado?	Si		Si		Si		
21	¿Cuándo trabajan en equipo sienten que todos se esfuerzan de la misma manera?	Si		Si		Si		
22	¿Estás dispuesto de brindar el soporte necesario, si te lo piden?	Si		Si		Si		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Heredia Llatas Flor Delicia

DNI: 41365424

Especialidad del validador: Lic. Administración  
Dra. Gestión Pública y Gobernabilidad

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 13 de enero del 2022



Firma del Experto



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: ENDOMARKETING**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
<b>DIMENSION 1: DESARROLLO LABORAL</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
1	¿Usted Considera que la empresa brinda la capacitación adecuada para su puesto de trabajo?	Si		Si		Si		
2	¿Usted es evaluado después de cada capacitación?	Si		Si		Si		
3	¿Considera usted que la empresa contribuye en el desarrollo de sus competencias laborales?	Si		Si		Si		
4	¿Considera usted que sus competencias profesionales le permiten cumplir con las tareas asignadas?	Si		Si		Si		
5	¿Existe evaluación continua del desarrollo de sus funciones?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSION 2: MOTIVACIÓN</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
6	¿Considera Ud. que tiene la facultad de tomar decisiones dentro de sus funciones?	Si		Si		Si		
7	¿Usted Considera que tiene libertad para autogestionar su tiempo?	Si		Si		Si		
8	¿Existe incentivos salariales que lo motiven a cumplir con el desarrollo de sus actividades encomendadas?	Si		Si		Si		
9	¿Ud. Cree que los incentivos salariales, por su buen desempeño son justos?	Si		Si		Si		
10	¿Considera que la empresa le debe proporcionar días libre por el cumplimiento de metas?	Si		Si		Si		
11	¿La remuneración que percibes está acorde al trabajo que realiza?	Si		Si		Si		
12	¿Usted, ha recibido felicitaciones y elogios de sus superiores por su trabajo bien hecho?	Si		Si		Si		
13	¿Existe oportunidades de ascenso en la empresa?	Si		Si		Si		
14	¿Considera usted que los ascensos van de acuerdo con su capacitación y nivel profesional?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSION 3: COMUNICACION INTERNA</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
15	¿Las relaciones entre el personal de la empresa es cordial, amable y amigable?	Si		Si		Si		
16	¿Percibes compañerismo en la empresa?	Si		Si		Si		
17	¿La información impartida por parte de la gerencia es clara, aprovechable y permite lograr los objetivos?	Si		Si		Si		
18	¿Su jefe utiliza los medios adecuados para hacer llegar la información y esta sea entendible?	Si		Si		Si		
19	¿Conoce usted sus funciones claramente?	Si		Si		Si		
20	¿Existe una estrecha comunicación entre jefe y subordinado?	Si		Si		Si		
21	¿Cuándo trabajan en equipo siente que todos se esfuerzan de la misma manera?	Si		Si		Si		
22	¿Estás dispuesto de brindar el soporte necesario, si te lo piden?	Si		Si		Si		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Villanueva Villacorta Jorge Robinson

DNI: 40226875

Especialidad del validador: Lic. Administración

MBA – Administración de Negocios

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 13 de enero del 2022.



-----  
Firma del Experto

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: RENDIMIENTO LABORAL**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: CALIDAD DE VIDA LABORAL</b>								
1	¿Siente usted que las funciones asignadas lo motivan a mostrar disposición permanente a nuevos retos?	Si		Si		Si		
2	¿Cree Usted que sus conocimientos y habilidades le permiten cumplir con las responsabilidades asignadas en la empresa?	Si		Si		Si		
3	¿Cree usted que la responsabilidad es un valor esencial para lograr los objetivos encomendados?	Si		Si		Si		
4	¿Se siente satisfecho con el ambiente de trabajo y el salario que percibe?	Si		Si		Si		
5	¿Se siente satisfecho con el puesto de trabajo y las tareas asignadas dentro de la empresa?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSIÓN 2: TRABAJO EN EQUIPO</b>								
6	¿Participa activamente en el logro de las metas de la empresa?	Si		Si		Si		
7	¿Considera usted que el trabajo en equipo dentro de su área siempre fluye de forma cohesionada?	Si		Si		Si		
8	¿Considera usted que las tareas asignadas se cumplen a cabalidad y dentro de los plazos propuestos?	Si		Si		Si		
<b>DIMENSIÓN 3: EFECTIVIDAD LABORAL</b>								
9	¿Considera usted que las tareas que desempeña contribuyen con el logro de los objetivos organizacionales?	Si		Si		Si		
10	¿Cree usted que sus competencias personales aportan a lograr un trabajo más eficiente y eficaz?	Si		Si		Si		
11	¿Considera usted que las actividades que realiza permiten mantener la productividad de su área?	Si		Si		Si		
12	¿Cree usted que el puesto asignado se encuentra acorde a sus competencias personales?	Si		Si		Si		
13	¿Siente usted que toman en cuenta sus iniciativas y propuestas para mejorar el desarrollo del trabajo?	Si		Si		Si		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [ X]   Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Villanueva Villacorta Jorge Robinson

DNI: 40226875

Especialidad del validador: Lic. Administración

**MBA – Administración de Negocios**

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 13 de enero del 2022.



\_\_\_\_\_  
Firma del Experto

## 5. CONFIABILIDAD

### Rangos de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Tomado de Ruiz Bolívar (2002)

#### a) Endomarketing

Resumen de procedimiento de casos

		N	%
Casos	Valido	38	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	38	100,0

Fuente: Elaboración propia en SPSS

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
0,915	22

Fuente: Elaboración propia en SPSS

**Síntesis:** El resultado se determina como confiabilidad Muy alta de 0,915, según la escala de medición de Ruiz (2002). Por tal motivo se precisa que podemos tomarlo como base para realizar la investigación.

#### b) Rendimiento Laboral

Resumen de procedimiento de casos

		N	%
Casos	Valido	38	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	38	100,0

Fuente: Elaboración propia en SPSS

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
0,944	13

Fuente: Elaboración propia en SPSS

**Síntesis:** El resultado se determina como confiabilidad Muy alta de 0,944, según la escala de medición de Ruiz (2002). Por tal motivo se precisa que podemos tomarlo como base para realizar la investigación.

### c) Endomarketing y Rendimiento Laboral

Resumen de procedimiento de casos

		N	%
Casos	Valido	38	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	38	100,0

Fuente: Elaboración propia en SPSS

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
0,960	35

Fuente: Elaboración propia en SPSS

**Síntesis:** El resultado de confiabilidad de las variables 1 y 2 muestra que, los instrumentos son confiables, debido a que, como respuesta se obtuvo un coeficiente de 0.960 y esto afirma una confiabilidad Muy alta según la escala de medición de Ruiz (2002).

## 6. PRUEBA DE NORMALIDAD

*Hipótesis estadística*

Hipótesis nula Valor  $p > 0.05$  Los datos siguen una distribución normal.

Hipótesis alterna Valor  $p \leq 0.05$  Los datos no siguen una distribución

De acuerdo a la regla de decisión para afirmar si los datos tienen una distribución Normal, su valor  $p$  o nivel de significancia debe ser mayor a 0,05. En caso que el valor  $p$  o nivel de significancia sea menor o igual a 0,05 los datos tendrán una distribución No normal.

### Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Endomarketing	38	100,0%	0	0,0%	38	100,0%
Rendimiento laboral	38	100,0%	0	0,0%	38	100,0%

### Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Endomarketing	,436	38	,001	,656	38	,000
Rendimiento laboral	,316	38	,000	,783	38	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Nota:** Debido a que el total de encuestados es menor a 50, se tomó en cuenta los valores resultantes de la prueba Shapiro-Wilk, basándonos en los resultados de la tabla se obtuvo un valor Sig. 0,000 y este es menor a 0,05. Por lo tanto, los datos no siguen una distribución normal, por ello se utilizará el estadígrafo de Rho Spearman para la prueba de hipótesis.

### Escala coeficiente de correlación

VALOR	SIGNIFICADO
1	Correlación positiva grande y perfecta
0,90 a 0,99	Correlación positiva muy alta
0,70 a 0,89	Correlación positiva alta
0,40 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,20 a 0,39	Correlación positiva baja
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0	Correlación nula
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
-0,20 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,40 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,70 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,90 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-1	Correlación negativa grande y perfecta

Tabla elaborada a partir de R. Hernández, C. Fernández & P. Baptista, (2014)

## 7. AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

"DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES"  
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Comas, 25 de septiembre del 2021

SEÑOR

Alexander Cruz García  
Representante Legal  
Distribuidora e Importadora INTERVEGA S.A.C  
Jirón. Federico Barreto Bustos 172, Comas 15312

Asunto: Solicitamos autorización para realizar Investigación.

Tenemos a bien dirigirnos a Ud., para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo deseárselo éxitos en la gestión de la empresa a la cual usted representa.

Luego para comunicarle que la Escuela de Pregrado de la Universidad Cesar Vallejo, filial Lima-norte tiene el programa de Licenciatura, en mención Administración, en la cual estamos cursando para obtener el Grado Académico de Licenciado.

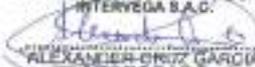
Para obtener el Grado Académico correspondiente, los estudiantes deben elaborar, presentar, sustentar y aprobar un Trabajo de Investigación Científica (TESIS).

Por tal motivo, solicitamos a usted autorice y brinde la información necesaria de la empresa la cual dirige, para el desarrollo de nuestra investigación, recalcando que dicha información será usada netamente con fines académicos.

Agradecemos su gratitud por sus valiosas consideraciones.

  
\_\_\_\_\_  
Yesenia Huayana Evangelista  
Huayana\_95@hotmail.com  
953211856

  
\_\_\_\_\_  
Neiser Mego Llanos  
Ney.28m@gmail.com  
990627855

DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA  
INTERVEGA S.A.C.  
  
ALEXANDER CRUZ GARCIA  
APODERADO  
Autorgado