

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Marketing
Escuela Académico Profesional de Administración y Recursos Humanos

Tesis

***Endomarketing* y satisfacción laboral en los docentes
de las instituciones educativas públicas del distrito
de Oxapampa, 2023**

Carla Chacon Diaz
Angie Pamela Villanueva Paucar
Stace Aziyade Privat Samar

Para optar el título profesional de Licenciada en
Administración y Marketing
Para optar el título profesional Licenciada en
Administración y Marketing

Huancayo, 2024

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa
DE : Gladys Dora Idone Cordova
Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 31 de Julio de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

Endomarketing y Satisfacción Laboral en los Docentes de las Instituciones Educativas Públicas del Distrito de Oxapampa, 2023

Autores:

1. Carla Chacon Diaz – EAP. Administración y Marketing
2. Angie Pamela Villanueva Paucar – EAP. Administración y Marketing
3. Stace Aziyade Privat Samar – EAP. Administración y Recursos Humanos

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 20 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- | | | | | |
|---|----|-------------------------------------|----|-------------------------------------|
| • Filtro de exclusión de bibliografía | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> |
| • Filtro de exclusión de grupos de palabras menores
Nº de palabras excluidas (15): | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> |
| • Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante | SI | <input type="checkbox"/> | NO | <input checked="" type="checkbox"/> |

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original

Índice de Contenidos

Asesora	iii
Agradecimientos.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice de Contenidos.....	vi
Lista de Tablas	xi
Lista de Figuras.....	xiii
Resumen.....	xv
Abstract.....	xvi
Capítulo I.....	19
Planteamiento del Estudio.....	19
1.1. Delimitación de la Investigación	19
1.1.1. Territorial.....	19
1.1.2. Temporal.....	19
1.1.3. Conceptual.....	19
1.2. Planteamiento del Problema	20
1.3. Formulación del Problema.....	31
1.3.1. Problema General.....	31
1.3.2. Problemas Específicos.....	31
1.4. Objetivos de Investigación.....	32
1.4.1. Objetivo General.....	32
1.4.2. Objetivos Específicos.....	32
1.5. Justificación de la Investigación	32
1.5.1. Justificación Teórica.....	32

1.5.2. Justificación Práctica.....	33
Capítulo II.....	34
Marco Teórico	34
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	34
2.1.1. Artículos Científicos.....	34
2.1.2. Tesis Internacionales y Nacionales.	37
2.2. Bases Teóricas	45
2.2.1. Satisfacción Laboral.	45
2.2.2. Dimensiones de Satisfacción laboral.....	45
2.2.2.1. Teoría de Significación de la Tarea.	45
2.2.2.2. Teoría de Condiciones de Trabajo.	46
2.2.2.3. Teoría de Reconocimiento Personal o Social.....	46
2.2.2.4. Teoría de Beneficios Económicos.....	46
2.2.3. Endomarketing (marketing interno).	47
2.2.4. La Importancia del Marketing Interno.	47
2.2.5. Dimensiones del Marketing Interno.	48
2.2.5.1. Teoría de Desarrollo de Empleados.	48
2.2.5.2. Teoría de Contratación y Retención de los Empleados.	48
2.2.5.3. Teoría de Adecuación al Trabajo.	49
2.2.5.4. Teoría de Comunicación Interna.	49
2.3. Definición de Términos Básicos.....	50
Capítulo III.....	53
Hipótesis y Variables	53
3.1. Hipótesis	53
3.1.1. Hipótesis General.	53

3.1.2. Hipótesis Específicas.....	53
3.2. Identificación de las Variables.....	54
3.3. Operacionalización de las Variables.....	54
Capítulo IV	60
Metodología	60
4.1. Enfoque de la Investigación.....	60
4.2. Tipo de Investigación.....	60
4.3. Nivel de Investigación	61
4.4. Métodos de Investigación	61
4.4.1. Método General.....	61
4.4.2. Métodos Específicos.....	62
4.5. Diseño de Investigación.....	62
4.6. Población y Muestra	63
4.6.1. Población.....	63
4.6.2. Muestra.....	63
4.6.3. Muestreo.....	64
4.6.4. Criterios de Inclusión y Exclusión de la Muestra de Estudio.....	64
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	65
4.7.1. Técnicas.....	65
4.7.2. Instrumentos.....	66
4.7.2.1. Confiabilidad.....	69
4.7.2.2. Validez.....	71
4.8. Técnicas Estadísticas de Análisis de Datos	71
Capítulo V.....	72
Resultados.....	72

5.1. Descripción del Trabajo de Campo.....	72
5.2. Presentación de Resultados.....	72
5.2.1. Análisis de los Datos Generales.	72
5.2.2. Resultados de la Variable 1	75
5.2.2.1. Análisis General de la Variable Endomarketing	75
5.2.3. Resultados de la Variable 2	81
5.2.3.1. Análisis General de la Variable Satisfacción Laboral.....	81
5.2.4. Contrastación de Hipótesis.....	88
5.2.4.1. Procedimiento de recolección y análisis de datos.	88
5.2.5. Prueba de Normalidad y Bondad de Ajuste.	90
5.2.5.1. Prueba de Normalidad de las Puntuaciones de la Variable Endomarketing.	91
5.2.5.2. Prueba de Normalidad de las Puntuaciones de las Dimensiones de la Variable Endomarketing.	92
5.2.5.3. Prueba de Normalidad de las Puntuaciones de la Variable Satisfacción Laboral	93
5.2.5.4. Prueba de Normalidad de las Puntuaciones de las Dimensiones de la Variable Satisfacción Laboral	94
5.2.5.5. Determinación de Valores Atípicos.	95
5.2.6. Prueba de Significancia de las Hipótesis.....	97
5.2.6.1. Prueba de Significancia de la Hipótesis General de Estudio.	97
5.2.6.2. Prueba de Significancia de la Hipótesis Específica 1.	100
5.2.6.3. Prueba de Significancia de la Hipótesis Específica 2.	101
5.2.6.4. Prueba de Significancia de la Hipótesis Específica 3.	102
5.2.6.5. Prueba de significancia de la hipótesis específica 4.....	104

5.3. Discusión de Resultados.....	105
Conclusiones.....	110
Recomendaciones.....	112
Referencias.....	113
Apéndices.....	122

Lista de Tablas

Tabla 1. Top 10 mejores empresas a nivel mundial para trabajar según GPTW 2022.....	22
Tabla 2. Ranking mundial prueba PISA 2022	23
Tabla 3. Top 10 mejores empresas peruanas para trabajar según GPTW 2023	24
Tabla 4. Participación en acciones formativas.....	26
Tabla 5. Temáticas demandadas	27
Tabla 6. Carga laboral.....	27
Tabla 7. Nivel de dificultad percibida.....	28
Tabla 8. Problemas de salud	28
Tabla 9. Nivel de logro alcanzado en lectura 2019, en segundo de secundaria, región Pasco	30
Tabla 10. Identificación de variables	54
Tabla 11. Matriz de operacionalización de las variables	55
Tabla 12. Muestra estratificada y aleatoria simple	64
Tabla 13. Cuestionario de endomarketing (marketing interno).....	66
Tabla 14. Cuestionario de satisfacción laboral	68
Tabla 15. Alfa de Cronbach de la variable Endomarketing.....	69
Tabla 16. Alfa de Cronbach de la variable Satisfacción laboral.....	70
Tabla 17. Interpretación del coeficiente de confiabilidad de alfa de Cronbach.....	70
Tabla 18. Validación de expertos.....	71
Tabla 19. Muestra estratificada y aleatoria simple	72
Tabla 20. Medidas de resumen de las edades	73
Tabla 21. Medidas de resumen del tiempo de antigüedad de los docentes.....	74
Tabla 22. Categorías de las puntuaciones de endomarketing de los docentes del distrito de Oxapampa.....	75

Tabla 23. Categorías de las puntuaciones de la dimensión Desarrollo de colaboradores.....	77
Tabla 24. Categorías de las puntuaciones de la dimensión Contratación y retención de colaboradores.....	78
Tabla 25. Categorías de las puntuaciones de la dimensión Adecuación al trabajo.....	79
Tabla 26. Categorías de las puntuaciones de la dimensión Adecuación al trabajo.....	81
Tabla 27. Categorías de las puntuaciones de satisfacción laboral de los docentes del distrito de Oxapampa.....	82
Tabla 28. Categorías de las puntuaciones de la dimensión Significación de la tarea de los colaboradores.....	83
Tabla 29. Categorías de las puntuaciones la dimensión Condiciones de trabajo.....	85
Tabla 30. Categorías de las puntuaciones la dimensión Reconocimiento personal o social ...	86
Tabla 31. Categorías de las puntuaciones la dimensión Beneficios económicos	87
Tabla 32. Prueba de Normalidad	91
Tabla 33. Prueba de Correlación R de Spearman	99
Tabla 34. Prueba de correlación R de Spearman entre Endomarketing y Significación de la tarea	100
Tabla 35. Prueba de Correlación R de Spearman entre Endomarketing y Condiciones de trabajo.....	102
Tabla 36. Prueba de Correlación R de Spearman entre Endomarketing y Reconocimiento Personal o Social	103
Tabla 37. Prueba de correlación R de Spearman entre Endomarketing y Beneficios económicos.....	104

Lista de Figuras

Figura 1. Valoración de la carrera.....	26
Figura 2. Porcentaje de desaprobados en la región Pasco	29
Figura 3. Distribución porcentual de edades.....	73
Figura 4. Distribución porcentual del Tiempo de Antigüedad de los Docentes.	74
Figura 5. Categorías de las puntuaciones de endomarketing de los docentes del distrito de Oxapampa.	76
Figura 6. Niveles de la dimensión Desarrollo de colaboradores de la variable Endomarketing	77
Figura 7. Niveles de la dimensión Contratación y retención de los colaboradores de la variable Endomarketing.....	78
Figura 8. Niveles de la dimensión Adecuación al trabajo de los colaboradores de la variable Endomarketing.....	80
Figura 9. Niveles de la dimensión Comunicación interna de los colaboradores de la variable Endomarketing.....	81
Figura 10. Categorías de las puntuaciones de satisfacción laboral de docentes del distrito de Oxapampa	82
Figura 11. Niveles de la dimensión Significación de la tarea de los colaboradores de la variable Satisfacción laboral.....	84
Figura 12. Niveles de la dimensión Condiciones de trabajo de los colaboradores de la variable Satisfacción laboral.....	85
Figura 13. Niveles de la dimensión Reconocimiento personal o social de los colaboradores de la variable Satisfacción laboral	86

Figura 14. Niveles de la dimensión Beneficios económicos de los colaboradores de la variable Satisfacción laboral	88
Figura 15. Histograma de la distribución de las puntuaciones de la variable Endomarketing	92
Figura 16. Histograma de la distribución de las puntuaciones de la variable Satisfacción laboral	94
Figura 17. Diagrama de caja y bigotes para los valores de la variable Endomarketing	96
Figura 18. Diagrama de caja y bigotes para los valores de la variable Satisfacción laboral ...	97
Figura 19. Diagrama de dispersión entre los valores totales de las puntuaciones de Endomarketing y Satisfacción laboral	98

Resumen

Utilizar estrategias de *endomarketing* contribuye en el cumplimiento de metas y mejora de la imagen institucional. Sin embargo, si el colaborador no está lo suficientemente satisfecho en su centro de trabajo, puede afectar a la productividad y resultados de la organización. Por ello, el objetivo de la presente investigación fue determinar la relación existente entre el *Endomarketing* y la Satisfacción laboral en los docentes de las instituciones educativas públicas del distrito de Oxapampa. Se utilizó el método de investigación deductivo-inductivo de tipo aplicado con enfoque cuantitativo. El nivel de la investigación fue correlacional de diseño no experimental con carácter transversal. La muestra se obtuvo mediante el muestreo aleatorio simple, que estuvo conformada por 92 docentes, a los que se les aplicó un cuestionario para cada variable de estudio, el primer instrumento estuvo integrado por 18 ítems y el segundo instrumento contó con 27 ítems; en ambos casos se usó la escala de medición de tipo Likert. En el análisis inferencial de los resultados se usó el estadístico de prueba rho de Spearman, la correlación obtenida fue positiva entre las variables *Endomarketing* y Satisfacción laboral ($r = 0.361$); con lo cual se concluye que los docentes están conformes con las labores que desarrollan y en su área de trabajo, no obstante, existen algunas deficiencias en algunas prácticas de *endomarketing* que deben ser mejoradas para lograr un mayor grado de satisfacción laboral de los docentes.

Palabras claves: endomarketing, satisfacción laboral, significación de la tarea, condiciones de trabajo, reconocimiento social y/o personal, beneficios económicos.

Abstract

Using internal *marketing* strategies contributes to achieving goals and improving institutional image. However, if the employee is not sufficiently satisfied in their work center, it can affect the productivity and results of the organization. Therefore, the objective of this investigation was to determine the relationship between *endomarketing* and Labor Satisfaction among teachers at Public Educational Institutions in the district of Oxapampa. The deductive-inductive research method of applied type with a quantitative approach was used. The level of investigation was correlational in experimental design with a transversal character. The sample is obtained through a simple random sample, which is made up of 92 teachers, to which a questionnaire is applied for each study variable, the first instrument is integrated by 18 items and the second instrument contains 27 items; In both cases, the Likert-type measurement scale was used. In the inferential analysis of the results, the statistical test of Spearman's rho was used, the correlation obtained was positive between the variables *Endomarketing* and Labor Satisfaction ($r = 0.361$); from which it is concluded that teachers are in compliance with the work they undertake in their area of work, however, there are some deficiencies in some *endomarketing* practices that must be improved to achieve a greater level of Labor satisfaction among teachers.

Keywords: *endomarketing*, job satisfaction, significance of the task, working conditions, social and/or personal recognition, economic benefits.