

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN
ORGANIZACIONAL

Tesis

**Endomarketing y el desempeño laboral de los
trabajadores de la empresa Ingeniería &
Arquitectura Yauricocha, 2022**

Vanessa Gabriela Bazan Lopez
Luz Gabriela Hurtado Onofre
Jaqueline Lisset Valenzuela Oscate

Para optar el Grado Académico de
Maestro en Recursos Humanos y Gestión Organizacional

Huancayo, 2023

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

ENDOMARKETING Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA INGENIERÍA & ARQUITECTURA YAURICOCHA, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Peruana Cayetano Heredia Trabajo del estudiante	2%
3	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	2%
4	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%
8	Submitted to Universidad Autonoma del Peru	

Trabajo del estudiante

1 %

9

repositorio.usanpedro.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

10

Submitted to Natonal Institute of Technology
Calicut

Trabajo del estudiante

<1 %

11

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

12

Submitted to Universidad Andina Nestor
Caceres Velasquez

Trabajo del estudiante

<1 %

13

repositorio.unesum.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

14

repositorio.ulasamericas.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

15

repositorio.ulima.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

16

repositorio.uigv.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

17

www.repositorio.unu.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

18

repositorio.uta.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

19

Osorio Rosas Berenice. "Tecnología educativa dentro del proceso educativo de CONAFE", TESIUNAM, 2011

Publicación

<1 %

20

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 40 words

Excluir bibliografía

Apagado

Asesor

Dr. Pedro Gurmendi Párraga

Agradecimiento

A Dios por permitirnos tener y disfrutar a nuestras familias, que nos apoyaron en cada decisión que tomamos, gracias a la vida porque cada día nos demuestra lo hermosa que es y lo justa que puede llegar a ser: gracias. A la Universidad Continental por permitirnos cumplir con excelencia el desarrollo de esta tesis. Al Dr. Pedro Gurmendi que con sus consejos y aportes ha contribuido con la culminación exitosa de esta tesis.

Las autoras.

Dedicatoria

A nuestras familias por haber sido nuestro apoyo a lo largo de toda la maestría y a lo largo de nuestras vidas. A todas las personas especiales que nos acompañaron en esta etapa, aportando a nuestra formación tanto profesional y como ser humano.

Índice

Asesor.....	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Figuras	viii
Introducción	xi
Capítulo I Planteamiento del estudio	12
1.1. Planteamiento y formulación del problema.....	12
1.1.1. Planteamiento del problema.....	12
1.1.2. Formulación del problema.....	14
1.2. Determinación de objetivos	15
1.2.1. Objetivo general.....	15
1.2.2. Objetivos específicos	15
1.3. Justificación e importancia del estudio	16
1.4. Limitaciones de la investigación	16
Capítulo II Marco Teórico.....	17
2.1. Antecedentes de la investigación	17
2.1.1. Antecedentes nacionales	17
2.1.2. Antecedentes internacionales	18
2.1.3. Antecedentes de Revistas	21
2.2. Bases teóricas.....	23
2.2.1. Endomarketing.....	23
2.2.2. Desempeño laboral.....	29
2.3. Definición de términos básicos	36
Capítulo III Hipótesis y variables	38
3.1. Hipótesis	38
3.2. Operacionalización de variables.....	39
3.2.1. Matriz de operacionalización de variables	41
.....	41
Capítulo IV	43
Metodología del estudio	43
4.1.1. Método.	43

4.1.2. Tipo y alcance.....	43
4.2. Diseño de la investigación	43
4.3. Población y muestra	44
4.3.1. Población.....	44
4.3.2. Muestra.....	44
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
4.4.1 Técnica.....	46
4.4.2 Instrumentos.....	46
4.5. Técnicas de análisis de datos	48
Capítulo V Tratamiento estadístico	50
5.1. Resultados y análisis.....	50
5.1.1. Prueba de normalidad.	50
5.2. Prueba de hipótesis.....	52
5.2.1. Datos estadística descriptiva.	52
5.2.2. Hipótesis general.....	59
5.2.3. Hipótesis <i>específicas</i>	61
5.2.3.1. Hipótesis específica 1.	61
5.2.3.2. Hipótesis específica 2.	63
5.2.3.3. Hipótesis específica 3.	65
5.2.3.4. Hipótesis específica 4.	67
5.3. <i>Discusión de resultados</i>	70
Conclusiones	75
Recomendaciones	77
Referencias bibliográficas	79
Anexos.....	87
Anexo 1: Matriz de consistencia	87
Anexo 2: Matriz de operacionalización.....	89
Anexo 3: Instrumentos de investigación.....	91
Anexo 4: Validación de instrumentos	94
Anexo 5: Confiabilidad de instrumentos	97
Anexo 6: Fotografías.....	98
.....	98

Índice de Tablas

Tabla 1 Validación de expertos cuestionario de valores personales.	46
Tabla 2 Escala de interpretación de la confiabilidad.	47
Tabla 3	48
Tabla 4 Prueba de normalidad de las variables	51
Tabla 5 Género de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	52
Tabla 6 Edad de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	53
Tabla 7 Grado de Instrucción de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	54
Tabla 8 Lugar de residencia de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	55
Tabla 9 Categoría de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	56
Tabla 10 Nivel de la variable Endomarketing	57
Tabla 11 Nivel de la variable Desempeño laboral	58
Tabla 12. Correlación entre el desarrollo de capacidades y el desempeño laboral	60
Tabla 13. Correlación entre el desarrollo de capacidades y desempeño laboral ..	62
Tabla 14 Correlación entre la contratación y retención con el desempeño laboral	64
Tabla 15 Correlación entre la adecuación al trabajo y el desempeño laboral.....	66
Tabla 16 Correlación entre la comunicación interna y el desempeño laboral	68

Índice de Figuras

Figura 1 Diseño correlacional	44
Figura 2 Género de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	52
Figura 3 Edad de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	53
Figura 4 Grado de Instrucción de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	54
Figura 5 Lugar de residencia de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	55
Figura 6 Categoría de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha	56
Figura 7 Nivel de la variable Endomarketing	57
Figura 8 Nivel de la variable Desempeño laboral	58

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo establecer la relación entre el endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha. Para ello se trabajó una metodología de enfoque cuantitativo de alcance correlacional de corte transversal en una muestra de 60 colaboradores a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento; ambos debidamente validados por juicios de tres expertos, así como una confiabilidad por alfa de Cronbach de 0.962 considerándolo como excelente. Los resultados encontrados evidenciaron que si existe una relación positiva significativa de grado alto ($p < 0.05$) con un coeficiente de Rho Spearman 0.840 lo cual permitió establecer la correspondencia bilateral que existe al compartir ambas variables por lo que su impacto se convierte en positivo. Por último, se concluye que un trabajo enfocado en generar compromiso e involucramiento creará contenido de valor para desarrollar un desempeño laboral óptimo, de tal forma que a mayor endomarketing mayor desempeño laboral.

Palabras claves: Desempeño laboral, endomarketing, motivación y marketing.

Abstract

The objective of this research was to establish the relationship between endomarketing and the work performance of the employees of the company Ingeniería & Arquitectura Yauricocha. For this purpose, a quantitative approach methodology of cross-sectional correlational scope was used in a sample of 60 employees to whom the survey technique and the questionnaire were applied as an instrument; both were duly validated by the judgments of three experts as well as a reliability by Cronbach's alpha of 0.962, considering it as excellent. The results showed that there is a significant positive relationship of high degree ($p < 0.05$) with a Rho Spearman coefficient of 0.840, which allowed establishing the bilateral correspondence that exists when sharing both variables, so their impact becomes positive. Finally, it is concluded that a work focused on generating commitment and involvement created value content to develop optimal job performance, so that the greater the endomarketing, the greater the job performance.

Keywords: work performance, endomarketing, motivation and marketing.

Introducción

En la actualidad muchos negocios atraviesan por problemas para responder con eficiencia y eficacia a las necesidades del mercado, ya que no identifican los comportamientos de los consumidores debido a que dejan de lado las opiniones de los trabajadores, no los toman en cuenta, no los motivan, por ende es necesario establecer estrategias de endomarketing para que mejoren su productividad laboral, de esa manera mantendrán al trabajador alegre, empático y el volumen de sus ventas incrementaran. Ante dicha situación, se propuso la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha, 2022?

La metodología que se utilizó para el análisis de la investigación fue: de tipo básica-correlacional, con corte transversal, no experimental, y para la recopilación de la información se tomó en cuenta la encuesta como técnica y, al cuestionario como instrumento; asimismo la población tomada en cuenta fueron 71 trabajadores, donde la muestra fueron 60 empleados, para obtener este resultado se realizó la fórmula probabilístico, finita; además se consideró el método probabilístico con la finalidad de poder validar el nivel de confiabilidad.

La presente investigación se divide en cinco capítulos: El primer capítulo, aborda el planteamiento y formulación del problema; así mismo se plantearon los objetivos, la justificación donde recalcó la importancia del estudio. En el segundo capítulo se da a conocer los antecedentes y las bases teóricas de ambas variables. En capítulo 3, se establecieron la hipótesis, las variables de estudio y la matriz de operacionalización. En el penúltimo capítulo, se desarrolló la metodología de estudio, donde se determinó el tipo, enfoque, nivel, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos de la investigación. En el último capítulo, se exponen los resultados, la discusión y las conclusiones del trabajo de investigación.

Capítulo I

Planteamiento del estudio

1.1. Planteamiento y formulación del problema

1.1.1. Planteamiento del problema

Últimamente, al hablar trabajadores para la gran mayoría de empresa solo se enfoca en la parte económica, no reconocen la labor que cada uno realiza; es por ello que el endomarketing es una estrategia que debe ser utilizada por los establecimientos para que la relación cambie, los empleados reconocidos y desarrollen sus labores con precisión, de la misma manera la compañía logrará optimizar la productividad laboral, mejorará sus ventas e ingresos; en pocas palabras ambos se benefician.

En ese sentido, Grijalva et al. (2019) mencionaron que el desempeño laboral pone en evidencia el actuar de los colaboradores que ayudan al alcance de metas al desarrollar sus labores. De esta manera, el desempeño arduo en el centro de labores implica distintos componentes los cuales analizados desde las múltiples disciplinas destaca la relación entre la acción que ejecutan los empleados y la recompensa que reciben. Incluyendo el salario y salario base además del alcanzar objetivos o planes trazados. Surge de importancia la capacidad de discernir sobre la motivación que adquieren de la empresa tiene que estar a la par con lo que ofrecen día a día durante la jornada de trabajo (Riera et al., 2020).

También, Medina (2017) mencionó que, a nivel nacional, de todas las organizaciones peruanas, tan solo el 30% de estas llegan a invertir en capacitaciones para los colaboradores después de haber medido su desempeño; sin embargo, pasan por desapercibido que en realidad ello se trata de una inversión ya que los colaboradores potencializarán sus habilidades obteniendo mejores resultados, esta ofrecerá múltiples herramientas a los trabajadores.



INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

Razón Social: E.E. Ingeniería & Arquitectura JI De Gd S.R.L.

Ruc: 20541554093

Dirección: Jr. Parra Del Riego 466 Of. 204 El Tambo – Huancayo

Giro: Servicios De Ingeniería, Estudio, Asesoría, Ejecución, Reparación, Mantenimiento De Obras Civiles, Mecánica, Eléctrica Y Electrónica.

Teléfono: 064-247173

Móvil: Rpm: 964-005811 - 981594310 - 922039348

E-Mail: JIdeguevara_1@Hotmail.Com -L.Barrionuevo@Ingyarq.Net

La empresa Ingeniería & Arquitectura fue creada el 21 de mayo del 2011, realiza trabajos servicio de ingeniería, estudio, asesoría, ejecución y preparación de obras civiles, mecánicas, eléctricas y electromecánicas.

Esta compañía natural de Huancayo inicia sus operaciones son dirección directoral 012-2013-MEM/DGM en el 2013 con la intención de ser líder en el Centro del país en desarrollo de proyectos civiles, mecánicos y eléctricos quienes por medio de la innovación y un óptimo aseguramiento de la calidad y seguridad entregaran a sus clientes la satisfacción de cumplir con las metas para su posicionamiento.

Como principales clientes se tiene a Sociedad Minera Corona SA, empresa minera Los Quenuales, Trevali, Austria Duvaz.

En sociedad corona minera se viene trabajando desde el año 2011 hasta la actualidad, realizando obras civiles, mecánicas, eléctricas en interior mina como superficie, para ello cuenta con personal operativo y personal de supervisión haciendo un total dentro de la unidad minera se cuenta con 71 trabajadores, este número varía de acuerdo a los trabajos.

Uno de los principios fundamentales de la empresa Ingeniera & Arquitectura, es desarrollar a través de su organización un Sistema de Gestión Integrado, basado en las Normas ISO 9001, OSHAS 18001 e ISO 14001, orientado en la mejora continua de los procesos, permitiéndole alcanzar la excelencia en los trabajos en que participa.

Después de lo revisado vemos que en la empresa Ingeniería & Arquitectura se pudo evidenciar un deficiente desempeño laboral, en vista que el personal se aleja de la motivación y el compromiso con el desarrollo de las actividades ya que presentan los siguientes síntomas como son: la baja productividad, personal desmotivado, falta de compromiso de parte del personal y el clima laboral deficiente y el estrés laboral lo que originó una falta de políticas de endomarketing, también una falta de cultura organizacional y a la vez una falta de conocimiento de la gerencia en la importancia de la aplicación del endomarketing y como búsqueda de una mejora se conoció el comportamiento del endomarketing y el desempeño laboral de la empresa Ingeniería y Arquitectura.

1.1.2. Formulación del problema

A. Problema general

¿Cuál es la relación existe entre el endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha, 2022?

B. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es la relación existe entre el desarrollo de capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022?

- b) ¿Cuál es la relación que existe entre la contratación y retención, y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022?
- c) ¿Cuál es la relación que existe entre la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022?
- d) ¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022?

1.2. Determinación de objetivos

1.2.1. Objetivo general

Establecer la relación del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.

1.2.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la relación del desarrollo de capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.
- b) Demostrar la relación de la contratación y retención, y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.
- c) Determinar la relación de la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.
- d) Establecer la relación de la comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.

1.3. Justificación e importancia del estudio

El estudio tuvo **justificación teórica**, porque se parte de los conocimientos ya existentes, se buscó desarrollar dicha información, y aportar nuevos conocimientos que sirvan de base para futuras investigaciones sobre el endomarketing y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.

Por otro lado, el estudio tiene **justificación práctica**, ya que, que desarrolló sensibilizar a la Alta Gerencia sobre la importancia de mejorar del desempeño laboral de los colaboradores mediante la utilización del endomarketing.

Además, el estudio presentó **justificación metodológica**, puesto que los instrumentos a utilizar para la medición de las variables poseen adecuadas propiedades psicométricas de validez y confiabilidad, que permitieron denotar el aporte necesario para la obtención de los datos, por lo que se convirtió en un precedente para posteriores investigaciones.

1.4. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones principales fueron: que por los eventos ocurridos en pandemia no se logró ingresar a la empresa por lo que el acceso estuvo restringido por la constante inestabilidad en el sistema sanitario, por otro lado el pago del SCTR fue un gran obstáculo convirtiéndose en un obstáculo.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

Albuquerque (2022) en la tesis “endomarketing en el desempeño laboral en un centro de educación técnico-productiva particular”, en la Universidad Cesar Vallejo con la intención de ser maestra refiere:

“La tarea propuesta de identificar la incidencia del endomarketing en el desempeño laboral en una muestra de 35 docentes. El artículo siguió un enfoque cuantitativo de diseño no experimental de alcance correlacional causal por lo que arribó a la conclusión que el endomarketing se relaciona impactando en un 5.1% en el desempeño laboral por lo que motivaría a reformular el trabajo de enganchar en los trabajadores la idea de lealtad hacia la empresa.”(p.7)

Coronado (2021) ejecutó un estudio denominado “influencia del endomarketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la clínica la luz” en la Universidad Privada de Tacna hace mención que:

“La meta trazada fue identificar la incidencia del endomarketing en el desempeño laboral en una muestra de 40 colaboradores; por lo que generó desarrollar una metodología de enfoque cuantitativo de alcance explicativo y de diseño no experimental, generando concluir que endomarketing influye en el desempeño laboral de manera negativa puesto que se observó que la empresa demuestra poco interés del cliente interno a tal punto que ellos desconocen del baluarte de la compañía por lo que ello repercute en toda el desenvolvimiento de la gestión de personas.” (p.9)

Colunge (2021) desarrolló una pesquisa con el indicativo de “identificar la relación entre el endomarketing y el desempeño laboral en una muestra de 45 colaboradores de la empresa Makita Perú, en la Universidad Autónoma de Lima cuya meta es obtener el título profesional mencionando que :

“Se optó por una metodología de enfoque numérico que busca la correspondencia de ambas variables, por lo que se arribó a la conclusión de que el endomarketing influye de manera significativa de tipo positivo en el desempeño laboral en un 0.929” (p.8)

Mestanza y Panduro (2021) consumaron el estudio “el endomarketing y la productividad laboral en una empresa panificadores”, en la Universidad Privada del Norte con el propósito de obtener el título profesional.

“La meta fue determinar la relación entre el endomarketing y la productividad laboral en una muestra de 38 colaboradores de la compañía panificadora. En efecto, el tratamiento fue de alcance correlacional de enfoque cuantitativo y corte transversal por lo que permitió encontrar un impacto bajo del 32.4% del endomarketing en la producción laboral.” (p.7)

Monsefu (2019) ejecutó un estudio denominado “el endomarketing y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa fusión mediterránea de Villa El Salvador”, en la Universidad Autónoma de Lima anuncia que:

“El objetivo del estudio fue determinar la relación entre el endomarketing y el desempeño laboral en una muestra de 31 colaboradores de la empresa fusión mediterránea, por lo que para tal fin se desarrolló un procedimiento numérico de alcance descriptivo correlacional, ello permitió arribar que existe relación significativa de intensidad moderada ($Rho=0,603$) entre el endomarketing en el desempeño laboral; en ese sentido si la empresa mejoraría su propuesta de marketing interno desempeño de los colaboradores sería de manera eficiente.”(p.9)

2.1.2. Antecedentes internacionales

Aunado a ello, en la esfera internacional se encontró los siguientes estudios las cuales serán consideradas para la potencialización de la investigación; tal es el caso de Contreras (2022) desarrolló una pesquisa titulada “el endomarketing para la resiliencia: análisis de una transnacional de la industria

electrónica”, en la Universidad de Guadalajara con la intención de sacar su doctorado encontrando lo siguiente:

“El tarea estuvo en conocer el impacto del endomarketing en el desempeño financiero de la empresa trasnacional de la industria electrónica en una muestra de 827 colaboradores por lo que se trabajó bajo una metodología de enfoque cuantitativo de diseño no experimental y de alcance explicativo; ello permitió arribar un impacto significativo en el fenómeno de estudio por lo que generaría competitividad en la compañía por lo que la forma en que los gerentes gestionan los incentivos permiten atraer y desarrollar el talento de los trabajadores.”(p.9)

Rovira (2020) obró un estudio denominado “Endomarketing y su influencia en el comportamiento organizacional de los colaboradores del área de ventas de Sumesa, en la Universidad Laica Vicente Roca fuerte para la obtención del título profesional la cual hallo que:

“El vínculo estuvo en describir la influencia del endomarketing en el comportamiento de los colaboradores del área de ventas en una muestra de 37 colaboradores por lo que se trabajó bajo una metodología de tipo mixta de diseño no experimental y de nivel explicativo, lo cual permitió arribar los siguientes hallazgos aunque la ventas se alineen a las normativas se evidencia carencias de comunicación entre jefes y colaboradores la cual afecta y pone de manifiesto el distanciamiento, por otro lado se encontró que el 89% se encuentran motivado denotando que el 91% sostienen que el trabajo ha contribuido positivamente, ello responde al fortalecimiento de las relaciones mediante el involucramiento de los colaboradores con la construcción de la cultura.”(p.7)

Paz et al. (2020) comunicó el artículo científico titulado “Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral en colaboradores de una asociación educativa”, publicado en la Revista Apuntes Universitarios 10(4),

108-124, ISSN: 2304-0335 con el designio de encontrar el punto de impacto entre las variables, encontró que:

“Entre el endomarketing, el compromiso organizacional y la satisfacción laboral, por lo que se planteó como conclusión que las buenas prácticas de endomarketing tanto el compromiso como la satisfacción de los docentes será elevado generando un impacto del 87% y 96% respectivamente.”(p.2)

Galvis y Marín (2020) desarrolló una investigación denominada “Influencia de los programas de endomarketing en la retención de talentos de la generación Millenial en MYPES”, en la universidad Privada de Medellín con el designio de obtener el grado de maestra:

“El objetivo a desarrollar fue describir el impacto que tienen las actividades de endomarketing para aplazar la fuga de tanto en 22 sujetos. Para tal caso se trabajó bajo una metodología de enfoque cualitativo y de alcance explicativo por lo que permitió encontrar que la empresa no solo debería de enfocarse en las necesidades de abastecimiento de productos sino en el servicio de atención a los trabajadores quienes puesto que ellos son la fuerza que impulsa a poder alcanzar el éxito de una organización.”(p.10)

Valderrabano y Arellano (2019) ejecutaron una investigación de nombre “Las acciones de marketing interno y el compromiso organizacional en hoteles de cuatro y cinco estrellas” planteo lo siguiente:

“El objetivo fue determinar la relación entre el marketing interno y el compromiso organizacional en una muestra de 157 sujetos. Para tal caso se trabajó bajo una metodología de enfoque cuantitativo de alcance correlacional y tipo no experimental por lo que mediante la aplicación de los instrumentos alcanzó a identificar que un resultado positivo directo ($r=0,92$) lo cual hace pensar que, si el marketing interno se logra posicionar y aumenta, el nivel del compromiso organizacional se elevaría puesto que respondería a la recompensa bilateral en ambas variables.”(p.8)

2.1.3. Antecedentes de Revistas

Ramos et al. (2021) ejecutaron un estudio cuya tarea científica fue: “Establecer la incidencia de la aplicación del endomarketing en el compromiso organizacional en una muestra de 21 colaboradores. Para ello se estableció trabajar un enfoque cuantitativo de tipo aplicado puesto que se pretendía medir la causa y efecto de ambas variables. Por tal razón, el diseño pre experimental fue considerado el óptimo permitiendo encontrar que si existe influencia significativa ($\text{sig}=0.000 < 0.05$). Ello demuestra que involucrar a los colaboradores en los retos de la compañía favorecen el compromiso de la misma.” (p.8)

Ruiz et al. (2021) se enfocó en:

“Conocer la incidencia de la estrategia para el desempeño del marketing encontrando algunas barreras propias de su práctica por lo que resulta ir planeando las formas de posicionamiento que logren encuentros positivos para su desempeño, empero el conocer del entorno para una mayor efectividad seguido del marketing con la intención de buscar la correspondencia entre ambas variables.”(P.6)

Castañeda (2019) reflexiono sobre el comportamiento de ambas variables por lo que:

“Se enfocó en explorar el desarrollo de la variable endomarketing así como el de la variable aprendizaje organizacional por medio de una metodología de revisión de la literatura por lo que se concluye la necesidad de ir marcando un lineamiento en la construcción del recurso humano lo cual permite comprender el motor de competitividad, crecimiento y permanencia en la organización.”(p.5)

Peixeira et al. (2018) determinó el impacto de las prácticas de marketing interno en la satisfacción de los clientes internos para ello:

“Se aplicó una muestra de 138 gerentes de cuatro hoteles a quienes por medio de la aplicación de la encuesta se trabajó una metodología

cuantitativa. Se encontró que la gerencia debería de preocuparse por la potencialización de las habilidades de su talento de tal manera que los tanto los colaboradores y la institución pueda alcanzar altos estándares.”(p.5)

Dos Santos y Concalves (2018) impulsaron un estudio con la intención de conocer el desarrollo de la cultura organizacional y el marketing interno en la compañía:

“Para ello, se desarrolló en una muestra de 635 empleados encontrando que ambas variables contribuyen a poder explicar la percepción de colaboración mutua en la compañía, en efecto se podría verificar que la gestión de cultura y apoyo en las redes de comunicación facilitarían el desarrollo potencializar al colaborador.” (p.5)

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Endomarketing.

A) Definición.

La existencia del endomarketing se ha ido popularizando con el auge del valor del personal en la empresa, con ello según Álvaro (2021) sostiene que el endomarketing es vista como una estrategia dirigida para que el personal se motive a un rendimiento óptimo y con ello tanto la compañía como ellos pueda ir desarrollando un antes y después lo cual acompañaría en el éxito de la organización. Por lo que radica de importancia el acceso de plasmar ideas que busquen la retención del personal evitando así fugas del talento.

Por su parte, Sarmiento (2021) profundiza a desarrollar en el colaborador un consumo acérrimo de tal manera que un consumidor debe de desarrollar elementos para la fidelización en tal sentido sea un generador de la marca.

En ese sentido, su importancia radica a incentivar a los participantes del equipo a potencializar el desempeño laboral en una era de ajustes e ir adaptándose se busca que toda la compañía se encuentre alineada a los acontecimientos otorgados.

Otros autores tales como Torres (2022) refieren el endomarketing o marketing interno a la formula perfecta para solucionar problemas dentro de la organización que provoca el involucramiento, compromiso e implicancia en todo aquello que guarda relación con los agentes creadores de valor. Aunado a ello, Escarcena y Quispe

(2022) comentan al respecto que el endomarketing es la columna de la compañía puesto que genera la integración de las áreas en las que se generan diversas estrategias.

B) Modelos teóricos de endomarketing

Si bien es cierto el término endomarketing es poco estudiado, ello no desmerita la importancia que guarda para las compañías puesto que podría considerarse pieza fundamental para el engagement de tal forma que encause al logro de los objetivos.

B.1) Modelo Teórico del endomarketing de Berry

En ese orden de ideas, se aglutina el modelo teórico de Berry (1981) la cual busca que el trabajador pueda ser considerado y acepto como parte de los clientes por lo que se espera que pueda generar la competitividad. Para el autor, este modelo cumple la misión que los colaboradores se encuentren felices y fomenten actitudes posicionadas al cliente lo cual denotaría un acceso a mejorar la calidad y satisfacción.

Aunado a ello, Severo et al. (2019) comenta que lo esencial para Berry es mostrarse de acuerdo a su empleado como un cliente quien opta por continuar prestando sus servicios. Este reconocimiento que hace la empresa a sus colaboradores permite mejorar intervención de los colaboradores en las funciones y con ello contagian a sus colegas la cual permiten sostener al equipo mediante una visión clara en la calidad del servicio que ofrecen (Gil, 2018).

Según este modelo, se tiene el propósito de lograr la comprensión de las carencias del equipo y así acrecentar la satisfacción de los mismos, con lo se coopera a la percepción de un buen servicio por parte del cliente, dado que, la percepción de satisfacción conlleva a una mayor disposición a la prestación del servicio, con la búsqueda de la excelencia, aquello desde la perspectiva de organización de ver a los colaboradores como clientes, lo cual debe incidir en un cambio

en las actitudes de ellos, influir en la satisfacción del consumidor y de cierta manera generar alguna ventaja competitiva (Chafloque, 2020).

Para Castañeda (2019) partir de este modelo, se entiende por tanto que el endomarketing tiene su punto de inicio desde la visión humana, la cual se centra con el designio de desarrollar, retener, atraer y motivar a los colaboradores, de manera que se busque satisfacer a los mismo, es por ello que, Berry en su modelo plantea como elementos de esta variable lo siguiente:

- Lucha por los talentos: Aquí se busca identificar aquellos trabajadores que posean un talento y capacidad que contribuya a la organización en sus distintas tareas.
- Ofrecer una visión: Esta en relación a la forma en que visualiza el objetivo de la organización, la cual debe ser sencilla y en el marco de involucrar la emoción, pasión y motivación en los colaboradores por parte de los niveles superiores.
- Formación del personal: Requiere por parte de la organización no solo la explicación de las funciones del colaborador, por el contrario, debe empoderar las actividades por el personal, de tal manera que se perciba la importancia de la misma.
- Trabajo en equipo: Se pretende que colaborador cooperen hacia un mismo fin, en entornos agradables, de óptima comunicación, de la mano del liderazgo, el reconocimiento y buenos resultados.
- Libertad para el trabajo: Implica el crecimiento de autoridad de aquellos colaboradores cercanos a los clientes externos, dando valor a su trabajo y que permita el éxito de los procesos.
- Medida y reconocimiento: Utilizar los mecanismos o estrategias que reconozcan el trabajo del colaborador, por medio de la recompensa y los incentivos, factores esenciales en la motivación.
- Conocimiento de los clientes: Significa el conocimiento definido y claro de los requerimientos de los colaboradores, sobre aquellas que

implican el trabajo o función que realizan y otras que se vinculan con sus expectativas.

Según el modelo Berry citado en Cardona et al. (2017) para el desarrollo de una ventaja competitiva, la comunicación en la organización es fundamental el éxito de la misma, por lo cual es importante considerar los siguientes criterios como el entrenamiento (desarrollo de capacidades) los cuales se ven reflejados en las capacitaciones de inducción y retroalimentación; supone la comprensión (significa el entendimiento estructural de la organización) de las estrategias adoptadas, la mejora de los procesos y la alineación comercial y cultural; por último, la claridad (la seguridad y visión del futuro) sobre el desarrollo y bienestar del colaborador, la innovación, el reconocimiento y la normatividad.

Por lo tanto, en ambientes donde se cuide al cliente interno el impacto sería trascendental de manera positiva tanto para la organización como para el colaborador trayendo consigo beneficios duraderos tales como planes de mejora en términos económicos, académicos, de reconocimiento, entre otros.

B.2) Modelo Teórico del endomarketing de Grönroos

Por otro lado, el modelo teórico de Grönroos (1994) presenta una génesis en los directrices de la calidad que, por parte de las compañías a sus clientes, en ese sentido; este modelo plantea tres engranajes que permiten tejer el constructo del producto que se le ofrece, por lo tanto se habla de calidad técnica, funcional e imagen corporativa.

Este modelo buscaría la satisfacción de los colaboradores orientando su trabajo hacia el mercado, pero para ello, es la compañía quien debería de ir ofreciendo servicios atractivos en los que presenten coherencia con sus necesidades versus el salario y/o rendimiento (Monsalve, 2022)

Bajo esta mirada, la calidad experimentada satisface a la calidad esperada por lo que el cliente está influido por los resultados de la experiencia los mismos que permitirán el engagement.

Es menester, según León y Orihuela (2021) comprender que desde el modelo formulado por Grönroos respecto al endomarketing se proponen tres elementos para la comprensión del trabajador como un potencial cliente, estos elementos son:

- El desarrollo: Este elemento está en relación con las acciones llevadas a cabo por el área pertinente, el cual funciona a modo de sostén de las demás áreas de la organización, a su vez busca contribuir al logro de conocimientos nuevos y que se enfoca en ver a los empleados como activos importantes en los cuales se debe invertir, a través de la ejecución de actividades de capacitación, desarrollo de conocimientos y capacidades, etc.
- Contratación y retención de colaboradores: A este elemento supone la acción de contratar a los profesionales capacitados e idóneos según las condiciones de selección, de modo que puedan integrarse a la organización y recibir el reconocimiento al trabajo realizado.
- adecuación del trabajo: Este último elemento implica el conjunto de actividades que permiten al colaborador percibir un clima organizacional adecuado, lo cual lo motiva a realizar de manera óptima sus tareas y obtener resultados positivos, de allí la importancia de prestar la atención a la motivación como aspecto de este elemento del endomarketing.

C. Procesos.

Toda organización se rigüe a lineamientos que en la mayoría de veces podría ser engorroso sin embargo son estos procesos los que van encaminando a ir logrando los resultados. Tal como lo plantea Alves y Barbosa (2019) quienes precisan la necesidad de ir cambiando la actitud de los colaboradores de manera que se encuentren

satisfechos con el servicio lo cual haría alusión a personal enamorado de su trabajo.

De acuerdo con Chirinos (2021) el endomarketing presenta cuatro etapas:

El primero está en función al análisis del entorno y para ello se utiliza instrumentos de recolección de datos los cuales permiten profundizar el comportamiento y las inclinaciones del personal con la intención de ir generando un perfil de manera sutil

Como segunda etapa, se encuentra el análisis del mercado social interno; ello representa los deseos, ideales, fobias personales y otros factores que parten de la esencia del personal. En esta etapa se considera un análisis mucho más profundo del primero.

En la tercera etapa se describe el proceso de adecuación, la cual demanda de un esfuerzo en el área instructiva que permita ir adaptando al colaborador a las condiciones externas dada su contribución en estructuras verticales u horizontales, así como formales e informales

Para la última etapa denominada control del plan de endomarketing se requiere que el área de gestión humana demande de insumos para el análisis del estado actual anímico de la compañía por lo que usualmente las técnicas están orientadas a los focus group que busquen asociarse a los estudios de climas laborales.

D. Dimensiones.

Para este estudio, el endomarketing contempla cuatro dimensiones:

D.1) Desarrollo de capacidades

Es vinculada con el área de capacitación puesto que se busca la potencialización de campos relacionados a sacar lo mejor del personal, en ese sentido es un proceso educativo orientado a la mejora del talento (Rebaza & Vizconde, 2019).

D.2) Contratación y retención del personal

Según Rebaza y Vizconde (2019) esta dimensión contiene valores relacionados con el proceso de reclutar, así como de mantenerlos en los puestos de trabajos.

D.3) Adecuación del trabajo

Es definida por la adaptación al momento en que los trabajadores logren rotar a diferentes puestos, así como aquellos que se encuentren en el proceso de inducción (Rebaza & Vizconde, 2019).

D.4) Comunicación interna.

Por ultima la esta última dimensión presenta un estilo horizontal de tal manera que se comprenda la libre expresión y que conozcan las metas de la organización; bajo este uso se integran las áreas y se fortalecen los equipos de trabajo (Rebaza & Vizconde, 2019).

2.2.2. Desempeño laboral.

A) Definición.

Las empresas persiguen y logran los objetivos por el trabajo constante de sus colaboradores, sin ellos la compañía no tendría un espacio en el mercado, puesto que el equilibrio de las empresas radica en el intercambio del desempeño laboral y sus funciones. Según Alburquerque (2022), el desempeño laboral es medido por los niveles de su productividad en las que fluctúan elementos como el ambiente, las habilidades blancas y el ambiente laboral. En términos de Chiavenato (2019) ello radica al comportamiento del trabajador y su búsqueda por lograr los objetivos planificados en función a su esfuerzo, y predisposición actitudinal, en ese sentido el autor contempla al trabajador como un ser humano elemento indispensable dentro de la compañía y no como como un simple operador de máquinas.

Aunado a ello, años anteriores Chiavenato et al. (2017) comentan que el valor otorgado del personal nutre al plan estratégico de la organización por lo que forma parte del método para los procesos de evaluación, por tal motivo el proceso de evaluación en el desempeño laboral brinda información acerca de las acciones (Alles, 2018).

A nivel teórico, autores como Choi et al. (2018) explica la necesidad que las empresas reconozcan elementos que puedan fortalecer a la empresa que posean vínculo con el desempeño laboral, tal es el caso de los estudios de Campbell quien hace una profundización de la conducta y sus interacciones relacionadas del trabajador en el puesto de trabajo (Quispe & Córdor, 2021). Aunado a ello, Mayorga (2022) comenta sobre el desempeño laboral a la forma como se cumplen los objetivos en los plazos establecidos.

B) Modelos teóricos de desempeño laboral

B.1.) El Modelo teórico de Herzberg

También conocida como teoría de la motivación e higiene, este planteamiento teórico se argumenta en la formulación de factores esenciales y de consideración en el interior de toda organización, a estos factores se les denominó como factor de motivación y factor de higiene; en tal sentido, cuando se menciona al factor motivación se refiere a lo relacionado con el desenvolvimiento en sí de la actividad laboral que se realice y se diferencia del otro factor en cuanto se trata de aquel estado que genera que el trabajador tenga equilibrio, motivación en el desempeño de una determinada tarea o actividad, es por ello que, a este factor también se le conoce como interno al centro de trabajo y que se vincula con otros factores como el

cumplimiento de objetivos y el reconocimiento del mismo (Madero, 2019).

Por otro lado, Madero (2019) sobre el factor higiene de Herzberg precisa que están relacionados a las condiciones con el entorno y que tiene entre sus características conllevar a los involucrados a experimentar satisfacción o lo contrario, estando presentes o en ausencia, ello porque se trata de factores externos al individuo, los cuales pueden ser la seguridad laboral o la remuneración y que deben configurar para el buen desempeño condiciones mínimas e indispensables.

Este modelo teórico cobra relevancia en el ámbito laboral y del clima organizacional puesto según el propio planteamiento de Herzberg estos factores deben permitir que la organización en primer lugar contribuya a prestar los medios necesarios o condiciones para la adecuada realización del trabajo de los colaboradores, como el ambiente de trabajo, las relaciones entre puestos de mando y trabajadores, las políticas de gobierno y dirección, pero también, involucra esos aspectos relacionados con la percepción y satisfacción del trabajo por parte del trabajador, lo cual implica los reconocimientos, motivación, etc. (Marín & Placencia, 2017).

B.2) El Modelo teórico de Campbell

De acuerdo con Marchant (2012) este modelo tiene el fin de analizar acciones de los sujetos dentro de los grupos de trabajos. Ello sería los predictores dentro de la organización, tal como lo expreso Chambi (2021) citado en Campbell et al. (1993) llegando a un total de ocho elementos como el dominio de tareas concretas, capacidad del individuo, desarrollar habilidades para actividades no concretas, comunicación oral y escrita, disciplina personal, rendimiento en equipo, supervisión y administración que se deben de tomar en cuenta en el funcionamiento de los puestos laborales para que el desempeño laboral denote un impacto significativo. Desde este

modelo teórico, instituye un valor de expectativa para las compañías, valor que es clave para alcanzar los objetivos con el fin de alcanzar ventajas competitivas (Ramirez & Nazar, 2019).

En ese orden de ideas, los colaboradores se ajustan a las necesidades del contexto siempre y cuando se desarrolle un trato vincular con la compañía por lo que se estaría hablando de un apoyo organizacional percibido la cual depende del componente valorativo en función al esfuerzo y contribución de los trabajadores y de las políticas en función a las políticas que evidencian interés por el bienestar del trabajador (Flores & Gomez, 2018).

En consonancia, Luna et al. (2019) manifiestan que el modelo teórico de Campbell orienta su propuesta a la investigación de los comportamientos o actos realizados hacia el cumplimiento de específicas tareas de un puesto laboral, por lo que los resultados pasan a un segundo plano, ello con el objetivo de lograr la identificación y análisis de dichos comportamientos, de modo que se logre determinar el desempeño, en otras palabras, para este autor es importante el estudio de la acción o comportamiento del empleado, el cual debe estar en dirección al logro de los objetivos organizacionales, por ende, los actos que están bajo supervisión del propio sujeto, deben estar acordes a las capacidades utilizadas en actividades específicas, esfuerzos demostrados, la disciplina, entre otros.

De igual forma, este modelo nos propone 3 principios según Klehe y Anderson (2007) citados en Luna et al. (2019), estos principios se relacionan con: el conocimiento declarativo (se constituye como los objetivos planteados por uno mismo respecto a la capacidad, el interés, la educación, experiencia y formación, el requerimiento de la actividad asignada), el conocimiento y destreza de procedimiento (están incluidas las competencias físicas, psicomotoras, el autocontrol, etc), por último, la motivación (involucra el aumento en el nivel de esfuerzo puesto a la actividad debido a un impulso o incentivo).

Asimismo, Bautista et al. (2020) esta teoría surge como necesidad de encontrar una forma de evaluar el constructo desempeño integralmente, dado que, se trata de una variable multidimensional y partiendo de allí identificar los principales componentes, entre los cuales Campbell identificó los siguientes componentes

- Desempeño de la tarea: Este componente comprende aquellas tareas logradas, así como las responsabilidades que un determinado cargo o trabajo supone, en línea con los conocimientos y capacidades que el propio trabajo describe realizar y que deben contribuir al desarrollo directamente o indirectamente de la organización.
- Comportamientos contraproducentes: Este componente corresponde a las acciones deliberadas que ocurren de forma voluntaria y que tienen como propósito el perjuicio de la organización y que sirven a modo de beneficios del colaborador.
- Desempeño contextual: Este componente está relacionado con aquellas conductas individuales y espontáneas que constituyen una superación de la expectativa del cargo otorgado, ello es relevante en el alcance de resultados propuesto por la organización.

C) Importancia.

De acuerdo con Quispe (2020) este aspecto concuerda con siete puntos que la compañía debe de optar, las cuales son las siguientes:

- 1) Ser claro con los requerimientos del departamento al que pertenece el personal.
- 2) Todos los colaboradores conozcan la direccionalidad de la compañía.
- 3) Determinar las oportunidades a las que puede ser beneficiado el nuevo colaborador.

- 4) Posicionar los puestos para cada trabajador.
- 5) Obtener un estado de cada colaborador con la intención de ir decidiendo quienes se ajustan al plan de carrera.
- 6) Aportar a la mejora de la comunicación por medio de la interacción entre el jefe y el subordinado.
- 7) Dada la importancia de la comunicación para el logro de las metas, la interacción entre los involucrados potencializa los diferentes puntos de vista desde sus experiencias.

Por lo tanto, el desempeño laboral radica su importancia puesto que permite clarificar el comportamiento, a ello este elemento según Robbins y Judge (2013) se denominó el ambiente de trabajo caracteriza por la percepción que puede intervenir de cierta manera en el colaborador impactando no solo en su homeostasis sino también su salud mental, se alude dicha responsabilidad al gerente y por ende se precisa que la comunicación interpersonal tiene que ser eficaz, clara y directa.

De manera asociada, Diaz y Chavarry (2022) mencionan que la manera en que se perciba el desempeño, ello estará en favor y relacionado con aquellos factores intrínsecos del colaborador, puesto que, percibir bienestar, óptimo clima laboral contribuirán significativamente en las labores del colaborador y por ende en su desempeño, ello porque ante situaciones de seguridad, tranquilidad y satisfacción el trabajador buscará incrementar su productividad, lo cual consigo como consecuencia traerá favorables resultados para la organización.

De aquí la importancia y es válido señalar que el desempeño del personal corresponde a la autovaloración y de los logros del colaborador, quien, en su actividad diaria, beneficia a la organización y permite su desarrollo profesional, así como la de experimentar niveles altos de satisfacción (Pashanasi, Gárate, & Palomino, 2021).

D) Características de la variable Desempeño laboral

Lo propuesto por Campbell, Achoma (2020) citado en Parra et al. (2018) precisan a este fenómeno como característica inherente a su propia esencia, las cuales están en relación al desarrollo de las actividades, a la propia labor del entorno y de la productividad individual, en cuanto al desarrollo de las actividades se ven reflejados por intermedio del trabajo ejecutado por el colaborador, por lo que se debe ceñir las acciones a las metas, lineamientos, planificación y liderazgo; sobre la propia labor del entorno se sostiene en la conducta dirigida a la realización de las actividades o tareas asignadas, ello con la perseverancia, voluntad y colaboración, finalmente, la productividad individual se caracteriza en el trabajo del colaborador, con el fiel objetivo de lograr los resultados esperados.

Otra característica, está vinculada con las condiciones de la organización y que son necesarias en el desarrollo ideal para las funcionales de cada puesto de trabajo, es decir, la evidencia de un buen desempeño será muestra de la favorable relación en el entorno, que pueden implicar las conductas y las situaciones previstas, el alcance de los objetivos propuestos, etc (Rodríguez & Lechuga, 2019), por tanto, se puede decir a partir de estas ideas que, el desempeño está caracterizada principalmente por el conjunto de comportamientos individuales y colectivos a fin del cumplimiento de los objetivos de la organización.

E) Dimensiones de la variable Desempeño laboral

D.1) Ambiente en el trabajo.

En función a Alburquerque (2022) el ambiente de trabajo es conceptualizada por aquella que influye en el en el sentir anímico de los colaboradores siendo los gerentes responsables de poder ejecutar un ambiente agradable de tal forma que se viva una comunicación directa y abierta.

D.2) Motivación.

En lo que respecta a la motivación, es considerada como un estado emocional que impulsa a las personas a utilizar herramientas que tienen a su alcance para cumplir los objetivos plasmados con antelación, al motivar al colaborador o trabajador se debe tener en cuenta no dejar afuera a la interdependencia y apoyo social lo cual implica también el hecho de establecer relaciones con gente fuera del centro de trabajo (Alburqueque, 2021).

D.3) Comunicación

La comunicación es la conexión entre los involucrados con el fin de expresar, en términos de Alburqueque (2022) es aludida a todos los canales existentes a través los cuales se puede transmitir un mensaje y las maneras de comunicación que se susciten dentro de una organización empresarial, es relevante ya que al establecer metas es necesario comprender las mismas, además que la comunicación influye de forma vertical o lateral y por supuesto recoge sentimientos.

D.3) Equipo de trabajo

Por último, el equipo de trabajo es definido como la congregación de personas en donde cada uno de ellos contribuyen a la empresa desde sus habilidades y conocimientos, con esto se precisa recalcar la importancia de la sinergia empresarial de modo que la suma de los esfuerzos individuales realizados resulte un verdadero impacto (Alburqueque, 2021).

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Eficiencia

Es la idoneidad con la que una persona ejecuta su trabajo de manera impecable, dotándole de confianza y seguridad a su superior inmediato (Gonzales, 2021).

2.3.2. Productividad

Denota la actitud del colaborador con una actuación activa que demanda un factor psicológico y en la que se convierte un ser activo para la compañía vista como un proceso generador de rentabilidad (Ignacio, y otros, 2021).

2.3.3. Marketing

Parte del área administrativa con la alineación para optimizar la comercialización de los productos (Ambrocio, 2021).

2.3.4. Gestión empresarial

Comprende la estrategia de la compañía para ir ejerciendo una organización con calidad en sus productos y/o servicios, así como en los procesos de atención al cliente interno como externo (Diaz & Salazar, 2020).

2.3.5. Liderazgo

Es la cualidad interna considerada como herramienta que permite desarrollar cambios elementales en colaboradores de la compañía (Arias, 2021).

2.3.6. Rentabilidad

Es parte de un indicador que verifica y analiza los logros de la compañía por lo que es capaz de ser medido mediante la capacidad de la compañía para obtener ganancias (De la Cruz & Julca, 2019).

2.3.7. Control

Mendoza et al. (2018) anuncia la importancia de este utensilio por su direccionamiento en cualquier tipo de compañías que buscan lograr cumplir con sus objetivos planteados.

2.3.8. Gestión de Recursos Humanos.

Mayor et al. (2021) refiere que es vista como recursos interconectados en la cual permite potencializar a la persona y su educación, aquí el ceo lo que buscaría es ir armando un grupo de personas fuertes que respondan a las adversidades de acuerdo al desenvolvimiento de cada personal.

2.3.9. Cultura organizacional

Comprende el conglomerado de hábitos que en su conjunto desarrollan un patrón de comportamiento que añade la compañía para obtener un performance reconocible (Rincón & Aldana, 2021).

Capítulo III

Hipótesis y variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022

3.1.2. Hipótesis específicas

a) Existe relación significativa entre la dimensión capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

b) Existe relación significativa entre la dimensión contratación y retención y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

c) Existe relación significativa entre la dimensión adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

d) Existe relación significativa entre la dimensión contratación y retención, y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

3.2. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión
Desempeño laboral	Ambiente en el trabajo
	Motivación
	Comunicación
	Equipo de trabajo
	Desarrollo de capacidades
	Contratación y retención del

3.2.1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Numero de pregunta	Técnicas / instrumentos
Y= Endomarketing)	Según Rebaza y Vizconde (2019), el endomarketing comprende un conjunto de acciones donde se busca motivar a los colaboradores la cual puedan sentirse como clientes la cual crean un valor para la empresa	El endomarketing será medido mediante la aplicación de un cuestionario, que se elaborará teniendo en cuenta las siguientes dimensiones: desarrollo de capacidades, contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo y comunicación interna; con el uso de la escala de medición ordinal.	Y ₁ =Desarrollo de capacidades	Y ₁₁ =Oportunidades, capacitación y conocimiento	1-4	
			Y ₂ =Contratación y retención de los empleados	Y ₂₁ =Calidad en contratos, remuneraciones y pagos extras	5-8	
			Y ₃ =Adecuación al trabajo	Y ₃₁ =Cambio de función, libertad de decisión	9-12	
			Y ₄ =Comunicación interna	Y ₄₁ =Conocer resultados, valores, cambios, objetivos	13-16	

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Numero de pregunta	Técnicas / instrumentos
X= Desempeño o laboral	Según Alburquerque (2022) El desempeño laboral es medido por los niveles de su productividad en las que fluctúan elementos como el ambiente, las habilidades blancas y el ambiente laboral	Será medido a través de sus dimensiones ambiente de trabajo, motivación, comunicación, equipo de trabajo, a través de la aplicación del cuestionario, con ítems de la escala de medición ordinal.	X ₁ =Ambiente de trabajo	X ₁₁ =Recursos adecuados X ₁₂ =Infraestructura X ₁₃ =Acceso a la información X ₁₄ =Intención social	1-4	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de Alburquerque
			X ₂ =Motivación	X ₂₁ =Estado emocional X ₂₂ =Recompensas X ₂₃ =Reconcomiendo de trabajo X ₂₄ =Elogios verbales	5-9	
			X ₃ =Comunicación	X ₃₁ =Expresión emocional X ₃₂ =Control X ₃₃ =Retroalimentación	10-13	

Capítulo IV

Metodología del estudio

4.1.1. Método.

El método general a utilizar será el científico, la cual comprende el procedimiento que la investigadora utilizará en el proceso investigativo la cual de manera sistematizada irá descubriendo el conocimiento de los elementos por medio del uso de factores hipotéticos y deductivos para la construcción del fenómeno de estudio (Sánchez, Reyes, & Mejía, 2018).

Aunado a ello, el método inductivo permitirá llegar a conclusiones correspondiente de premisas previamente estipuladas las cuales llegaran a inferencias para un entendimiento de la variable de estudio.

4.1.2. Tipo y alcance.

El tipo de investigación es básico; ya que según Ñaupas et al. (2018) genera nuevos conocimientos, los cuales servirán como base de futuras investigaciones aplicadas o tecnológicas debido al fundamento teórico que aporta. En esta investigación se estudiaron las teorías y los fundamentos generales y sustantivos de las variables endomarketing y desempeño laboral

La investigación tiene un alcance correlacional, que consiste en explorar el grado de conexión entre el endomarketing y el desempeño laboral (Arias & Covinos, 2021). En ese sentido, se analizarán las magnitudes de las variables endomarketing y el desempeño laboral y como se relacionan estadísticamente.

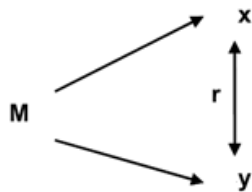
4.2. Diseño de la investigación

El diseño fue no experimental, transversal de alcance correlacional, en términos de Carhuancho et al. (2019) estos tipos de diseños no requieren de manejo externo ni interno de la variable por lo que se mantendrá distancia, cuyo propósito será el analizar el endomarketing y el desempeño laboral sin ejecutar tratamientos experimentales.

El diagrama es el siguiente:

Figura 1

Diseño correlacional



Donde:

M= Muestra

x= Endomarketing

y= Desempeño laboral

r = Relación entre variables

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

La población es finita y está compuesta por N= 71 colaboradores.

En este caso, son todos los elementos que se dispongan con las mismas similitudes en el contexto (Hernández y Mendoza 2018). Para este caso la población estará conformada por 71 trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.

4.3.2. Muestra

En función al presente estudio se realizó un muestreo probabilístico por contar con un universo finito la misma que permitió hacer uso de la muestra:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot Z^2}{(N - 1)e^2 + p \cdot q \cdot Z^2}$$

Se determinó que el tamaño de muestra n=60 colaboradores de la compañía minera, donde:

Cálculo del tamaño de la muestra		
Nivel de confianza 95% (corresponde con la Tabla de valores de Z)	Z	1.96
Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado (Cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q)	p	50%
Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado	q	50%
Tamaño de la población	N	71
Error de estimación máximo aceptado	e	5%
Tamaño de la muestra	n	60

Reemplazando:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot Z^2}{(N - 1)e^2 + p \cdot q \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{71 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot (1,96)^2}{(71 - 1)(0,05)^2 + 0,5 \cdot 0,5 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = 60 \text{ trabajadores}$$

Nivel de Confianza	Valor Crítico, z
80%	1.28
90%	1.65
95%	1.96
98%	2.33
99%	2.58
99.8%	3.08
99.9%	3.27

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnica.

Para esta situación se considera la encuesta, la cual es considerada por su bondad de reconocer el estado actual de la variable la cual será trabajada en papel y lápiz.

4.4.2 Instrumentos.

La aplicación del cuestionario de endomarketing de Rebaza y Vizconde (2019) compuesto por 4 dimensiones (desarrollo de capacidad, contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo y comunicación interna) asimismo el cuestionario de desempeño laboral de Albuquerque (2022) la cual consta de 4 dimensiones (ambiente de trabajo, motivación, comunicación y equipo de trabajo).

A. Validación de los expertos.

En ambos utensilios se logró identificar que poseen adecuadas propiedades de validez por criterio de expertos, luego de la participación de jueces conocedores del fenómeno evidenciaron en la tabla 01 su confirmación.

Tabla 1

Validación de expertos cuestionario de valores personales.

Nº	Profesional validador	Grado de estudios	Puntaje total	Criterio de validación.
1	Portugal rojas, Christian miguel	Magíster	150	Optimo
2	Chancas Matos, Elsa	Magister	150	Optimo
3	Castillo Melendez Carlos	Magister	150	Optimo

Deficiente (30-54) - Regular (55-78) - Bueno (79-102) - Satisfactorio (103-126) - Óptimo (126-150)

Interpretación de la tabla:

En tabla 01 la validación generó un promedio de 150 de nivel satisfactorio.

B. Confiabilidad de los instrumentos.

Se efectuó una prueba piloto con la intención de verificar el comportamiento a un total de 15 encuestados con características similares al de la muestra. Sin variaciones en sus mediciones a través

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Donde:

K : El número de ítems (35 ítems).

$\sum S_i^2$: Sumatoria de las varianzas de los ítems.

S_t^2 : La varianza de la suma de los ítems.

α : Coeficiente Alfa de Cronbach

del tiempo, o en la aplicación de diferentes personas. En términos de Ñaupas et al. (2018) es requisito puesto que denota confianza al emplear en condiciones similares; ello se corrobora mediante el alfa de Cronbach según la fórmula:

Tabla 2

Escala de interpretación de la confiabilidad.

Intervalo	Descripción
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Confiabilidad perfecta

Tabla 3

Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	SUMA DE ITEMS
1	3	3	4	2	4	4	4	4	2	5	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	2	3	3	5	3	3	2	3	3	4	3	4	116
2	4	4	5	2	3	3	5	5	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	139	
3	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	140	
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	162	
5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	4	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	101
6	1	2	1	3	1	2	4	1	2	1	4	5	2	1	4	3	1	4	2	5	2	2	4	2	2	5	5	3	2	5	3	3	5	5	5	102
7	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	153
8	3	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4	123
9	2	1	3	1	1	1	3	2	2	3	2	4	2	2	3	3	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	4	1	1	2	1	2	1	2	3	65
10	3	4	5	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	4	5	3	5	4	5	4	2	3	2	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	128
11	5	5	4	2	2	2	1	3	1	5	5	2	5	4	2	4	1	1	3	5	2	2	1	1	1	1	5	5	5	4	5	5	5	4	4	112
12	3	4	4	2	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	123
13	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	127
14	4	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	128
15	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	103
Varianza	1.85	1.27	0.98	0.84	1.07	1.35	1.10	1.38	1.21	1.07	0.70	0.69	0.97	1.07	0.84	0.57	1.12	1.67	0.98	1.35	1.35	1.21	1.27	0.97	1.27	1.40	0.95	0.84	1.07	0.84	1.21	0.69	1.27	0.81	0.43	561.12
SUMA DE VARIANZA DE LOS ITEMS																																		36.92		
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS																																		561.12		
NUMERO DE ITEMS																																		35		
$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_r^2}{S_r^2} \right]$																																		0.9617		

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,962	35

Para el análisis del instrumento se aplicó la fórmula del coeficiente Alfa de Cronbach hallado en la escala que evaluó los criterios obteniendo un $\alpha = 0,962$, se ubica en el intervalo de 0,72 a 0,99 (tabla 02) lo cual indicó que el instrumento presenta una confiabilidad excelente siendo aplicable a la muestra.

4.5. Técnicas de análisis de datos

Luego del acopio de la información, se ejecutará la transferencia de los datos al software la cual mediante el control de calidad se permitió corregir los errores propios de la digitación para luego proceder a la ejecución inferencial por medio del Rho de Spearman para los objetivos propuestos. El recurso para el análisis fue el SPSS V.26.

Capítulo V

Tratamiento estadístico

5.1. Resultados y análisis

5.1.1. Prueba de normalidad.

Esta prueba se efectuó con la intención de comprobar la distribución de los datos, identificando su a/normalidad

A. Formulación de hipótesis.

Variable 1

H₀: Existe una distribución normal en los datos de la variable de Endomarketing.

$p > 0.05$

H₁: No existe una distribución normal en los datos de la variable de Endomarketing.

$p < 0.05$

Variable 2

H₀: Existe una distribución normal en los datos de la variable de Desempeño Laboral

$p > 0.05$

H₁: No existe una distribución normal en los datos de la variable de Desempeño Laboral

$p < 0.05$

B. Nivel de significancia

Se usó un nivel de significancia (alfa) $\alpha = 5\%$ y un nivel de confianza del 95%; se usó como estadístico una prueba paramétrica.

C. Estadístico de prueba

Se utilizó la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov para ambos cuestionarios.

D. Formulación de la regla de decisión

H₀: $p \geq 0,05$ (Datos Normales)

$H_1: p < 0,05$ (Datos No Normales)

En la tabla 1 se muestra los datos de análisis de la prueba de normalidad de las dos variables.

Tabla 4
Prueba de normalidad de las variables

Kolmogorov-Smirnova			
	Estadístico	gl	Sig.
x	,298	60	,000
y	,323	60	,000

Conclusión: Como el nivel de significancia asintomática bilateral obtenido ($p=0,000$) es menor al nivel de significación ($\alpha = 0,050$) entonces aceptamos la hipótesis alterna H_1 y se rechaza la hipótesis alterna H_0 , es decir existe una distribución no normal en los datos de las dos variables, se debe utilizar una estadística de prueba no paramétrica y es la correlación de Rho de Spearman.

E. Conclusión

Como $p < 0,05$, es decir los datos tienen una distribución no normal, por lo tanto, aplicaremos una estadística no paramétrica. Según los resultados de la prueba de normalidad se aplicará el estadístico Rho de Spearman.

5.2. Prueba de hipótesis

5.2.1. Datos estadística descriptiva.

Tabla 5

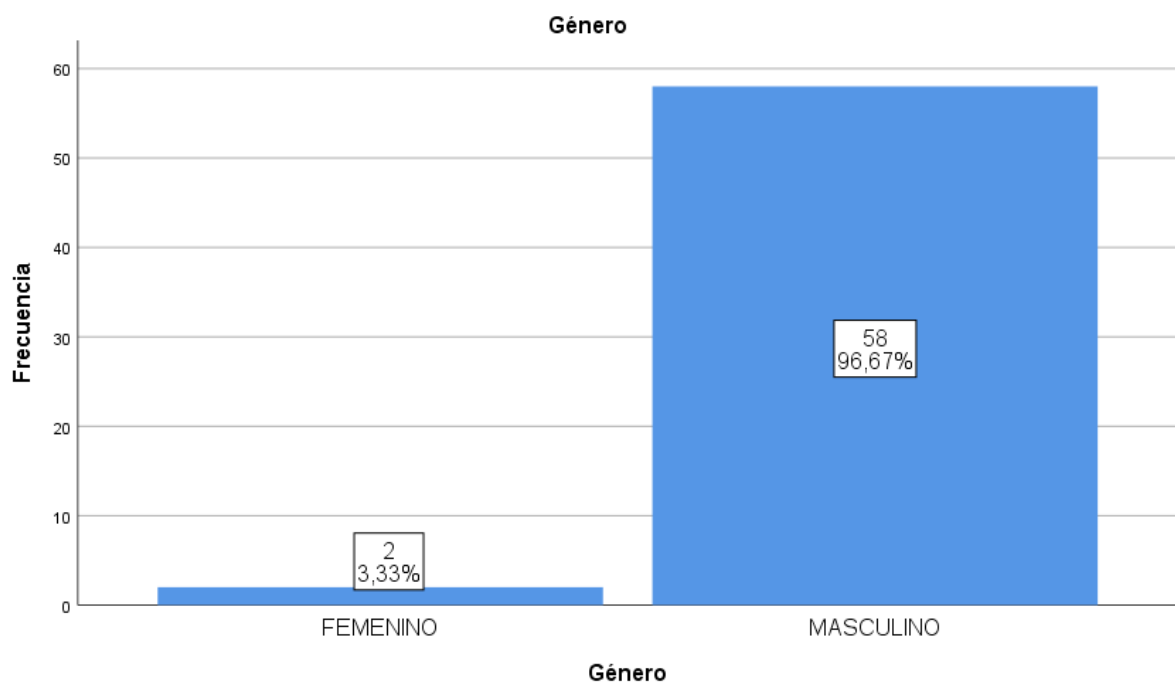
Género de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FEMENINO	2	3,3	3,3	3,3
	MASCULINO	58	96,7	96,7	100,0
Total		60	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de los instrumentos sobre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

Figura 2

Género de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha



Interpretación: En la tabla 5 y en la figura 2 se muestra los porcentajes del género de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha, siendo el 96.67% de los colaboradores son del género masculino, el 3.33% son colaboradores del género femenino.

Tabla 6

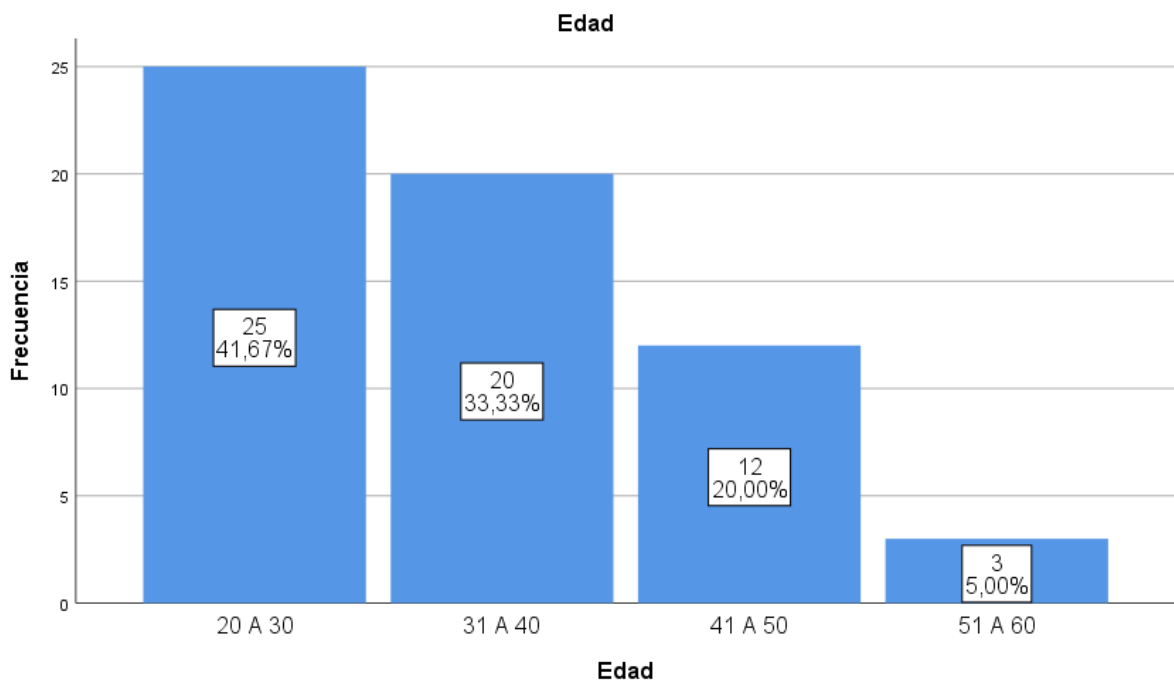
Edad de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha

VAR00016					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20 A 30	25	41,7	41,7	41,7
	31 A 40	20	33,3	33,3	75,0
	41 A 50	12	20,0	20,0	95,0
	51 A 60	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de los instrumentos sobre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

Figura 3

Edad de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha



Interpretación: En la tabla 6 y en la figura 3 se muestra los porcentajes del género de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha, siendo el 48,33% está de acuerdo, el 38,33% están ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 11,67% están en desacuerdo, el 1,67% están totalmente de acuerdo.

Tabla 7

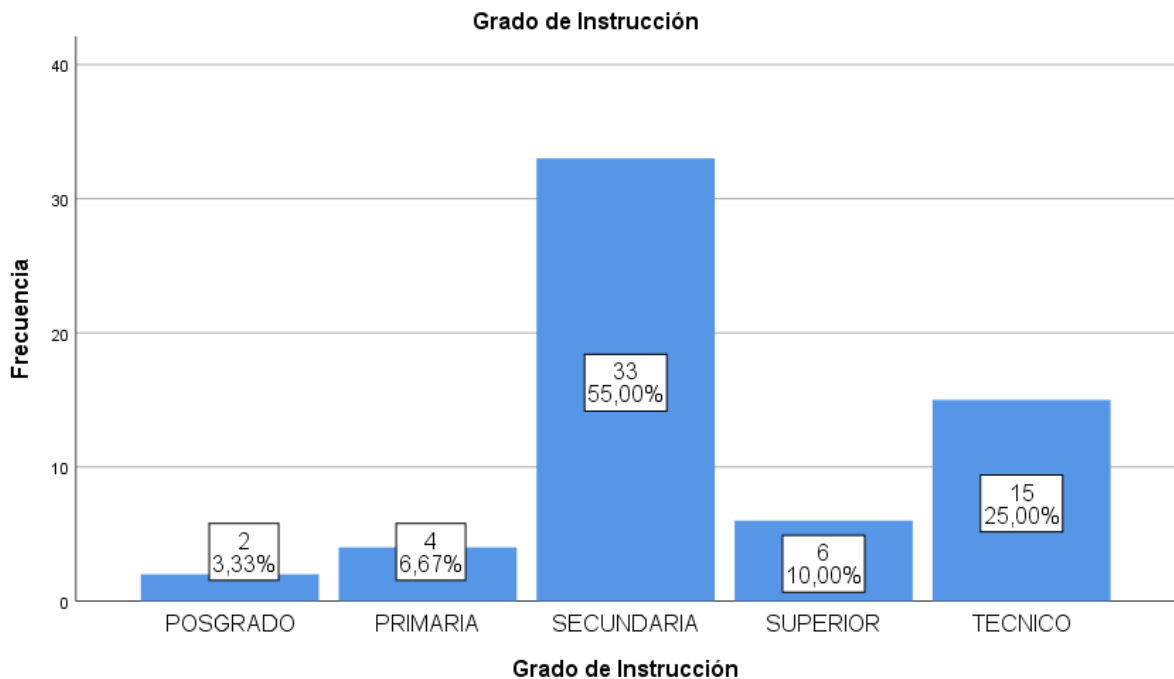
Grado de Instrucción de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha

		Grado de instrucción			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	POSGRADO	2	3,3	3,3	3,3
	PRIMARIA	4	6,7	6,7	10,0
	SECUNDARIA	33	55,0	55,0	65,0
	SUPERIOR	6	10,0	10,0	75,0
	TECNICO	15	25,0	25,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de los instrumentos sobre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

Figura 4

Grado de Instrucción de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha.



Interpretación: En la tabla 7 y en la figura 4 se muestra los porcentajes del grado de instrucción de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha, donde el mayor porcentaje, representado por 55 % lograron terminar la secundaria, el 25% concluyo el grado de técnico, el 10% concluyo el grado

superior, el 6.67% concluyo el grado de primaria y el 3.33% concluyo el grado posgrado.

Tabla 8

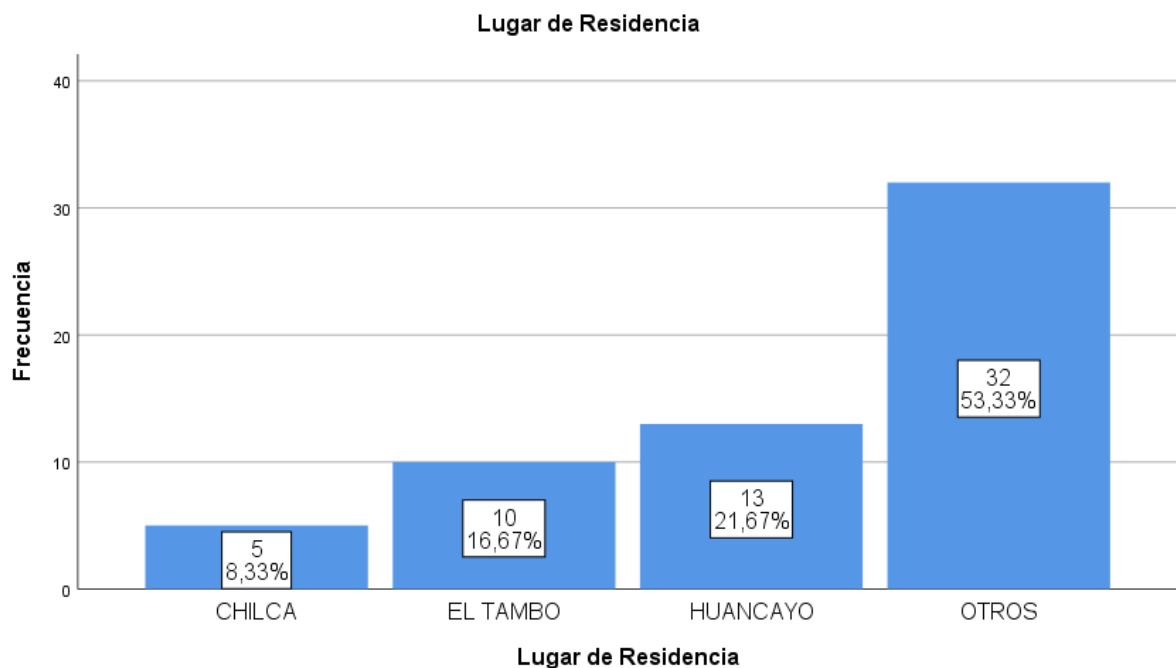
Lugar de residencia de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha

		Lugar de residencia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CHILCA	5	8,3	8,3	8,3
	EL TAMBO	10	16,7	16,7	25,0
	HUANCAYO	13	21,7	21,7	46,7
	OTROS	32	53,3	53,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de los instrumentos sobre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

Figura 5

Lugar de residencia de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha



Interpretación: En la tabla 8 y en la figura 5 se presenta el lugar de residencia de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha, donde el 53.33% en distritos diferentes a los mencionados, el 21.67% viven en Huancayo, el 16.67% viven en el Tambo y el 8.33.69% viven en Chilca.

Tabla 9

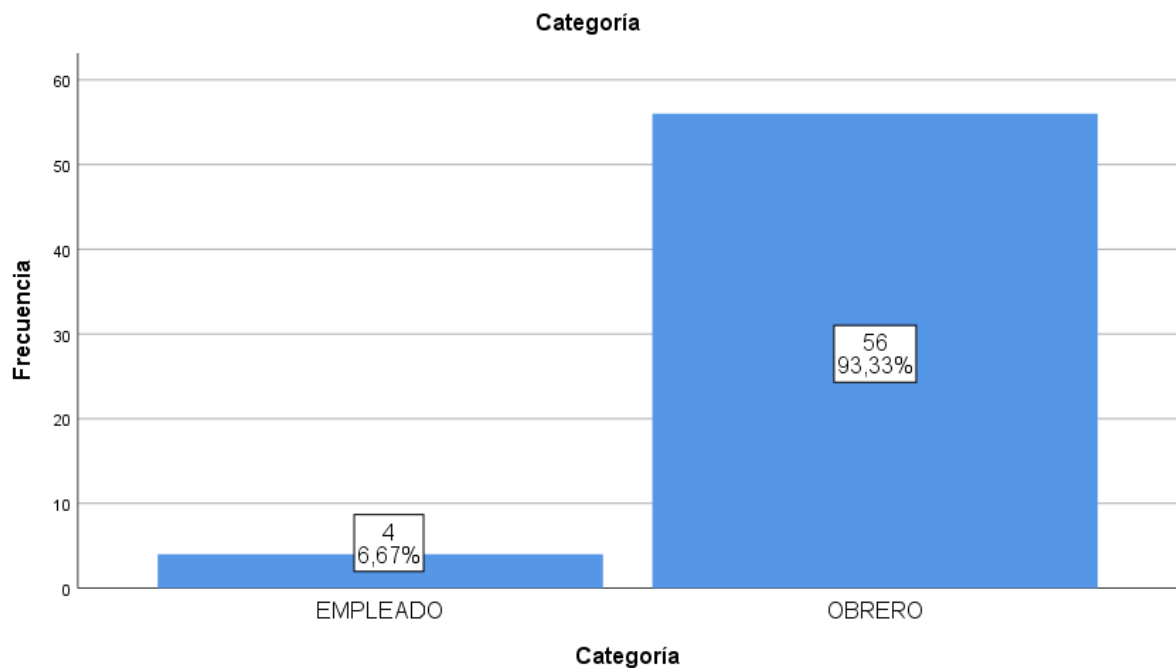
Categoría de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha

		Categoría			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EMPLEADO	4	6,7	6,7	6,7
	OBRERO	56	93,3	93,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de los instrumentos sobre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

Figura 6

Categoría de los colaboradores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha



Interpretación: En la tabla 9 y en la figura 6 se presenta el tipo de colaborador de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, Yauricocha, siendo el mayor porcentaje 93,33% es un obrero y el 6.67% es un empleado.

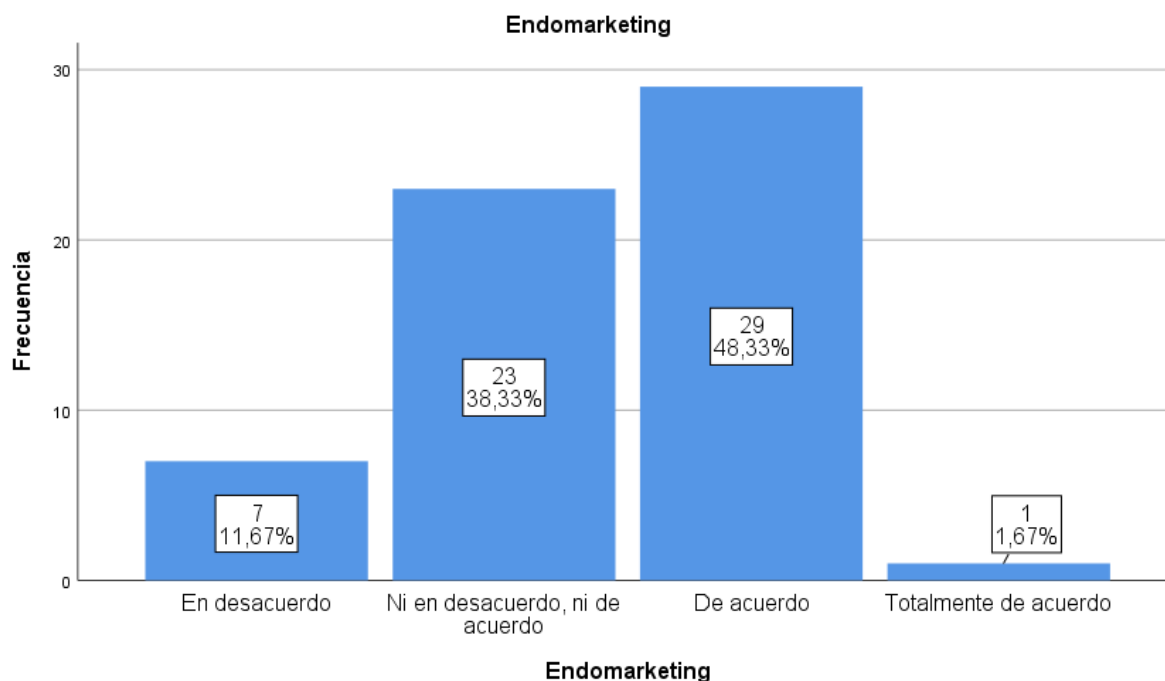
Variable Endomarketing

Tabla 10
Nivel de la variable Endomarketing

		Endomarketing			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	7	11,7	11,7	11,7
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	23	38,3	38,3	50,0
	De acuerdo	29	48,3	48,3	98,3
	Totalmente de acuerdo	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de los instrumentos sobre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

Figura 7
Nivel de la variable Endomarketing



Interpretación: En la tabla 10 y en la figura 7 se muestra las valoraciones de la variable Endomarketing, siendo el 48,33% está de acuerdo, el 38,33% están ni en

desacuerdo ni en acuerdo, el 11.67% están en desacuerdo, el 1.67% están totalmente de acuerdo.

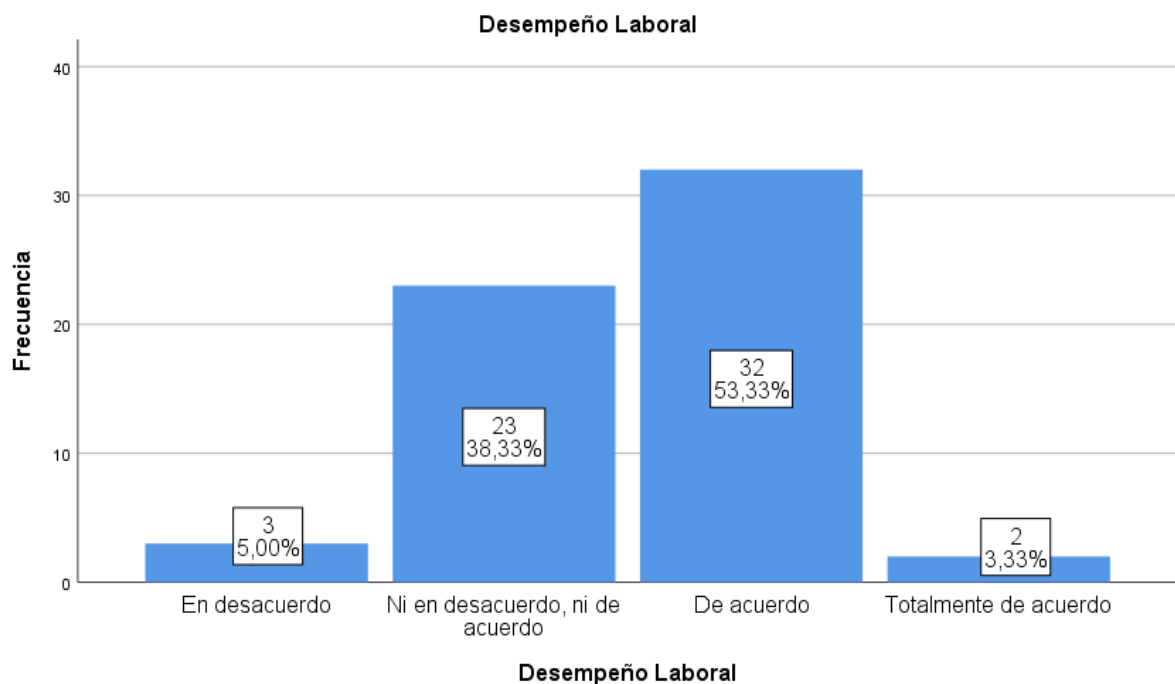
Variable Desempeño laboral

Tabla 11
Nivel de la variable Desempeño laboral

		Desempeño Laboral			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	5,0	5,0	5,0
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	23	38,3	38,3	43,3
	De acuerdo	32	53,3	53,3	96,7
	Totalmente de acuerdo	2	3,3	3,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de los instrumentos sobre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

Figura 8.
Nivel de la variable Desempeño laboral



Interpretación: En la tabla 11 y en la figura 8 se muestra las valoraciones de la variable Desempeño laboral, siendo el 53.33% está de acuerdo, el 38.33% están ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 5.00 % están en desacuerdo, el 3.33% están totalmente de acuerdo.

5.2.2. Hipótesis general.

Existe relación significativa del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

Los pasos para llevar a cabo la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman son los siguientes:

a. Planteamiento de H_0 y H_1 .

H_0 : No existe relación significativa del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

H_1 : Existe relación significativa del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

b. Nivel de significancia

Se usó un nivel de significancia (alfa) $\alpha = 5\%$ y un nivel de confianza del 95%; se usó como estadístico una prueba paramétrica.

c. Estadístico de prueba

Se utilizó la prueba Rho de Spearman.

d. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de la Rho de Spearman.

$H_0: p \geq 0,05$

$H_1: p < 0,05$

0.660

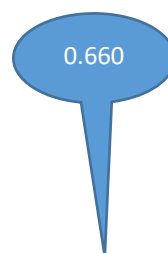




Tabla 12

Correlación entre el desarrollo de capacidades y el desempeño laboral

Correlaciones

			Endomarketing	Desempeño Laboral
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1,000	,660**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
Desempeño Laboral	Desempeño Laboral	Coefficiente de correlación	,660**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

e. Conclusión estadística

Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), asimismo afirmamos que: Existe relación significativa del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022, debido a que la correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.660$), con una significancia de $p = 0.000$ y demuestra una correlación directa y correlación buena, es decir, cuando el endomarketing aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

5.2.3. Hipótesis específicas

5.2.3.1. Hipótesis específica 1.

Existe relación significativa entre el desarrollo de capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

Los pasos para llevar a cabo la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman son los siguientes:

a. Planteamiento de H_0 y H_1 .

H_0 : No existe relación significativa entre el desarrollo de capacidades y desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

H_1 : Existe relación significativa entre el desarrollo de capacidades y desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

b. Nivel de significancia

Se usó un nivel de significancia (alfa) $\alpha = 5\%$ y un nivel de confianza del 95%; se usó como estadístico una prueba paramétrica.

c. Estadístico de prueba

Se utilizó la prueba Rho de Spearman.

d. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de la Rho de Spearman.

$H_0: p \geq 0,05$

$H_1: p < 0,05$

0.386





Tabla 13

Correlación entre el desarrollo de capacidades y desempeño laboral

Correlaciones

			Desempeño laboral	Desarrollo de capacidades
Rho de Spearman	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,386**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	60	60
	Desarrollo de capacidades	Coeficiente de correlación	,386**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	60	60

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

e. Conclusión estadística

Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), asimismo afirmamos que: Existe relación significativa entre el desarrollo de capacidades y desempeño laboral de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022, debido a que la correlación Rho de Spearman (Rho= 0.386), con una significancia de $p= 0.002$ y demuestra una correlación directa y correlación moderada, es decir, cuando el desarrollo de capacidades aumenta

el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

5.2.3.2. Hipótesis específica 2.

Existe relación significativa entre la contratación y retención con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

Los pasos para llevar a cabo la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman son los siguientes:

a. Planteamiento de H_0 y H_1 .

H_0 : No existe relación significativa entre la contratación y retención con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

H_1 : Existe relación significativa entre la contratación y retención con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

b. Nivel de significancia

Se usó un nivel de significancia (alfa) $\alpha = 5\%$ y un nivel de confianza del 95%; se usó como estadístico una prueba paramétrica.

c. Estadístico de prueba

Se utilizó la prueba Rho de Spearman.

d. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de la Rho de Spearman.

$H_0: p \geq 0,05$

$H_1: p < 0,05$



0.530



Tabla 14

Correlación entre la contratación y retención con el desempeño laboral

Correlaciones

		Desempeño laboral	contratación y retención
Rho de Spearman	Desempeño laboral	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,530**
		N	60
y2		Coeficiente de correlación	,530**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	60

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

e. Conclusión estadística

Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), asimismo afirmamos que: Existe relación significativa entre la contratación y retención con el desempeño laboral de los empleados de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022, debido a que la correlación Rho de Spearman (Rho= 0.530), con una significancia de p= 0.000 y demuestra una correlación directa y correlación moderada, es decir, cuando

la contratación y retención aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

5.2.3.3. Hipótesis específica 3.

Existe relación significativa de la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

Los pasos para llevar a cabo la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman son los siguientes:

a. Planteamiento de H_0 y H_1 .

H_0 : No existe relación significativa de la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

H_1 : Existe relación significativa de la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

b. Nivel de significancia

Se usó un nivel de significancia (alfa) $\alpha = 5\%$ y un nivel de confianza del 95%; se usó como estadístico una prueba paramétrica.

c. Estadístico de prueba

Se utilizó la prueba Rho de Spearman.

d. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de la Rho de Spearman.

$H_0: p \geq 0,05$

$H_1: p < 0,05$

0.749





Tabla 15

Correlación entre la adecuación al trabajo y el desempeño laboral

			Correlaciones	
			Desempeño laboral	Adecuación al trabajo
Rho de Spearman	Desempeño laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,749**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Adecuación al trabajo	Coefficiente de correlación	,749**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

e. Conclusión estadística

Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), asimismo afirmamos que: Existe relación significativa de la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los empleados de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022, debido a que la correlación Rho de Spearman (Rho= 0.749), con una significancia de $p= 0.000$ y demuestra una correlación directa y correlación buena, es decir, cuando de la adecuación

al trabajo aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022.

5.2.3.4. Hipótesis específica 4.

Existe relación significativa entre la comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

Los pasos para llevar a cabo la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman son los siguientes:

a. Planteamiento de H_0 y H_1 .

H_0 : No existe relación significativa entre la comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

H_1 : Existe relación significativa entre la comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022.

b. Nivel de significancia

Se usó un nivel de significancia (alfa) $\alpha = 5\%$ y un nivel de confianza del 95%; se usó como estadístico una prueba paramétrica.

c. Estadístico de prueba

Se utilizó la prueba Rho de Spearman.

d. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de la Rho de Spearman.

$H_0: p \geq 0,05$

$H_1: p < 0,05$



0.771



Tabla 16

Correlación entre la comunicación interna y el desempeño laboral

Correlaciones

			desempeño laboral	comunica ción interna
Rho de Spearman	desempeño laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,771**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	comunicación interna	Coeficiente de correlación	,771**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

e. Conclusión estadística

Por lo tanto, rechazamos la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), asimismo afirmamos que: Existe relación significativa de la comunicación interna y el desempeño laboral de los empleados de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha,2022, debido a que la correlación Rho de Spearman (Rho= 0.771), con una significancia de $p= 0.000$ y demuestra una correlación directa y correlación buena, es decir, cuando la comunicación

interna aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022

5.3. *Discusión de resultados*

Mediante la Rho de Spearman (Rho) se logró establecer la presencia de relación significativa entre el endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022; y se obtuvo que la correlación es directa, buena e igual a 0.660, con un grado de significancia de $p= 0.000 < 0.05$, donde logró demostrar que involucrar a los colaboradores en los retos de la compañía favorecen el compromiso de la misma, por lo que se acepta la hipótesis alterna (H1) denotando que la aplicación de estrategias de endomarketing han permitido que la organización mejore sus niveles de desempeño laboral. Estos resultados son corroborados por los diversos autores que estudiaron a ambas variables, uno de ellos fue: Alburquerque (2022), quien mediante el método estadístico logit determina que estas dos variables se asocian, para lo cual utilizó un grado de significancia para medir la bondad de ajuste, el cual lo relaciona con la verosimilitud $p=0,000$ y es menor a $p=0,050$; concluyendo que el endomarketing evidencia resultados fehacientes, el equipo de trabajo habrá desarrollado mejor sus actividades por la reciprocidad puesto que la empresa no solo debería de enfocarse en las necesidades de abastecimiento de productos sino en el servicio de atención a los trabajadores quienes puesto que ellos son la fuerza que impulsa a poder alcanzar el éxito de una organización. De la misma forma los investigadores Colungue (2021) y Monsefú (2019) determinaron un nivel de significancia de 0,000 y el nivel de correlación alto utilizando Rho de Pearson= 0.929 en una empresa industrial de herramientas "Makita" y Rho de Spearman = 0.745 en un restaurant "Fusión Mediterránea", respectivamente ambos concuerdan que se logró determinar la eficiencia del endomarketing de tal forma que el personal pueda sentirse parte de la organización por lo que su desempeño tiende a enaltecerse. Con relación a nuestra investigación los datos se asimilaron a los datos de los investigadores de Gutierrez (2020) y García & Tomanguilla (2021), que determinaron un nivel de significancia de 0,000 y el nivel de correlación moderado utilizando Rho de Pearson= 0.663 en un programa de capacitación de docentes y Rho de Spearman = 0.644 en centro educativo, respectivamente ambos concuerdan que el determinar el uso de analogías potencializaría el

desempeño de los colaboradores. No obstante, la investigación de Mestanza & Panduro (2021) determina que el estado actual de la correspondencia positiva baja sostiene que el endomarketing ocupa la libertad de encargarse de encontrar profesionales idóneos. En relación a lo antes mencionado y al analizar los resultados, se confirma que las estrategias de endomarketing son primordiales y fundamentales para que mejoren el desempeño laboral de las empresas, para ello la organización deberá capacitarse para que obtengan resultados positivos.

El primer objetivo halló la relación entre la dimensión y la variable de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022, donde encontró que la correlación Rho de Spearman es igual a 0.386, con una significancia de $p=0.000$, lo cual demuestra que es una correlación directa y baja. Lo que quiere decir, que la aplicación del desempeño laboral ha ayudado a identificar que la empresa refuerce y trabaje en los conocimientos y las capacidades de los trabajadores de la empresa. Frente a lo mencionado rechazamos la hipótesis nula (H_0). Estos resultados se asemejan a los estudios cuantitativos de Gutierrez (2020), que determinó un nivel de significancia de 0,007 y el nivel de correlación moderado utilizando Rho de Pearson= 0.483 en un programa de capacitación de docentes. No se asimila a la investigación de García & Tomanguilla (2021) que determinaron un nivel de significancia de 0,584, por lo tanto, no existe una correlación utilizando Rho de Spearman = 0.075 de una institución educativa, debido que el desarrollo del empleado dentro de la institución no repercute en el desempeño de los colaboradores. Referente a lo antes mencionado y analizado, se concluye que la empresa debe de identificar y maximizar el desarrollo de capacidades de los trabajadores se logrará un buen desempeño laboral.

Los resultados que obtuvieron en el segundo objetivo se determinó la relación entre la contratación y retención con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022, donde se la correlación Rho de Spearman fue igual a 0.530, con una significancia de $p= 0.002$, lo cual permitió inferir que tiene una correlación directa y buena. Por ende, se requiere de ir

cumpliendo con ciertos requisitos con el rol de ir contribuyendo a las exigencias de la compañía. Se confirma que sí existe relación significativa entre las variables de estudio, tras rechazarse la hipótesis nula. Los resultados que se asimilan a la presente investigación concuerdan con los resultados de Gutierrez (2020), que determinó un nivel de significancia de 0,026 y el nivel de correlación moderado utilizando Rho de Pearson= 0.407 en un programa de capacitación de docentes. Por otro lado, la investigación de García & Tomanguilla (2021) que determinaron un nivel de significancia de 0,000, por lo tanto, no existe una correlación utilizando Rho de Spearman = 0.688 de una institución educativa, quienes afirman que las estrategias que utiliza la empresa respecto a la contratación de trabajadores si logró repercutir y brindar un mejor desempeño laboral. Además, en la investigación cualitativa de Galvis y Marín y Placencia (2017), permitió dar a conocer que la empresa no solo debería de enfocarse en las necesidades de abastecimiento de productos sino en el servicio de atención a los trabajadores porque de ellos depende que la organización tenga éxito. En tal sentido se resume y se puede afirmar que la selección y retención del personal, hace que ellos se sientan parte de la empresa no solo como un factor económico, sino que sus fuerzas y capacidades sean valorados en la sociedad por el talento que cada uno aporta a las empresas.

Con respecto al objetivo 3, se logró encontrar la correspondencia bilateral entre ambos elementos mediante Rho de Spearman es igual a 0.749, con una significancia de $p= 0.000$ y demuestra una correlación directa y buena. Esto quiere decir que las actividades que permiten que el trabajador percibir un buen ambiente laboral se está aplicando de forma adecuada, lo cual lo motiva a realizar de manera óptima sus tareas y obtener resultados positivos. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0) fue rechazada, afirmándose que si existe relación significativa entre ambas variables. Estos resultados concuerdan con los resultados de Gutierrez (2020) y García & Tomanguilla (2021) las investigaciones de obtuvieron un nivel de correlación positiva moderado con un nivel de significancia de $p=0.000$ y utilizaron un Rho Spearman de $Rh= 0,632$ en un programa de capacitación de docentes y $Rh= 0.452$ de un centro educativo respectivamente , quienes

afirman que el desempeño laboral crea un vínculo entre el trabajador y el empleador porque es él quien encamina y garantiza el desarrollo del trabajador. En tal sentido tras analizar la información obtenida se puede confirmar que la organización debe tener en cuenta una buena adecuación al trabajo para que su desempeño laboral mejore.

En esta pesquisa se estableció la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022; a través del Rho de Spearman ($Rho = 0.771$), se encontró una correlación directa y moderada, con una significancia de $p = 0.000$, donde demuestra una correlación directa y buena. Esto quiere que el desempeño laboral mejorará si se establecen mecanismos para que la comunicación interna fluya entre trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura. En pocas palabras para las empresas la comunicación es clave para que logren cumplir con sus metas trazadas, ya que, al establecer relación directa con sus empleados, incrementará sus ganancias. En relación a ello, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), lo cual permite afirmar que si existe relación significativa en ambas variables. Con relación a nuestra investigación los datos se asimilaron a los datos de los investigadores de Gutierrez (2020) y García & Tomanguilla (2021), que determinaron un nivel de significancia de 0,000 y el nivel de correlación moderado utilizando Rho de Pearson= 0.601 en un programa de capacitación de docentes y Rho de Spearman = 0.534 en centro educativo, respectivamente ambos concuerdan que si existe una buena comunicación en el ambiente laboral ayudará a que los colaboradores logren tener más clara la situación y así trabajar en equipo para lograr las metas propuestas . Analizando estos resultados se ratifica que la comunicación es una estrategia para que el desempeño laboral mejore en la empresa, y debe existir un compromiso de cambio para que los objetivos de la empresa y sus miembros logren concretarse, de esa manera los objetivos establecidos se logran alcanzar

Conclusiones

- Existe relación significativa del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022, debido a que la correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.660$), con una significancia de $p = 0.000$ y demuestra una correlación directa y correlación buena, es decir, cuando el endomarketing aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022, lo cual significa que emplear estrategias beneficia a la empresa Ingeniería & arquitectura porque ayuda a que se desarrolle y mejora el desempeño laboral.
- Existe relación significativa entre el desarrollo de capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022, debido a que la correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.386$), con una significancia de $p = 0.000$ y demuestra una correlación directa y correlación baja, es decir, cuando el desarrollo de capacidades aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022, lo cual significa que fortaleciendo la estrategia de línea de carrera en la empresa Ingeniería & arquitectura permite el desarrollo de los trabajadores y aumenta el desempeño laboral.
- Existe relación significativa entre la contratación y retención con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022, donde la correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.530$), con una significancia de $p = 0.002$, lo cual permitió inferir que tiene una correlación directa y moderada. Cuando la contratación y retención aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022, lo cual significa que al aplicar mejoras en los procesos de contratación en la empresa Ingeniería & arquitectura ayuda a que se desarrolle y mejore el desempeño laboral. Se puede afirmar que la selección y retención del personal, hace que ellos se sientan parte de la empresa no solo como un factor económico, sino que sus fuerzas y capacidades sean valorados en la sociedad por el talento que cada uno aporta a la empresa.
- Existe relación de la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022, donde se encontró

que la correlación Rho de Spearman ($Rho= 0.749$), con una significancia de $p= 0.000$ y demuestra una correlación directa y buena. Cuando la adecuación al trabajo aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022. Esto quiere decir que las actividades que permiten que el trabajador al percibir un buen ambiente laboral se está aplicando de forma adecuada, lo cual lo motiva a realizar de manera óptima sus tareas y obtener resultados positivos.

- Existe relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022; a través del Rho de Spearman ($Rho= 0.771$), se encontró una correlación directa y buena, con una significancia de $p= 0.000$, donde demuestra una correlación directa y moderada. Cuando la comunicación interna aumenta el desempeño laboral mejora en los trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura Yauricocha, 2022. Esto significa que el desempeño laboral mejorará si se establecen mecanismos para que la comunicación interna fluya entre trabajadores de la empresa ingeniería & arquitectura.

Recomendaciones

- Se recomienda a la gerencia de la empresa Ingeniería & arquitectura aplicar las siguientes estrategias de endomarketing tales como mejoras en la comunicación interna , eventos motivacionales ,capacitaciones y entrenamientos ,reuniones de integracion y aplicando estas estrategias se lograra optimizar la productividad de los trabajadores y asi lograr satisfacer sus necesidades laborales.
- Se recomienda implementar un plan de linea de carrera que consta de revisar el organigrama y mapeando los puestos de la organización , identificando las competencias , elaborando los perfiles de puesto , estableciendo una estructura salarial de acuerdo a la linea de carrera , para los trabajadores de la empresa Ingeniería & arquitectura y asi promover el crecimiento profesional y desarrollar sus capacidades para que se encuentren más comprometidos con la empresa.
- Se recomienda optimizar la gestion del talento humano con la finalidad de revisar y mejorar los procesos de seleccion y contratacion para obtener trabajadores idoneos dentro del cargo , asi como establecer para la retencion de los trabajadores un buen clima laboral ,ofrecer y cumplir con los beneficios laborales tales como el seguro de Vida Ley , SCTR,Asignacion Familiar , CTS, Vacaciones ,Gratificaciones entre otros.
- Se recomienda que la empresa Ingeniería & arquitectura pueda proveer a sus trabajadores EPP'S adecuados , dotar de herramientas y equipos en buen estado , brindar servicios basicos con condiciones basicas de habitabilidad , brindar moviliario ergonomico para un buen ambiente de trabajo ya que esto influye en el desempeño laboral de los trabajadores.

- Se recomienda implementar el aplicativo work place dentro de la empresa Ingeniería & arquitectura para mejorar la comunicación interna entre gerencias y trabajadores que permitira los siguientes beneficios : Fortalecimiento de la cultura , comunicación interna fluida , interaccion con el personal de diversas areas.

Referencias bibliográficas

- Alburqueque, C. (2021). *Endomarketing en el desempeño laboral en un centro de educación técnico productivo* [Tesis de maestría]. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78600/Alburqueque_BCL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alburqueque, C. (2022). *Endomarketing en el desempeño laboral en un centro de educación técnico productiva particular* [Tesis de maestría]. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78600/Alburqueque_BCL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alles, M. (2018). *Elija al mejor*. Ediciones Granica.
- Alvaro, A. (2021). *Endomarketing y calidad de servicio en la empresa Globo* [Tesis de grado]. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Lima. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1848/Alvaro%20Mori%2c%20Anghi%20Ashley.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alves, J., & Barbosa, D. (2019). O papael estrategico do endomarketing nas organizacoes: Um estudio de caso em uma organizacion de telefonía do triangulo mineiro. *Organizacoes e sociedade*, 69. doi:<https://doi.org/10.29031/ros.v8i9.429>
- Ambrocio, M. (2021). *Relación entre marketing digital y difelizacion de clientes e una empresa de trade marketing*. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16539/Ambrocio_om.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, J. (2020). *Proyecto de tesis. Guia para la elaboracion*. Arequipa: Jose Luis Arias Gonzales. Obtenido de http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2236/1/AriasGonzales_ProyectoDeTesis_libro.pdf
- Arias, J. (2021). Estilos de liderazgo y engagement laboral en analistas de crédito del sector financiero. *Deafios*, 12(1). Obtenido de <http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/256e/18>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodologia de la investigacion*. Arequipa: Enfoques consulting EIRL. Obtenido de <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Bautista, R., Cienfuegos, R., & Aquilar, J. (2020). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista Valor Agregado*, 7(1), 64-60. doi:10.17162/riva.v7i1.1417
- Berry, L. (1981). *The employee as customer*.
- Bueno, A., & Rosas, P. (2022). *Influencia de la comunicación interna en la actitud al trabajo en equipo*. Arequipa: Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de San Austin. Obtenido de

- http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/14181/Rlrobapc_bureaa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cardona, D., Escudero, E., & Machado, J. (2017). Endomarketing: hacia la construcción de la identidad empresarial. *Revista Cultural Unilibre*, 1(2), 49-56. doi:10.18041/1909-2288/revista_cultural.2.2017.4225
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., & Guerrero, M. (2019). *Metodología para la investigación holística*. Guayaquil: Repositorio Institucional de la Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3893/3/Metodolog%c3%ada%20para%20la%20investigaci%c3%b3n%20hol%c3%adstica.pdf>
- Castañeda, S. (2019). Endomarketing y aprendizaje organizacional: una herramienta para la gestión. *Novum*, 11(9), 184-196. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5713/571360752010/571360752010.pdf>
- Castañeda, S. (2019). Endomarketing y aprendizaje organizacional: una herramienta para la gestión. *Revista Novum*, 2(9), 184-196. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/76345>
- Castro, A., & Díaz, P. (2021). Internal communication as a strategic area for innovation through change management and organizational happiness. *Obra digital*(20), 131-148. Obtenido de <http://revistesdigitals.uvic.cat/index.php/obradigital/article/view/293/347>
- Chafloque, C. (2020). *Acercamiento teórico al endomarketing como herramienta para las organizaciones*. Artículo de Bachiller - Universidad Peruana Unión. Repositorio de Tesis, Universidad Peruana Unión. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12840/3714>
- Chambi, D. (2021). *Estres laboral y rendimiento laboral en colaboradores de la empresa Minera Titan del Peru SRL*. Arequipa: Repositorio de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/13408/TSchneda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chiavenato, I. (2019). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones*. McGraw-Hill.
- Chiavenato, I., Martínez, L. E., Soto, A., & Granados, L. (2017). *Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones*. McGraw-Hill Interamericana.
- Chirinos, L. (2021). *Influencia del endomarketing en el compromiso organizacional de los trabajadores [Tesis de maestría]*. Arequipa: Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de San Agustín. Obtenido de <http://190.119.145.154/bitstream/handle/20.500.12773/13544/UPchvelc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Choi, Y., Miao, C., Oh, S., Berry, M., & Kim, K. (2018). Relative importance of major job performance dimensions in determining supervisors overall job performance rating. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 36(3), 377-389.

- Colunge, L. (2021). *Endomarketing y desempeño laboral en los colaboradores de la empresa Malita Perú*[Tesis de grado]. Lurín.: Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Lima. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1795/Colunge%20Chu%2c%20Lucero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Contreras, F. (2022). *Endomarketing para la resiliencia: análisis de una transnacional de la industria electrónica ubicada en Jalisco*[Tesis doctoral]. México: Repositorio de la Universidad de Guadalajara. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Francia-Contreras/publication/359802634_Endomarketing_para_la_resiliencia_analisis_de_una_transnacional_de_la_industria_electronica_ubicada_en_Jalisco_Mexico/links/624f3cd3d726197cfd43b976/Endomarketing-para-la-resilie
- Coronado, J. (2021). *Influencia del endomarketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la clínica la luz*[Tesis de grado]. Tacna: Repositorio Institucional de la Universidad Privada de Tacna. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2181/Coronado-Soto-Paula.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- De la Cruz, I., & Julca, J. (2019). *El impacto de la toma de decisiones financieras en la rentabilidad de las empresas productoras y comercializadoras de helados artesanales*[Tesis de licenciatura]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625762/De%20La%20Cruz_fi.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Díaz, E., & Chávarry, P. (2022). Emotional intelligence as an effective tool for improving job performance in public officials: A review. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 12(2), 97-113. doi:<https://doi.org/10.17162/au.v12i2.1035>
- Díaz, G., & Salazar, D. (2020). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39, 19-36. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/podium/n39/2588-0969-podium-39-19.pdf>
- Díaz, L., & Hernández, N. (2021). *Diseñar un modelo estratégico de comunicación para facilitar el direccionamiento corporativo*. Cali: Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Occidente. Obtenido de https://dspace-uao.metacatalogo.com/bitstream/handle/10614/13009/T09763_Dise%3b1ar%20un%20modelo%20estrat%3a9gico%20de%20comunicaci%3bn%2c%20MEC%20para%20facilitar%20el%20direccionamiento%20corporativo%20de%20la%20empresa%20Bio-stevia%20S.A.S%20de%20
- Dos Santos, J., & Concalves. (2018). Organizational culture, internal marketing, and perceived organizational support in portuguese higher education institutions. *Revista de Psicologia del Trabajo y de las Organizaciones*, 34(1). Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1576-59622018000100038&lang=es
- Escarcena, E., & Quispe, Y. (2022). *Endomarketing y la mejora continua en la empresa Auno EIRL, Arequipa*[Tesis de maestría]. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad César

- Vallejo. Obtenido de
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89347/Escarcena_MEM-Quispe_MY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, J., & Gomez, I. (2018). Apoyo organizacional percibido y compromiso organizacional en una empresa privada de lima. *Organio de Difusion Cientifica del Departamento de Psicologia UC BSP*, 16(1). Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2077-21612018000100001&script=sci_arttext
- Galvis, V., & Marín, V. (2020). *Influencia de los programas de endomarketing en la retencion de talentos de la generacion Millenial en Mypez[Tesis de maestría]*. Medellín: Repositorio Institucional de la Universidad EAFIT. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/17445/Vanessa_GalvisRendon_Vanessa_MarinHigueta_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- García Gaona, A., & Tomanguilla Higinio , A. (2021). *Relación entre Marketing Interno y Desempeño Laboral del Talento Humano de una Institución educativa en Chiclayo 2021 [Tesis de grado]*. Respositorio institucional. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72701/Garc%C3%ADa_GAP-Tomanguilla_HA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gil, D. (2018). O endomarketing como elemento motivador. *Revista electronica cientifica da URGs*, 4(4). doi:<https://doi.org/10.21674/2448-0479.44.595-605>
- Gonzales, H. (2021). *La capacitacion de personal y su relacion la eficiencia laboral de los trabajadores de la empresa majes brada*. Arequipa: Repositorio Institucional de la Universidad San Agustín de Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/13627/Rizubarv.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios*. Diaz y Santos.
- Gutierrez Rodriguez, K. (2020). *“El marketing interno y el desempeño laboral en la empresa programa de capacitación y formación docente E.I.R.L de la ciudad de Trujillo, año 2020” . [Tesis de grado]*. Respositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27677/Gutierrez%20Rodriguez%2C%20Katherin%20Patricia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill.
- Ignacio, D., Ygnacio, A., Sánchez, M., Rosas, C., Reyes, C., & Rodriguez, J. (2021). *La influencia de la motivacion en la productividad laboral*. Saez editorial. Obtenido de <https://savezeditorial.com/index.php/savez/article/view/5/10>
- León, M., & Orihuela, D. (2021). *Un acercamiento teórico del marketing interno*. Artículo de Bachiller - Universidad Peruana Unión. Repositorio de tesis, Universidad Peruana Unión.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigacion social cuantitativa*. Repositorio Institucional de la Universidad Autonoma de Barcelona. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf

- Luna, O., Armendariz, C., & Andrade, F. (2019). Cultura y clima organizacional en el desempeño laboral de empleados de los distritos costeros de educación en el Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 1. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500327
- Madero, S. (2019). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores. *Acta Universitaria*, 29(e2153), 1-18. doi:<http://doi.org/10.15174/au.2019.2153>
- Marchant, H. (2012). *Competencias y evaluación del desempeño: Factores de éxito/fracaso que han influido en las experiencias implementadas*. Chile: Repositorio Universidad Alberto Hurtado. Obtenido de <https://repositorio.uahurtado.cl/bitstream/handle/11242/5399/MGPOMarchant.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marín, H., & Placencia, M. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Revista Horizontes Médicos*, 17(4), 42-52. doi:10.24265/horizmed.2017.v17n4.08
- Mayor, A., Souto, L., & Sánchez, S. (2021). A look at the management of human resources in small private: Entrepreneurship. *Universidad de la Habana*(292). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762021000200013
- Mayorga, P. (2022). *La influencia del clima organizacional en el desempeño laboral*. Ecuador: Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35277/1/43%20ADP.pdf>
- Mendoza, W., García, T., Delgado, M., & Barreiro, I. (2018). Internal control and its influence on the administrative management of the public sector. *Dominio de Ciencias*, 4(4), 206-240.
- Mestanza, L., & Panduro, J. (2021). *El endomarketing y la productividad laboral en una empresa panificadores [Tesis de grado]*. Trujillo: Repositorio de la Universidad Privada del norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30515/Mestanza%20Guanilo%20c%20Luz%20Esther-Panduro%20Valderrama%20c%20Judith.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Monsalve, D. (2022). *Estrategias de endomarketing para la satisfacción laboral de los colaboradores [Tesis de maestría]*. Pimentel.: Repositorio Institucional de la Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9443/Monsalve%20Here%20Deanna%20Mirella.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Monsefu, T. (2019). *El endomarketing y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa fusión mediterránea [Tesis de grado]*. Villa El Salvador: Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Lima. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1642/Monsefu%20Pe%20c3%b1a%20c%20Tamara%20Milagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nolazco, F., Bustamante, E., Moreno, R., & Carhuacho, I. (2021). Work motivation in a service company in Lima, Perú. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 162-176. Obtenido de

<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4462/1/1455-Texto%20del%20art%3%adculo-7963-1-10-20210112.pdf>

- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación. Cuantitativa-Cualitativa y Redación de la Tesis*. Mexico: Ediciones de la U.
- Olivera, Y., Leyva, L., & Napán, A. (2021). Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores. *Revista Científica de la UCSA*, 8(2). Obtenido de <http://revista-ucsa-ct.edu.py/ojs/index.php/ucsa/article/view/56>
- Parasuraman, A. (1997). *Reflections on gaining competitive advantage through customer*.
- Parra, M., Duran, S., Márceles, V., Yarzagaray, J., Valenzuela, I., Payares, K., . . . Ramírez, J. (2018). Factores del clima organizacional existentes en el área administrativa en empresas de Barranquilla. *Espacios*, 39(50), 21. Retrieved from <https://bit.ly/3iLw059>
- Pashanasi, B., Gárate, J., & Palomino, G. (2021). Job performance in higher education institutions: A Latin American literature review. *Comuni@cción*, 12(3), 163-174. doi:10.33595/2226-1478.12.3.537
- Paz, J., Huaman, A., & Tarillo, J. (2020). Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral en colaboradores de una asociación educativa. *Apuntes universitarios*, 10(4), 108-124. doi:<https://doi.org/10.17162/au.v10i4.495>
- Peixeira, C., Teresa, C., Susana, C., & Tinoco, B. (2018). Internal marketing and job satisfaction in hotels in via costeira. *Tourism & Management Studies*, 14(S11), 36-42. doi:10.18089/tms.2018.14S1104
- Quispe, A., & Córdor, J. (2021). *Una aproximación teórica sobre el desempeño laboral, su origen y modelo*. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad Peruana Union. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4894/Alejandro_Trabajo_Bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe, S. (2020). *Importancia de la evaluación del desempeño laboral*. Puno: Repositorio Institucional de la Universidad Nacional del Antiplano. Obtenido de http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/14901/Quispe_Cachi_Sonia.pdf?s#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20desempe%C3%B1o%20laboral%20es%20de%20suma%20importancia%20para,un%20ejercicio%20de%20examen%20sino
- Ramirez, R., & Nazar, G. (2019). Factores motivacionales de diseño del trabajo y su relación con desempeño laboral. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 19(4), 791-799. doi:10.17652/rpot/2019.4.17517
- Ramos, C., Figueroa, R., & Bordonave, J. (2021). Endomarketing para desarrollar compromiso organizacional del personal administrativo del organismo de formalización de la propiedad informal. *Ciencia Latina*, 6(1).
- Rebaza, D., & Vizconde, H. (2019). *El endomarketing para el mejoramiento de la calidad del servicio de la empresa de calzados ASCATE [Tesis de grado]*. Trujillo: Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42490/Rebaza_VDY-Vizconde_BHR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rincón, O., & Aldana, L. (2021). Cultura organizacion y su relacion con los sistemas de gestion. *Signos*, 13(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5604/560468688013/560468688013.pdf>
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional, en busca del desarrollo de ventajas competitivas*.
- Rodríguez, K., & Lechuga, J. (2019). Desempeño laboral de los docentes de la Institución Universitaria ITSA. *Revista EAN*(87), 79-101. doi:10.21158/01208160.n87.2019.2452
- Romo, M., & Acosta, S. (2021). Teletrabajo,modalidad que demanda compromiso y fiabilidad en los empleados. *Boletín cinetífico Investigium*, 7(13), 17-23. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/investigium/article/view/7303>
- Rovira, M. (2020). *Endomarketing y su influencia en el comportameinto organizacional de los colaboradores del area de ventas de Sumesa [Tesis de grado]*. Guayaquil: Repositorio Institucional de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4813/1/T-ULVR-3880.pdf>
- Ruiz, J., Solís, C., & López, N. (2021). The Impact of Strategic Planning on Marketing Performance: a critical review. *Revista Científica Anfibios*, 4(2). Obtenido de <https://www.revistaanfibios.org/ojs/index.php/afb/article/view/93/109>
- Sanchez, B. (2019). *Plan de mejoramiento en el área de RRHH del proceso de selección, contratación, capacitación y retención de personal [Tesis de grado]*. Colombia: Repositorio Institucional de la Universidad Piloto de Colombia. Obtenido de <http://repositorio.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/6300>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanista*. Lima: Repositorio Institucional de la Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Sarmiento, D. (2021). *Plan de endomarketing para la satisfaccion laboral de los trabajadores de una empresa agroindustrial[Tesis de maestría]*. Lambayeque: Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57579/Sarmiento_MDJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Severo, E., Kenmerich, E., & Parizzotto, R. (2019). O ENDOMARKETING E A SATISFAÇÃO NO TRABALHO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR. *Revista de Administracion de Roraima*, 9(1). doi:<https://doi.org/10.18227/2237-8057rarr.v9i1.5070>
- Ticahuanca, F., & Mamani, B. (2021). Un acercamiento teórico del desempeño laboral. *Valor Agregado*, 86-98. Obtenido de <https://doi.org/10.17162/riva.v8i1.1633>
- Torres, M. (2022). Endomarketing; a key piece in the design and management of a liquid experience. *Revista de Investigaciones ULCB*, 9(2), 51-58. Obtenido de <https://revistas.ulcb.edu.pe/index.php/REVISTAULCB/article/view/236/448>
- Tucumango, F., & Zelada, F. (2022). *Selección de personal y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa*. Cajamarca: Repositorio Institucional de la Universidad

Antonio Guillermo Urrelo. Obtenido de
<http://65.111.187.205/bitstream/handle/UPAGU/2221/TESIS%20SELECCION%20DE%20PERSONAL%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESEMPE%c3%91O%20LABORAL%20DE%20LOS%20TRABAJADORES%20EN%20LA%20EMPRESA%20MIBANCO%20S.A%20AGENCIA%20CAJAMARCA%202021.pdf?sequence=1&isAllo>

Valderrabano, L., & Arellano, N. (2019). Las acciones de marketing interno y el compromiso organizacional en hoteles de cuatro y cinco estrellas. *Organicom*, 16(30), 175-188.
doi:<https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2019.154577>

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es la relación del endomarketing y el desarrollo de capacidades de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación del endomarketing y la contratación y retención de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación del endomarketing y la adecuación al trabajo de los trabajadores de la</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Establecer la relación del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la relación del desarrollo de capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p> <p>Demostrar a relación de la contratación y retención, y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación significativa del endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe relación significativa entre el desarrollo de capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p> <p>Existe relación significativa entre la contratación y retención con el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p> <p>Existe relación significativa de la adecuación al trabajo y el</p>	<p>Variable 1</p> <p>X= Endomarketing</p> <p>Dimensiones</p> <p>x₁= Desarrollo de capacidades</p> <p>x₂= Contratación y retención de los empleados</p> <p>x₃= Adecuación al trabajo</p> <p>x₄=Comunicación Interna</p> <p>Variable 2</p> <p>Y= Desempeño Laboral</p> <p>Dimensiones</p> <p>y₁= Ambiente de trabajo</p> <p>y₂= Motivación</p> <p>y₃= Comunicación</p>	<p>Método general:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Método científico - Método deductivo <p>Enfoque:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cuantitativo <p>Alcance o nivel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Correlacionales <p>Tipo de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Básica <p>Diseño de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - NO experimentales, Transversales del tipo correlacional <p>Población: 81</p> <p>Muestra: 67</p> <p>Probabilístico, aleatoria</p> <p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionarios

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación del endomarketing y la comunicación interna de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura, 2022?</p>	<p>Determinar la relación de la adecuación al trabajo y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p> <p>Establecer la relación de la comunicación interna y el desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p>	<p>desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p> <p>Existe relación significativa la comunicación interna y desempeño laboral de los trabajadores de la Empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.</p>	<p>y₄= Equipo de trabajo</p>	<p>* Cuestionario de endomarketing de Alburqueque</p> <p>*Cuestionario de desempeño laboral de Rebaza y Vizconde</p>

Anexo 2: Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Numero de pregunta	Instrumentos
Y= Endomarketing)	Según Rebaza y Vizconde (2019), el endomarketing comprende un conjunto de acciones donde se busca motivar a los colaboradores la cual pueden sentirse como clientes la cual crean un valor para la empresa	El endomarketing será medido mediante la aplicación de un cuestionario, que se elaborará teniendo en cuenta las siguientes dimensiones: desarrollo de capacidades. contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo y comunicación interna; con el uso de la escala de medición ordinal.	Y ₁ =Desarrollo de capacidades	Y ₁₁ =Oportunidades, capacitación y conocimiento	1-4	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de Rebaza y Vizconde
			Y ₂ =Contratación y retención de los empleados	Y ₂₁ =Calidad en contratos, remuneraciones y pagos extras	5-8	
			Y ₃ =Adecuación al trabajo	Y ₃₁ =Cambio de función, libertad de decisión	9-12	
			Y ₄ =Comunicación interna	Y ₄₁ =Conocer resultados, valores, cambios, objetivos	13-16	

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Numero de pregunta	Instrumentos
X= Desempeño o laboral	Según Alburqueque (2022) El desempeño laboral es medido por los niveles de su productividad en las que fluctúan elementos como el ambiente, las habilidades blancas y el ambiente laboral	El desempeño laboral será medido a través de sus dimensiones ambiente de trabajo, motivación, comunicación, equipo de trabajo, a través de la aplicación del cuestionario, con ítems de la escala de medición ordinal.	X ₁ =Ambiente de trabajo	X ₁₁ =Recursos adecuados X ₁₂ =Infraestructura X ₁₃ =Acceso a la información X ₁₄ =Intención social	1-4	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de Alburqueque
			X ₂ =Motivación	X ₂₁ =Estado emocional X ₂₂ =Recompensas X ₂₃ =Reconcomiendo de trabajo X ₂₄ =Elogios verbales	5-9	
			X ₃ =Comunicación	X ₃₁ =Expresión emocional X ₃₂ =Control X ₃₃ =Retroalimentación	10-13	
			X ₄ =Equipo de trabajo	X ₄₁ =Confianza X ₄₂ =Apoyo X ₄₃ =Sinergia X ₄₄ =Proactividad	14-19	

Anexo 3: Instrumentos de investigación

CUESTIONARIO N°01

Instrucciones:

- Señor(a) el presente cuestionario es confidencial y anónima, tiene como objetivo: Determinar la relación del desarrollo de capacidades y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Ingeniería & Arquitectura Yauricocha, 2022.
- Para contestar las preguntas lea cuidadosamente el enunciado y escoja solo una respuesta marcando con una X sobre la opción con la cual este de acuerdo, según la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

- Género Femenino () Masculino ()
- Edad: 20 a 30 años () 31 a 40 años () 41 a 50 años () 51 a 60 años () a más ()
- Grado de instrucción Primaria () Secundaria () Técnico () Superior () Posgrados ()
- Área de trabajo Obrero () Técnico () Empleado () Administrativo () Funcionario ()
- Lugar de residencia Huancayo () El Tambo () Chilca () Otros ()

Agradecemos su colaboración y honestidad por responder cada una de las preguntas.

N°	ITEM	ESCALAS				
1	La empresa me capacita para desarrollar mis labores diarias.	1	2	3	4	5
2	Recibo capacitaciones respecto a mis funciones a realizar.	1	2	3	4	5
3	Sé cómo trabajador lo que la empresa espera del desarrollo de mis funciones.	1	2	3	4	5
4	La empresa ofrece cursos o talleres para aumentar mi conocimiento en mi puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
5	Usted cree que el proceso de reclutamiento de nuevos empleados es claro y se especifica lo que se espera del desarrollo de mis funciones.	1	2	3	4	5
6	Está definida de manera clara las actividades y las responsabilidades de los nuevos empleados.	1	2	3	4	5
7	Soy remunerado de acuerdo a mis funciones.	1	2	3	4	5
8	La empresa ofrece un sistema de trabajo acorde al rubro.	1	2	3	4	5
9	La empresa reconoce las labores que hago en el trabajo.	1	2	3	4	5

10	La empresa es flexible ante situaciones de emergencias personales.	1	2	3	4	5
11	La empresa se preocupa en asignar actividades de acuerdo a las habilidades de cada uno de los empleados.	1	2	3	4	5
12	Tengo la libertad para tomar decisiones respecto al desarrollo de mis funciones.	1	2	3	4	5
13	La empresa cuenta con diversas áreas que facilitan atender las necesidades de los empleados.	1	2	3	4	5
14	La empresa da a conocer las metas y los objetivos anuales.	1	2	3	4	5
15	Estoy informado de los resultados de mi área de trabajo.	1	2	3	4	5
16	Tengo la libertad de expresar mis necesidades, reclamos o quejas.	1	2	3	4	5
17	La empresa da a conocer los resultados alcanzados al cierre del año.	1	2	3	4	5
18	Conozco la cultura organizacional de la empresa (misión, visión, políticas y valores).	1	2	3	4	5
19	La empresa da a conocer las actividades que se desarrollan a favor de los trabajadores.	1	2	3	4	5
20	Cuenta usted con los equipos de protección personal adecuados para poder desarrollar sus funciones.	1	2	3	4	5
21	Cuenta usted con los recursos necesarios para poder desarrollar sus objetivos o metas.	1	2	3	4	5
22	Usted tiene acceso a la información necesaria para poder desarrollar sus actividades con normalidad.	1	2	3	4	5
23	El ambiente de trabajo permite el buen desempeño de sus actividades dentro de la empresa.	1	2	3	4	5
24	La empresa lo motiva a brindar su mejor esfuerzo para alcanzar los objetivos.	1	2	3	4	5
25	Cree que las practicas de motivación e impulso que le brinda la empresa son adecuadas para afrontar las exigencias y desafíos.	1	2	3	4	5
26	Su desempeño ha mejorado a través de las prácticas de motivación que emplea la empresa.	1	2	3	4	5
27	Según su experiencia, cuando se siente feliz realiza mejor sus funciones dentro del trabajo.	1	2	3	4	5
28	La empresa fomenta constante comunicación respecto a lo esperado de usted respecto a sus funciones.	1	2	3	4	5
29	Al cometer errores se le comunica de manera oportuna y al tener logros se le comunica de manera positiva.	1	2	3	4	5
30	En base a su experiencia, diría que la comunicación dentro de la empresa es fluida entre empleado y jefe directo para la resolución de problemas y conflictos.	1	2	3	4	5
31	La empresa fomenta la comunicación entre las diferentes áreas para un mejor clima laboral.	1	2	3	4	5
32	La empresa realiza prácticas de confianza entre los empleados de cada área.	1	2	3	4	5
33	La empresa fomenta el trabajo en equipo.	1	2	3	4	5
34	Existe compañerismo entre los equipos de trabajo.	1	2	3	4	5

35	La empresa fomenta el respeto y la cordialidad entre los empleados de cada área.	1	2	3	4	5
----	--	---	---	---	---	---

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 4: Validación de instrumentos

FICHA PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombre del instrumento:	Cuestionario de Endomarketing y Desempeño Laboral
Título de la investigación:	ENDOMARKETING Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA INGENIERIA & ARQUITECTURA YAURICOCHA,2022.
Nombre del juez/experto:	Mg. Portugal Rojas Christian Miguel
Teléfono:	993624237
Correo electrónico:	christianportugal@gmail.com /cportugalr@continental.edu.pe
Área de acción laboral:	Docente
Título Profesional:	Licenciado en Relaciones Industriales
Grado Académico:	Master Universitario en creación y dirección de empresa

INDICACIONES: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de prestación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables y dimensiones.					X					X					X
10. Los ítems son medibles directamente.					X					x					X
Total parcial	50					50					50				
Total	150														
Congruencia	Claridad					Tendenciosidad (sesgo en la formulación de los ítems, es decir, si sugieren o no una respuesta)									
5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente	5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente					5 - Mínimo 4 - Poca 3 - Regular 2 - Bastante 1 - Fuerte									

Escala de calificación final:

Deficiente (30-54) - Regular (55-78) - Bueno (79-102) - Satisfactorio (103-126) - Óptimo (126-150)

Observaciones:
No hay observaciones

Firma del Experto

D.N.I.: 10803396

FICHA PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombre del instrumento:	Cuestionario de Endomarketing y Desempeño Laboral
Título de la investigación:	ENDOMARKETING Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA INGENIERIA & ARQUITECTURA YAURICOCHA,2022.
Nombre del juez/experto:	Mg. Matos Chancas Elsa
Teléfono:	990946099
Correo electrónico:	elsitamatos6@gmail.com
Área de acción laboral:	Gerente y docente en diversas instituciones
Título Profesional:	Licenciada en Psicología
Grado Académico:	Maestría en Recursos Humanos y Gestión Organizacional

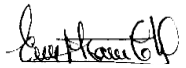
INDICACIONES: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de prestación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables y dimensiones.					X					X					X
10. Los ítems son medibles directamente.					X					X					X
Total parcial	50					50					50				
Total	150														
Congruencia	Claridad					Tendenciosidad (sesgo en la formulación de los ítems, es decir, si sugieren o no una respuesta)									
5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente	5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente					5 - Mínimo 4 - Poca 3 - Regular 2 - Bastante 1 - Fuerte									

Escala de calificación final:

Deficiente (30-54) - Regular (55-78) - Bueno (79-102) - Satisfactorio (103-126) - Óptimo (126-150)

Observaciones:
No hay observaciones

Firma del Experto
 D.N.I.: 45141590

FICHA PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Nombre del instrumento:	Cuestionario de Endomarketing y Desempeño Laboral
Título de la investigación:	ENDOMARKETING Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA INGENIERIA & ARQUITECTURA YAURICOCHA,2022.
Nombre del juez/experto:	Carlos Castillo Melendez
Teléfono:	960859820
Correo electrónico:	castillomelendezcarlosmail.com
Área de acción laboral:	Administrativo / docencia superior / consultorio
Título Profesional:	Psicología
Grado Académico:	Maestro


INDICACIONES: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de prestación de los ítems es óptima.					x					x					x
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables y dimensiones.					X					X					X
10. Los ítems son medibles directamente.					X					X					X
Total parcial	50					50					50				
Total	150														
Congruencia	Claridad					Tendenciosidad (sesgo en la formulación de los ítems, es decir, si sugieren o no una respuesta)									
5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente	5 - Optimo 4 - Satisfactorio 3 - Bueno 2 - Regular 1 - Deficiente					5 - Mínimo 4 - Poca 3 - Regular 2 - Bastante 1 - Fuerte									

Escala de calificación final:

Deficiente (30-54) - Regular (55-78) - Bueno (79-102) - Satisfactorio (103-126) - Óptimo (126-150)

Observaciones:
Ninguna

Firma del Experto

D.N.I.: 70331512

Anexo 5: Confiabilidad de instrumentos

Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	SUMA DE ITEMS
1	3	3	4	2	4	4	4	4	2	5	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	2	3	3	5	3	3	2	3	3	4	3	4	116
2	4	4	5	2	3	3	5	5	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	139
3	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	140
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	162
5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	101
6	1	2	1	3	1	2	4	1	2	1	4	5	2	1	4	3	1	4	2	5	2	2	4	2	2	5	5	3	2	5	3	3	5	5	5	102
7	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	153
8	3	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	123
9	2	1	3	1	1	1	3	2	2	3	2	4	2	2	3	3	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	4	1	1	2	1	2	1	2	3	65
10	3	4	5	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	4	5	3	5	4	5	4	2	3	2	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	128
11	5	5	4	2	2	2	1	3	1	5	5	2	5	4	2	4	1	1	3	5	2	2	1	1	1	1	5	5	5	4	5	5	5	4	4	112
12	3	4	4	2	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	123
13	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	5	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	127
14	4	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	128
15	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	103
Varianza	1,55	1,27	0,98	0,84	1,07	1,35	1,10	1,38	1,21	1,07	0,70	0,69	0,97	1,07	0,84	0,57	1,12	1,67	0,98	1,35	1,35	1,21	1,27	0,97	1,27	1,40	0,55	0,84	1,07	0,84	1,21	0,69	1,27	0,81	0,43	561,12
SUMA DE VARIANZA DE LOS ITEMS																																			36,92	
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS																																			561,12	
NUMERO DE ITEMS																																			35	
$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$																																			0,9617	

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de	
Cronbach	N de elementos
,962	35

Anexo 6: Fotografías



