

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**Relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la
Municipalidad de Cerro Colorado, 2023.**

Tesis presentada por el bachiller:
Cáceres Córdova, Hannia Lucía

ORCID:

0009-0002-0038-086X

Para optar el Título Profesional de **Licenciada en Administración de Empresas**

Asesor:

Mg. Trillo Espinoza Verónica Margarita

ORCID:0000-0002-6064-898X

Arequipa - Perú

2024

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TITULACIÓN CON TESIS
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 27 de Mayo del 2024

Dictamen: 010490-C-EPAE-2024

Visto el borrador del expediente 010490, presentado por:

2017220762 - CACERES CORDOVA HANNIA LUCIA

Titulado:

**RELACIÓN DEL ENDOMARKETING EN LA PERMANENCIA LABORAL DE LOS COLABORADORES
DE LA
MUNICIPALIDAD DE CERRO COLORADO, 2023**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**29254686 - VERA BALLON ERNESTO LUIS
DICTAMINADOR**



**29645810 - MIDOLO RAMOS WILFREDO ROMAN
DICTAMINADOR**



**29621879 - RIVERO FERNANDEZ RENZO RIMANETH
DICTAMINADOR**



Relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la Municipalidad de Cerro Colorado, 2023.

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

| | | | |
|---|---|------------------------|----|
| 1 | repositorio.unap.edu.pe | Fuente de Internet | 1% |
| 2 | revistas.upeu.edu.pe | Fuente de Internet | 1% |
| 3 | repositorio.une.edu.pe | Fuente de Internet | 1% |
| 4 | Submitted to Universidad TecMilenio | Trabajo del estudiante | 1% |
| 5 | renati.sunedu.gob.pe | Fuente de Internet | 1% |
| 6 | backend.aprende.sep.gob.mx | Fuente de Internet | 1% |
| 7 | biblioteca.usac.edu.gt | Fuente de Internet | 1% |
| 8 | repositorio.uncp.edu.pe | Fuente de Internet | 1% |
| 9 | www.scielo.org.mx | Fuente de Internet | 1% |

DEDICATORIA

A mi madre por el apoyo incondicional en mi vida y en mis proyectos profesionales, su ejemplo e inspiración por la paciencia al enseñarme, por el amor brindado y por estar.

A mi tío por ser una imagen paterna para mí, por su ejemplo y consejos que guían mi camino a alcanzar mis metas tanto profesionales como personales.



AGRADECIMIENTO

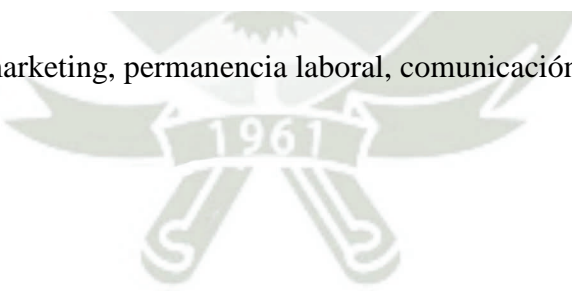
A Dios por las fuerzas y el valor que en todo momento me acompaña, a mi alma mater, la Universidad Católica Santa María, a mis queridos asesores que me acompañaron desde el principio en la realización de la tesis.



RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023. La investigación fue de tipo básica con un alcance descriptivo – correlacional, en el cual se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario bajo una escala likert, de este modo, la muestra se determinó mediante el muestreo no probabilístico por conveniencia, dando como resultado encuestar a 35 trabajadores de las distintas gerencias que posee la municipalidad de Cerro Colorado. Se tuvieron como resultados que el 65.7% de los trabajadores de la municipalidad expresan que hay un nivel medio de endomarketing, un 22.9% percibe que es un nivel alto y 11.4% un nivel bajo, de la misma manera, con respecto a la permanencia laboral se tuvo como resultado que el 60% percibe un nivel medio, el 37.1% un nivel alto y lo restante de 2.9% un nivel bajo. Como conclusión general, se indica que existe una correlación significativa, positiva y fuerte ($r=0,757$, $p< .001$) entre permanencia laboral y endomarketing de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.

Palabras clave: endomarketing, permanencia laboral, comunicación interna, retención laboral, municipalidad.



ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship of endomarketing in the labor permanence of the collaborators of the municipality of Cerro Colorado to 2023. The research was of a basic type with a descriptive-correlational scope, in which the survey technique was used and as an instrument the questionnaire under a likert scale, in this way, the sample was determined by non-probabilistic convenience sampling, resulting in a survey of 35 workers from the different management departments of the municipality of Cerro Colorado. The results showed that 65.7% of the workers of the municipality say that there is a medium level of endomarketing, 22.9% perceive that it is a high level and 11.4% a low level, in the same way, with respect to labor permanence, the results showed that 60% perceive a medium level, 37.1% a high level and the remaining 2.9% a low level. As a general conclusion, it is indicated that there is a significant, positive and strong correlation ($r=0.757$, $p< .001$) between labor permanence and endomarketing of the collaborators of the municipality of Cerro Colorado to 2023.

Key words: endomarketing, labor retention, internal communication, labor retention, municipality.



ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| RESUMEN | iv |
| ABSTRACT | v |
| ÍNDICE DE CONTENIDO | vi |
| ÍNDICE DE TABLAS | viii |
| ÍNDICE DE FIGURAS | ix |
| INTRODUCCIÓN | x |
| CAPITULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS | 12 |
| 1. Problema | 13 |
| 2. Descripción | 13 |
| 2.1. Campo, Área y Línea | 15 |
| 2.2. Tipo de problema | 15 |
| 2.3. Variables | 15 |
| 2.3.1. Análisis de Variables | 15 |
| 2.3.2. Operacionalización de variables | 16 |
| 2.3.3. Matriz de consistencia | 17 |
| 2.4. Interrogantes básicas | 19 |
| 2.4.1. Interrogante general | 19 |
| 2.4.2. Interrogantes específicas | 19 |
| 3. Justificación | 19 |
| 3.1. Justificación social | 19 |
| 3.2. Justificación académica | 19 |
| 3.3. Justificación practica | 19 |
| 3.4. Justificación profesional | 20 |
| 4. Objetivos | 20 |
| 4.1. Objetivo General | 20 |
| 4.2. Objetivos específicos | 20 |
| 5. Marco teórico | 20 |
| 5.1. Marco conceptual | 20 |
| 5.1.1. Endomarketing | 20 |
| 5.1.2. Permanencia laboral | 28 |
| 5.2. Antecedentes | 42 |

| | |
|--|-----------|
| 5.2.1. Antecedentes Internacionales | 42 |
| 5.2.2. Antecedentes Nacionales | 43 |
| 5.2.3. Antecedentes Locales | 44 |
| 6. Hipótesis | 45 |
| 6.1. Hipótesis general | 45 |
| CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL | 46 |
| 1. Técnicas e instrumentos | 47 |
| 2. Estructuras de los Instrumentos | 47 |
| 3. Campo de verificación | 47 |
| 3.1. Ámbito | 47 |
| 3.2. Temporalidad | 47 |
| 3.3. Unidades de Estudio | 47 |
| 3.3.1. Población | 47 |
| 3.3.2. Muestra | 48 |
| 3.3.3. Criterios de selección | 48 |
| 4. Estrategia de recolección de datos | 48 |
| CAPITULO III: RESULTADOS | 49 |
| 1. Resultados descriptivos | 50 |
| 1.1. Datos de control | 50 |
| 1.2. Variables y dimensiones | 52 |
| 1.3. Generales por ítems | 57 |
| 2. Resultados inferenciales | 63 |
| 2.1. Prueba de normalidad | 63 |
| 2.2. Correlación general | 64 |
| 2.3. Correlación por dimensiones | 64 |
| 3. Discusión | 66 |
| CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 68 |
| Conclusiones | 69 |
| Recomendaciones | 70 |
| REFERENCIAS | 71 |
| ANEXOS | 75 |
| Anexo 1: Instrumento de endomarketing | 75 |
| Anexo 2: Instrumento de Permanencia laboral | 77 |

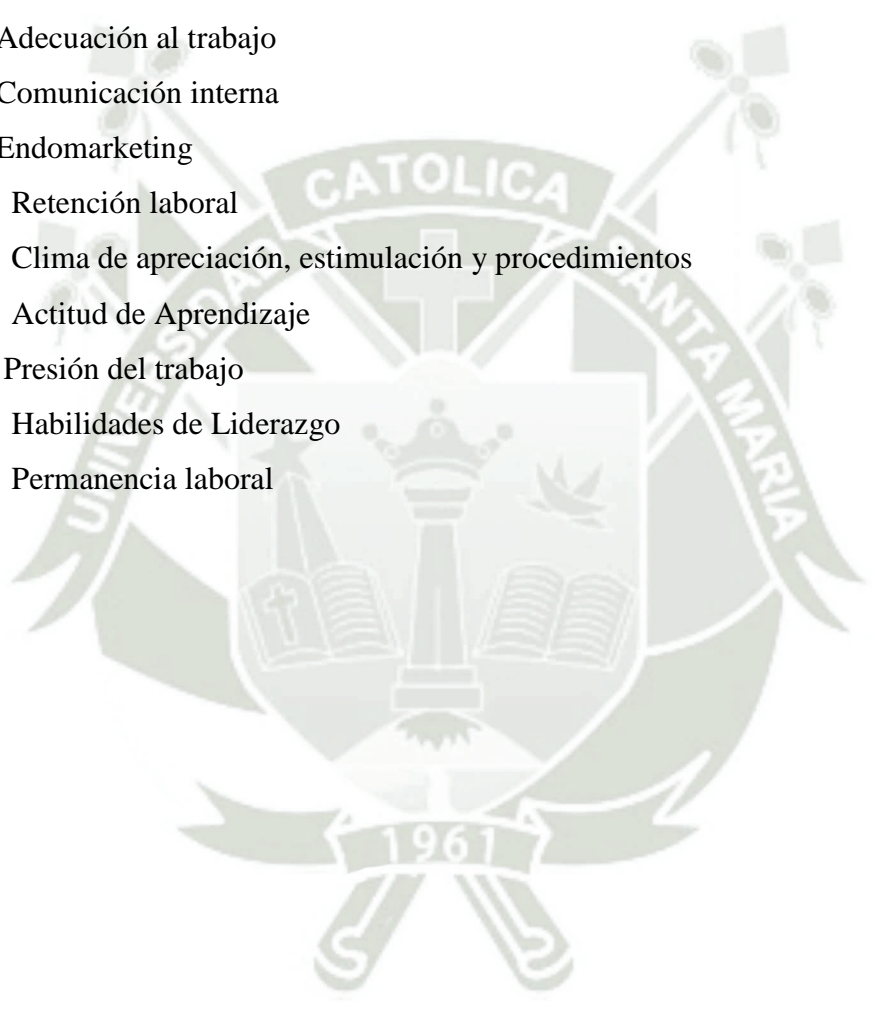
ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Operacionalización de las variables | 16 |
| Tabla 2 Matriz de consistencia | 17 |
| Tabla 3 Resultados por ítems – Variable Endomarketing | 57 |
| Tabla 4 Resultados por ítems – Variable Permanencia laboral | 60 |
| Tabla 5 Prueba de normalidad | 63 |
| Tabla 6 Correlación general | 64 |
| Tabla 7 Correlación por dimensiones | 64 |



ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|-----------|---|----|
| Figura 1 | Dato de control - sexo | 50 |
| Figura 2 | Dato de control - edad | 50 |
| Figura 3 | Dato de control – cargo en el que trabaja | 51 |
| Figura 4 | Dato de control – tiempo que lleva trabajando en la municipalidad | 51 |
| Figura 5 | Desarrollo | 52 |
| Figura 6 | Contratación y retención de los empleados | 52 |
| Figura 7 | Adecuación al trabajo | 53 |
| Figura 8 | Comunicación interna | 53 |
| Figura 9 | Endomarketing | 54 |
| Figura 10 | Retención laboral | 54 |
| Figura 11 | Clima de apreciación, estimulación y procedimientos | 55 |
| Figura 12 | Actitud de Aprendizaje | 55 |
| Figura 13 | Presión del trabajo | 56 |
| Figura 14 | Habilidades de Liderazgo | 56 |
| Figura 15 | Permanencia laboral | 57 |



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el endomarketing en una municipalidad y la permanencia de los colaboradores podrían estar siendo afectadas por eventos relacionados a la corrupción, falta de transparencia en la gestión y poco interés por acelerar o mejorar los procesos ya que se consideran como una labor menos relevante que mantener un sueldo atractivo y permanencia indefinida en el área de trabajo, donde no existe el monitoreo y control formal de metas como en las instituciones privadas, por lo tanto, el objetivo del estudio es determinar la relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.

Actualmente en el Perú, la gestión de la recaudación en las municipalidades durante los últimos años se ha agravado y presenta una serie de desatinos en el sistema administrativo tributario; por cuanto, no existen mecanismos efectivos para disciplinar la economía informal, la evasión tributaria y la corrupción, sumado la opinión imprecisa y negativa de los contribuyentes sobre los destinos de la recaudación, entre otros problemas que motiva la necesidad de edificar una propuesta de gestión más efectiva o un nuevo sistema tributario acorde con la realidad de cada municipio (Rojas & Barbarán, 2021).

La municipalidad está ubicada en Cerro Colorado, distrito de mayor extensión territorial de la provincia de Arequipa, la institución promueve e impulsa el desarrollo socioeconómico del distrito. La gestión trabaja bajo un lineamiento democrático, el cual es responsable de buscar impulsar obras de infraestructura, para una mejora de calidad de vida, ayudando a la reducción de la pobreza extrema a través de iniciación de los recursos y fomentando la inversión privada y el turismo (Municipalidad Distrital Cerro colorado, 2023).

En este contexto, el endomarketing propone la realización de actividades que permitan a los colaboradores alinear sus metas personales y profesionales, con el fin de generar experiencias positivas que establezcan vínculos emocionales y fomenten la motivación y el compromiso hacia la empresa (Noroño et al., 2020). Como segunda variable, se examinó la permanencia laboral, considerada esencial para el logro de los objetivos organizacionales. En este sentido, las organizaciones prestan mayor atención a las competencias, comportamientos, actitudes y habilidades de cada colaborador. La permanencia laboral se entiende como la duración del empleado en la empresa, vinculada a la aspiración individual de cumplir metas y continuar el desarrollo profesional dentro de la organización (Vanegas y Montoya, 2014).

La presente investigación está conformada por los capítulos:

Capítulo I: Fundamentos teóricos, el cual está conformado por el problema, descripción, variables, interrogantes básicas, justificación, objetivos, marco teórico, antecedentes e hipótesis investigativa.

Capítulo II: Planteamiento operacional está conformado por las técnicas e instrumentos, campo de verificación el cual contiene la población y muestra, finalmente se presenta la estrategia de recolección de datos.

Capítulo III: Resultados, el cual está compuesto por datos de control, resultados descriptivos por variables y dimensiones, resultados por ítems, prueba de normalidad, correlaciones y discusión de resultados.

Capítulo IV: Conclusiones y recomendaciones referidas a los objetivos planteados de investigación.

Finalmente, se presenta la lista de referencias y anexos.



CAPITULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS



1. Problema

Relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado, 2023.

2. Descripción

En esta investigación se determina la relación de dos variables, el endomarketing y la permanencia laboral de los colaboradores en la Municipalidad de Cerro Colorado Arequipa.

En ese sentido, el endomarketing plantea efectuar actividades con las cuales los colaboradores puedan considerar sus metas personales y profesionales, con el objeto de producir experiencias que marquen de forma positiva y posicionen a la empresa dentro de vínculos emocionales y estimulen la motivación y el compromiso (Norño et al., 2020).

Como segunda variable, se consideró a la permanencia laboral, ya que esta es una dimensión esencial para el cumplimiento de los objetivos de las empresas, gracias a esto las organizaciones les dan más interés a las competencias, comportamientos, actitudes, y destreza de cada uno de sus colaboradores. Así mismo, la permanencia laboral se comprende como la pasantía del empleado en la empresa, relacionada a la aspiración de una persona para cumplir sus objetivos y seguir su proyecto profesional en la empresa. (Vanegas y Montoya, 2014)

El problema de las instituciones por no aplicar estrategia referidas al endomarketing y permanencia laboral afecta no solo al cliente interno sino también al externo, por lo tanto, se debe actualizar a los trabajadores para una vez desarrolladas sus actividades se demuestre un desempeño de excelencia en el servicio ofrecido al cliente externo.

Según Payares et al. (2017) en Colombia, las empresas logran su desarrollo con estrategias de endomarketing que se ejecutan según las capacidades de las organizaciones que realizan para su desarrollo empresarial. Los trabajadores de la empresa con su desempeño pueden lograr mejorar día a día y de brindar un servicio de calidad, esto ayudará a posicionarla en un mercado más competitivo.

También se conoce como marketing interno, donde la empresa guía a los trabajadores hacia los objetivos compartiendo los lineamientos estratégicos como visión, misión, valores y normas empresariales. Para ello, es indispensable la comunicación y motivación para elevar el compromiso y la identificación con la empresa (Caridad, 2017).

Se debe saber también que la permanencia laboral es el tiempo que un trabajador pasa

en una organización como también el deseo del empleado a darle continuidad a los proyectos de la empresa en la que se encuentra para conseguir los objetivos organizacionales y los personales, existen diferentes factores que influyen en la permanencia laboral, entre los que se encuentran el ambiente social, el sentido de pertenencia los cuáles se tratarán en este estudio.

La municipalidad está ubicada en Cerro Colorado, distrito de mayor extensión territorial de la provincia de Arequipa, la institución promueve e impulsa el desarrollo socioeconómico del distrito. La gestión trabaja bajo un lineamiento democrático, el cual es responsable de buscar impulsar obras de infraestructura, para una mejora de calidad de vida, ayudando a la reducción de la pobreza extrema a través de iniciación de los recursos y fomentando la inversión privada y el turismo (Municipalidad Distrital Cerro Colorado, 2023).

La importancia del endomarketing y la permanencia laboral en esta investigación van de la mano ya que gracias a el endomarketing en la municipalidad los trabajadores desarrollarán una identidad mejor formada y seguridad de su permanencia en la institución contando con mejores beneficios y opciones en sus carreras profesionales. Se debe saber que en la gestión 2023-2026 el alcalde Manuel Enrique Vera Paredes, fue hallado culpable por el delito de lavado de activos, recibiendo una pena de 8 años de prisión efectiva. Debido a no poder justificar el dinero con el que adquirió un inmueble. Actualmente después de este suceso la nueva alcaldesa sería Eufemia Gina García quien tiene experiencia con una trayectoria como regidora de gestiones pasadas. Esto se relaciona con la problemática en la permanencia laboral de los trabajadores por la incertidumbre existente después del cambio de alcalde, empezando con los colaboradores que formaban parte de la campaña, jóvenes practicantes y algunos trabajadores de sus diferentes áreas que tienen un tiempo más largo trabajando en la municipalidad. También por lo sucedido el presupuesto es ajustado en estos momentos para bonificaciones, obras de construcción, etc.

Por lo tanto, la investigación pretende analizar la relación que existe entre el endomarketing que presenta la municipalidad y la permanencia de los actuales colaboradores; si eventos relacionados a la corrupción, falta de transparencia en la gestión y poco interés por acelerar o mejorar los procesos son menos relevantes que mantener un sueldo atractivo y permanencia indefinida en el área de trabajo, donde no existe el monitoreo y control formal de metas como en las instituciones privadas.

2.1. Campo, Área y Línea

Campo: Ciencias Sociales

Área: Administración

Línea: Gestión del talento humano

2.2. Tipo de problema

La investigación será del tipo básica, debido a que la investigación tiene como fin ampliar el conocimiento de las variables y su comportamiento bajo un contexto. Así mismo, tendrá un alcance descriptivo – correlacional, puesto que se busca comprobar el grado de asociación de las variables y contrastar con otros estudios similares (Bernal, 2010).

2.3. Variables

2.3.1. Análisis de Variables

Variable independiente: endomarketing

El endomarketing influye en la productividad y desempeño de cada cliente interno. Existen tres metas dentro del marketing interno como para alinear los intereses los colaboradores tres metas: alinear los intereses de los colaboradores, crear un mejoramiento de niveles de motivación de los trabajadores con las estrategias de marketing de la organización, y finalmente proporcionar el máximo de satisfacción a los clientes externos (Mendes & Pineiro, 2016).

Variable dependiente: permanencia laboral

La permanencia laboral en las empresas es cuando existe una aceptación y creencia de las metas organizacionales con esfuerzo por alcanzarlas y deseos de mantenerse como miembro de la empresa. Los trabajadores que no están comprometidos con la organización incurren en conductas de querer retirarse de la institución, que se definen como un conjunto de acciones que los trabajadores realizan para evitar la situación de trabajo, las que pueden eventualmente culminar en abandonar la organización (Rivera, 2017).

2.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

| Variables | Dimensiones | Indicadores | Nro. de ítems | Nivel de medición |
|---|---|--|---------------|-------------------|
| Variable independiente: endomarketing | Desarrollo | - Capacitaciones - Cursos | 1 – 4 | Ordinal |
| | Contratación y retención de los empleados | - Claridad en contratos - Remuneraciones - Pagos extra | 5 – 9 | |
| | Adecuación al trabajo | - Cambio de función - Libertad de decisión - Atención de necesidades | 10 – 13 | |
| | Comunicación interna | - Conocer resultados - Valores - Cambios - Objetivos | 14 – 22 | |
| Variable dependiente: permanencia laboral | Retención laboral | - Futuro dentro de la compañía - Posibilidad de ascenso - Evaluación de permanencia en el trabajo | 23 – 30 | Ordinal |
| | Clima de apreciación, estimulación y procedimientos | - Oportunidad de especializarse - Seriedad del equipo - Motivación para el desarrollo - Consejos del personal ejecutivo - Estimulación a cumplir las metas - Esfuerzo por conocer al personal | 31 – 39 | |
| | Actitud de aprendizaje | - Oportunidad de aprender - Toma de iniciativa - Proactividad | 40 – 43 | |
| | Presión del trabajo | - Grado de presión laboral - Constancia de presión laboral | 44 – 46 | |
| | Habilidades de liderazgo | - Trabajo en equipo - Percepción del liderazgo propio - Capacidad de liderazgo | 47 – 49 | |

Fuente: Investigación de Palma y Rabello (2022) para la primera variable, endomarketing, titulada: “Proceso de Onboarding y Endomarketing de una empresa de servicios profesionales en Lima – 2022”. Para la segunda variable, permanencia laboral, se toma el cuestionario de Musso y Salgado (2012) titulada: “Retención y permanencia laboral: validación de un cuestionario para evaluar retención laboral en nuestro país”

Elaboración propia

2.3.3. Matriz de consistencia

Tabla 2

Matriz de consistencia

| Problemas | Objetivos | Hipótesis | Unidad de análisis | Variables | Dimensiones | Indicadores | Metodología |
|---|---|---|---|---|---|--|---|
| <p>Pregunta General: ¿Cuál es la relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023?</p> <p>Preguntas específicas: ¿Cómo se presenta el endomarketing de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023? ¿Cómo se presenta la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023?</p> | <p>Objetivo General: Determinar la relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.</p> <p>Objetivos específicos: Precisar cómo se presenta el endomarketing de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023. Detallar como se presenta la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.</p> | <p>Hipótesis general Dado que el endomarketing se refiere a las estrategias y actividades que emprende una empresa para involucrar, motivar y alinear a sus empleados con sus objetivos, valores y marca. Es probable que pueda existir una relación significativa entre el endomarketing y la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.</p> | <p>Trabajadores en las siguientes áreas: Alcaldía, administración y finanzas, presupuestos y costos, talento humano, secretaria general, asesoría legal</p> | <p>Independiente: Endomarketing</p> | Desarrollo | - Capacitaciones - Cursos | <p>Técnica: la encuesta Instrumento: cuestionario Escala de medición: Likert Muestreo: No probabilístico por conveniencia</p> |
| | | | | | Contratación y retención de los empleados | - Claridad en contratos - Remuneraciones - Pagos extra | |
| | | | | | Adecuación al trabajo | - Cambio de función - Libertad de decisión - Atención de necesidades | |
| | | | | | Comunicación interna | - Conocer resultados - Valores - Cambios - Objetivos | |
| ¿Cuáles son las dimensiones de endomarketing y las dimensiones de | Especificar la relación entre las dimensiones de | | | Dependiente: Permanencia | Retención laboral | - Futuro dentro de la compañía | |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|-------------|---|--|--|
| permanencia laboral que poseen mayor relación en los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023? | endomarketing y las dimensiones de permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023. | | | cia laboral | | <ul style="list-style-type: none"> - Posibilidad de ascenso - Evaluación de permanencia en el trabajo | |
| | | | | | Clima de apreciación, estimulación y procedimientos | <ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de especializarse - Seriedad del equipo - Motivación para el desarrollo - Consejos del personal ejecutivo - Estimulación a cumplir las metas - Esfuerzo por conocer al personal | |
| | | | | | Actitud de aprendizaje | <ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de aprender - Toma de iniciativa - Proactividad | |
| | | | | | Presión del trabajo | <ul style="list-style-type: none"> - Grado de presión laboral - Constancia de presión laboral | |
| | | | | | Habilidades de liderazgo | <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo - Percepción del liderazgo propio - Capacidad de liderazgo | |

Fuente: Investigación de Palma y Rabello (2022) para la primera variable, endomarketing, titulada: “Proceso de Onboarding y Endomarketing de una empresa de servicios profesionales en Lima – 2022”. Para la segunda variable, permanencia laboral, se toma el cuestionario de Musso y Salgado (2012) titulada: “Retención y permanencia laboral: validación de un cuestionario para evaluar retención laboral en nuestro país”

Elaboración propia

2.4. Interrogantes básicas

2.4.1. Interrogante general

¿Cuál es la relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023?

2.4.2. Interrogantes específicas

¿Cómo se presenta el endomarketing de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023?

¿Cómo se presenta la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023?

¿Cuáles son las dimensiones de endomarketing y las dimensiones de permanencia laboral que poseen mayor relación en los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023?

3. Justificación

3.1. Justificación social

A largo plazo una correcta gestión de los requerimientos de las compras y servicios referidos a saneamiento, construcción de colegios, etc. permite el crecimiento del distrito. Así como la aprobación de los mandatos judiciales a tiempo, evidenciando el compromiso de los trabajadores en concretar metas.

3.2. Justificación académica

Se pretende indagar nuevas fuentes, actuales y confiables sobre las variables y su comportamiento para ampliar su análisis. Esto permitirá que el trabajo sea referente para futuras investigaciones, quienes deseen analizar una o ambas variables.

3.3. Justificación práctica

El beneficio a corto o mediano plazo a la municipalidad se verá reflejado en su gestión optima. La municipalidad rota a su personal por los requerimientos o cambio de mando, el cual provoca el reinicio en el aprendizaje de los procesos en algunas gerencias. Lo que provoca que el aspecto burocrático se agudice y los objetivos tardes en cumplirse o el presupuesto se logre ejecutar. Así mismo, se espera que el personal futuro que ingrese a la municipalidad encuentre el atractivo de trabajar en el sector público para la mejora de la gestión y de la comunidad y no solo por aspectos de remuneración y estabilidad económica.

3.4. Justificación profesional

Para el investigador, este trabajo permitirá obtener el título de licenciada en administración de empresas, poder aplicar los conocimientos aprendidos en cursos referidos a comportamiento organizacional, administración pública, de personal, etc. para continuar creciendo profesionalmente en el campo laboral.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Determinar la relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.

4.2. Objetivos específicos

Precisar cómo se presenta el endomarketing de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.

Detallar como se presenta la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.

Especificar la relación entre las dimensiones de endomarketing y las dimensiones de permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.

5. Marco teórico

5.1. Endomarketing

5.1.1. Concepto

El endomarketing viene a ser una herramienta estratégica surgida en los años setenta, y utilizada a nivel interno de los ámbitos organizacionales para procurar que el personal de trabajo se sienta comprometido e identificado con la institución, de tal modo que, se sientan motivados a mejorar su productividad, ayudando así a que la empresa tenga mayor nivel de competitividad en el mercado; para lo cual resulta clave mantener buenos canales de comunicación interna, de ese modo se garantiza que todo el equipo de trabajo se oriente hacia un mismo objetivo y la marca pueda verse consolidada en el mediano y corto plazo (Salas-Canales, 2021).

A su vez, Villa y Gómez (2018) definen el endomarketing como una herramienta orientada a evitar la deserción del personal de trabajo de una institución, es por ello que se trabaja de manera interna desarrollando estrategias que sean atractivas y motivadoras a los empleados, al mismo tiempo que se busca generar estrategias trabajadas de manera integral para

mantener la atención y fidelidad de los clientes internos con los que cuenta la empresa; es decir, a partir de un sentido de pertenencia fuertemente implantado entre los empleados, se logra inducirlos a usar su creatividad para la búsqueda de soluciones dirigidas a los clientes ya fidelizados.

En tanto, Trujillo et al. (2021) señalan que el endomarketing es también conocido como mercadeo interno, teniendo su primera aparición durante el siglo XX, pero que es en los últimos años cuando ha empezado a cobrar importancia, se trata pues, de una estrategia diseñada para evitar que los empleados renuncien frecuentemente a sus puestos laborales, entendiendo que tal situación causa desestabilización a la empresa tanto a nivel organizativo como económico, de ahí la necesidad del mercado capitalista para retener al personal calificado por medio de estrategias que sean atractivas a su interés.

Dentro de la misma línea, Canales (2009) define el endomarketing como el conjunto de actividades que la empresa orienta estratégicamente para fortalecer en los trabajadores las relaciones laborales que mantienen a nivel interno, procurando que estos tengan claro conocimiento de los objetivos de la institución, compartan integralmente la visión planteada y se comprometan con la misión a través del desarrollo eficiente de sus labores; todo ello implica la construcción de un adecuado clima laboral que luego se verá reflejado en clientes satisfechos con la atención brindada por personal contento y comprometido.

5.1.2. Dimensiones

En cuanto a las dimensiones del endomarketing, Bohnenberger (2005) planteó un modelo en donde se distinguen cuatro aspectos básicos para esta variable, siendo estos, el desarrollo, la contratación y retención de empleados, la adecuación al trabajo, y la comunicación interna.

a. **Desarrollo**

Según Bohnenberger (2005), esta dimensión se refiere al grado de desarrollo que el trabajador encuentra dentro de su centro laboral; generalmente las empresas se preocupan por elaborar estrategias que impliquen la formación de su personal de trabajo, de este modo, los trabajadores estarán más capacitados para tomar decisiones apropiadas al momento de desarrollar sus labores y/o encontrar dificultades que encuentren en medio del proceso;

además la capacitación que reciben desde sus superiores, les ayuda a responder con eficiencia a las demandas de los clientes, brindándoles la seguridad deseada en cada compra que realizan.

Cabe aclarar que, los miembros que constituyen el equipo de trabajo o personal laboral, son también llamados clientes internos, por lo que la empresa no solo debe buscar satisfacer las necesidades de los consumidores finales, sino además, favorecer las expectativas laborales que posee cada uno de sus trabajadores, las proyecciones que tienen respecto a su futuro profesional y laboral mediante el desarrollo de las capacidades y habilidades personales, de ahí la importancia de identificar el valor que le supone cada trabajador a la empresa y encontrar el modo de afianzar tales destrezas como parte de las ventajas competitivas de la corporación (Bohnenberger, 2005). En tanto, Araque et al. (2017) mencionan que el desarrollo se relaciona con los programas de capacitación que permiten a los empleados adquirir nuevos conocimientos técnicos y teóricos que les ayude a cumplir con mayor eficacia y eficiencia las labores que les corresponde dentro de sus funciones; en esta misma línea, es importante que el personal integrado a los programas formativos de desarrollo haya sido adecuadamente elegido durante las entrevistas de reclutamiento de personal, procurando identificar a aquellos cuyas habilidades son acordes a las expectativas de la empresa, especialmente en lo que se refiere al cumplimiento de sus objetivos organizacionales y operacionales.

5.1.3. Capacitaciones

El efecto al usar un programa de capacitación es comúnmente positiva en las empresa lo que implica que haya un mejoramiento en las actividades de los trabajadores para asumir con pertinencia y efectividad en función de prestar un servicio de calidad apoyada de una gerencia asertiva que puede contribuir a la articulación de permanencia en el tiempo (Hidalgo et al., 2019).

Por otro lado, por Hill (2009) entendemos que la capacitación es una actividad sistemática, pensada de forma permanente con el propósito de desarrollar mediante la transferencia de conocimientos, y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los individuos en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

García (2011) piensa que la capacitación beneficia al trabajador y a la empresa; porque para ambos establecen una mejor inversión para los diferentes retos que se puedan enfrentar, gracias a todo lo mencionado tenemos como resultado a un trabajador preparado para el manejo de conflictos y solución de problemas.

a. Cursos:

Según Galvez (2018) los cursos de capacitación son herramientas innovadoras, se necesita de estrategias administrativas y de servicios, políticos legales, socioeducativas y de comunicación. Dicho esto, se espera con ello, alcanzar los fines planteados, extender los pocos recursos descentralizados para ser una organización autogestionaria y productiva.

Salas (2012) propuso que la Gerencia de Rentas de la Municipalidad Provincial de Satipo-Perú se debería de implementar el Sistema de Recaudación Municipal (SIAF-Rentas-GL), esto permitiría tener información verídica de todos los contribuyentes tanto en el plano como en el sistema.

5.1.4. Contratación y retención de los empleados

Acerca de la contratación de personal para un determinado puesto de trabajo, Bohnenberger (2005) menciona que el área de recursos humanos debe usar todas las estrategias posibles para seleccionar al personal más adecuado para cada puesto laboral requerido, teniendo en cuenta no solo las capacidades intelectuales o destrezas técnica adquiridas como parte de su primer desarrollo profesional en las universidades, institutos, o cualquier centro de formación superior, sino además, se debe evaluar el aspecto personal del candidato, en donde entre a tallar el manejo de sus emociones frente a diversas situaciones laborales y relacionales, lo que le ayudará adaptarse rápidamente al modo de desenvolvimiento organizacional que la empresa tiene.

En la misma línea, Arturo (2019) menciona que la contratación sumada a la retención de empleados supone elegir al mejor personal posible que tenga la potencialidad para adaptarse a su nuevo puesto laboral y los cambios que dentro de su desarrollo pudieran surgir, luego la capacitación como parte del proceso de contratación, implica no solo la elección del personal mejor

preparado profesionalmente, además, la facilidad para adaptarse a los cambios de las realidades.

A su vez, Alles (2009) señala que para la retención de empleados ayuda mucho el vínculo legal previamente establecido entre empleado (o cliente interno) y la empresa, el mismo que es expresado por medio de un contrato legal en donde se especifican las funciones que le compete al nuevo trabajador y los beneficios que recibirá gracias a sus labores desempeñadas con eficiencia; asimismo, dentro de esta dimensión corresponde considerar las políticas y normativas que regulan el funcionamiento de la corporación.

a. Claridad en contratos

Brusela et al. (2020) consideran que, actualmente es difícil establecer una adecuada claridad en contratos de recursos humanos ya que, los principales componentes que influyen en el procedimiento de elección y convenio de trabajadores de la municipalidad son: incidencias y amigos políticos lo cual señala que no es ecuánime ni imparcial el procedimiento para los demás candidatos.

b. Remuneraciones:

Torres y Gutiérrez (2022) indica que las compensaciones y las remuneraciones en las empresas del sector comercio han sido poco influidas por situaciones y dinámicas como la rotación del personal y el limitado crecimiento de las personas por tener estructuras organizacionales ampliadas, siendo las remuneraciones afectadas a razón de la migración hacia otros sectores de la economía, buscar analizar las compensaciones y el salario emocional brinda elementos que mejoren las prácticas de gestión humana.

c. Pagos extra:

Según Ministerio de Planificación del Desarrollo (1999) la falta de normativa que regula el tratamiento del pago de las horas extraordinarias de los servidores públicos sujetos al ámbito, denota un tratamiento desigual en relación con las personas que prestan sus servicios en el sector público (sector salud, magisterio, etc. La inexistencia de la regulación del derecho del pago de horas extraordinarias irrumpe el derecho de igualdad jurídica.

5.1.5. Adecuación al trabajo

Sobre la adecuación al trabajo, Bohnenberger (2005) menciona que se trata de la capacidad que tienen los nuevos empleados para adaptarse con facilidad al nuevo ritmo laboral que se maneja en la organización y/o los posibles cambios que se pudieran presentar en el futuro; tal capacidad le ayuda también a la persona adquirir hábitos positivos durante el desarrollo de sus labores.

El hecho de tener esta capacidad desarrollada conlleva a ventajas por parte del empleado, haciéndolo más predispuesto a los nuevos retos laborales que demande el mercado, se trata de un empoderamiento que adquiere el personal de servicio a medida a su centro de trabajo y la funciones que le corresponden como parte de su contribución a la creación de valor agregado por la institución en sí misma dentro del cumplimiento de sus objetivos (Bohnenberger, 2005).

a. Cambio de función:

Por diversos motivos que varían de organización en organización dependiendo de las condiciones de trabajo y motivación que se les da a sus empleados. Por lo anterior, es importante identificar dichos motivos con la finalidad de buscar reducirlos y al mismo tiempo minimizar el impacto (Hernandez y Cruz, 2017).

La rotación del personal en cualquier empresa es un tema problemático y recurrente. Los efectos de la misma representan afectaciones importantes a la productividad (Chiavenato, 2001), ya que la salida de un integrante de la organización supone fuga de conocimientos internos que deben ser invertidos nuevamente en la contratación que le reemplace.

b. Libertad de decisión:

Uriarte (2013) dice que la libertad de decisión en la empresa debe permanecer una iniciativa económica privada y una autonomía negocial, que ayudan a organizar los diversos factores que intervienen en los procesos productivos. Ese núcleo esencial permitiría distinguir una actividad empresarial libre, en el que se pueda tomar decisiones coordinadas a la producción, inversión, distribución y consumo de los bienes.

c. Atención de necesidades

Según Roth (2023) La gestión de la atención empresarial se refiere a la aplicación de principios y prácticas de gestión de la atención en el contexto de una organización o negocio. Reconoce que comprender a los trabajadores es igualmente importante, qué no requiere un enfoque que abarque a toda la empresa. Más formalmente, la Gestión de la Atención Empresarial es una disciplina que ayuda a los trabajadores de una organización a responder más rápido y tomar mejores decisiones promoviendo o degradando información según su importancia.

5.1.6. Comunicación interna

Otra dimensión del endomarketing es la llamada comunicación interna, que consiste fundamentalmente en procurar mantener buenos canales de comunicación entre los miembros de la institución, de tal modo que los mensajes transmitidos sean adecuados y de ayuda para el desarrollo del clima organizacional, además de oportunos para el cumplimiento eficaz de cada tarea encomendada; por ello resulta importante que dentro de la comunicación a nivel interno se dé a conocer a cada empleado sus derechos y obligaciones como trabajador (Bohnenberger, 2005).

A su vez, Cuenca y Verrazzi (2019) señalan que la comunicación interna representa un aspecto clave para promover y mantener las buenas relaciones entre los miembros de la institución, dado que el comunicar en tiempos oportunos toda actividad involucrada en las funciones laborales, permite que la empresa haga mejor uso de sus recursos internos para conseguir réditos económicos atractivos; para lo cual se hace uso de estrategias comunicativas que ayuden al fomento de la comunicación como parte operativa del cumplimiento de objetivos de la institución en cuestión.

5.1.7. Características

Para Fitz y Valskov (2014), la comunicación interna es: planeada, no es al azar o un proceso accidental; es sistemática, implica un proceso que aplica ciencia y disciplina, realiza una investigación científica para validar sus resultados; está relacionada con la influencia, los empleados no siempre pueden ser forzados a hacer cosas, pero pueden ser persuadidos a elegir lo que tienen que hacer y hacerlo bien; la comunicación interna es más que

solo «decir las cosas», está relacionada también con las actitudes y comportamientos; es multidisciplinaria, la información por sí sola no es suficiente causa de comportamiento laboral, hay que trabajar integralmente con otros miembros de la institución para alcanzar los objetivos organizacionales

5.1.8. **Importancia**

Trelles (2004) dice que la comunicación interna cumple una serie de importantes funciones que le permiten a la organización mejorar la eficacia en toda su actividad interior, lo cual redundará, sin duda, en una mayor competitividad externa de la compañía, una buena comunicación interna producirá una mejora de la interactividad entre las personas de la organización, ya sea a nivel profesional en lo relativo a cuestiones laborales, como a nivel personal en lo referente a las relaciones personales. Además, una comunicación interna adecuada estimulará la cohesión entre las personas en el grupo, al lograr una mayor compenetración y conocimiento mutuo.

También favorecerá la identificación de las personas con la organización, al comunicar y hacer compartir los valores establecidos por la dirección.

a. Valores:

De acuerdo Hernandez et al. (2012) los valores organizacionales se establecen dentro del desempeño organizacional como fuentes relevantes para elevar el funcionamiento empresarial de las mismas. Asimismo, los resultados del estudio arrojaron la necesidad que tiene la gerencia de brindar acciones de fortalecimiento de los valores desde la identidad y cultura de su personal en vías de estrechar los lazos de fraternidad como de trabajo en equipo para el logro de los objetivos de las empresas lo cual conlleva a describir el desarrollo empresarial, asumiendo los valores de las organizaciones como una herramienta indispensable para el éxito de estas.

b. Cambios:

Una organización que aprende es una organización que cambia Ricardo et al. (1995) se concentra en proponer estrategias de transformación organizacional basadas en la modificación, adquisición y aplicación de conocimientos en las organizaciones con dos enfoques diferentes: el conocimiento interno de la organización y el conocimiento externo a ésta.

Además, trabajos recientes han estudiado diversos tipos de aprendizaje partiendo de fuentes distintas de conocimientos.

c. Objetivos:

Roca (2009) piensa que, partiendo de la definición de comunicación interna antes señalada, podemos establecer un conjunto de objetivos globales que tendrá este intercambio de información entre los miembros de una organización:

- A Nivel Relacional, lo que se busca es establecer una relación fluida entre empleados y empleadores, por medio de canales adecuados entre todos los niveles de la compañía.
- A Nivel Operativo, la intención es facilitar la circulación e intercambio de información entre todos los niveles de la empresa, permitiendo, así, un funcionamiento más ágil y dinámico de las diferentes áreas, y una mejor coordinación entre ellas.
- A Nivel Motivacional, el objetivo es motivar y dinamizar la labor de los miembros de la organización, contribuyendo a crear un clima de trabajo agradable, que redunde en una mejor calidad del trabajo y en la mejora de la productividad y competitividad de la compañía.
- A Nivel Actitudinal, se intenta obtener la aceptación y la integración de los empleados a la filosofía, a los valores y a los fines globales de la organización. Y también se busca crear y mantener una imagen favorable de la empresa en los miembros de la organización.

5.2. Permanencia laboral

5.2.1. Concepto

Se considera como permanencia laboral al periodo de trabajo significa que el trabajador se encuentra a gusto en el local en el que se encuentra laborando, de tal forma que pretende continuar laborando en ese lugar, principalmente porque recibe beneficios económicos acordes a sus necesidades y sentir; además de otros beneficios personales, sociales y profesionales derivados del desempeño de sus funciones; siendo uno de los aspectos más importantes a la hora de decidir seguir trabajando es la dimensión social combinada con el nivel de ingresos obtenidos en cada periodo (Domínguez, 2018).

Otra definición de permanencia en el empleo proviene de Gonzales (2009),

quien la describe como la suma total de esfuerzos de personal que realiza una institución empresarial para retener al personal mejor calificado, que es como se generan los ingresos en un entorno competitivo; conducirá a una mejora en el trabajo que se mantenga permanentemente; está satisfecho con los beneficios que recibe para mantener su trabajo, siendo pues, los profesionales con las calificaciones más altas generalmente tienen una gama más amplia de oportunidades laborales que aquellos con calificaciones menos formales.

Nolazco y Rodríguez (2020) conceptualizan entonces la permanencia laboral como la suma de tres componentes fundamentales: diseño de procesos especializados para la contratación del personal más cualificado, diseño de perfiles para cada puesto de trabajo accesible, y la planificación estratégica, en donde se debe considerar el planificar nuevas contrataciones, adaptar rápidamente al personal a las formas y ritmos organizacionales mientras aprende a identificarse con la organización y abordar los objetivos que persigue la empresa a través de las habilidades y capacidades de cada empleado.

5.2.2. Dimensiones

a. Retención Laboral

Las estrategias de retención de talento dentro de la organización también son importantes tanto para las transferencias de efectivo como para los beneficios, especialmente cuando este sistema está integrado; también se habla de compensación de empleados y beneficios económicos, pero la compensación puede usarse como un control de costos; las estrategias no financieras diseñadas para retener a los empleados y administrar su bienestar pueden beneficiar a la administración de la empresa, deben ser atractivas para los trabajadores y solo beneficiarlos; además de proporcionar estrategias y políticas financieras corporativas cuyos resultados sean realmente de apoyo para toda la empresa Orchak y Marín (2016).

b. Futuro dentro de la compañía

Cope y Calado (1991) concibe la Planeación Estratégica como una "exploración en busca de dirección para toda la empresa". Esta planeación enfatiza la necesidad e importancia de proponer rutas al desempeño

organizacional bajo esquemas de competitividad que superen los esfuerzos y acciones de los otros participantes en el mercado; en ese sentido, esta modalidad de la planeación establece diferencias significativas con los otros tipos de planes a cargo de los otros niveles administrativos.

c. Posibilidad de ascenso:

Según Yun y Luo (2016) los empleados, el modelo de relación de posibilidad de ascenso, experiencia laboral y acumulación de habilidades fue establecido se encuentra que la evaluación de la experiencia laboral puede predecir positivamente la posibilidad de promoción del empleado y la acumulación de habilidades del empleado; como variable intermediaria entre la evaluación de la experiencia laboral y la posibilidad de promoción del empleado, la acumulación de habilidades del empleado puede predecir positivamente la posibilidad de promoción del empleado. Por lo tanto, el grado de acumulación de habilidades de los empleados podría usarse como medida para cuantificar las variables de experiencia laboral. La posibilidad de promoción del personal puede identificarse como la base objetiva de la selección justa e imparcial de talentos para las empresas.

d. Evaluación de permanencia en el trabajo:

La evaluación de la permanencia laboral se refiere a la evaluación de diversos factores que contribuyen a la estabilidad y longevidad de un individuo en su empleo. Estos factores pueden incluir estrés laboral, calidad del sueño y compromiso organizacional. A continuación, se muestran algunos estudios que han investigado la evaluación de la permanencia laboral en diferentes contextos:

- Evaluación de los incentivos fiscales al empleo: Este estudio analizó el impacto de las deducciones fiscales sobre el empleo en Italia, centrándose en el impuesto regional sobre actividades productivas (IRAP) concedido a las empresas que aumentaron su personal entre 2005 y 2007. Los resultados indicaron que las empresas que disfrutaban de los incentivos IRAP registraron cambios más significativos y duraderos en los indicadores de empleo en comparación con las empresas que no tomaron la deducción

- **Permanencia e Éxito en Cursos de Computación:** Este estudio tuvo como objetivo analizar las motivaciones de los estudiantes para ingresar y permanecer en cursos relacionados con la informática, tanto en el nivel técnico como en el superior, en una institución educativa pública. El análisis cuantitativo reveló discrepancias entre la teoría del comportamiento organizacional y la situación real de los estudiantes del área, perspectivas profesionales y actuación en informática.
- **Compromiso Organizacional en Condiciones Laborales Adversas:** Este artículo exploró las condiciones que definen la permanencia de los investigadores en el Departamento de la Fuerza Aérea, concentrados en el Departamento de Investigación y Desarrollo (DEPED), y trabajando principalmente en los institutos de investigación del Centro Técnico Aeroespacial (CTA). El estudio tuvo como objetivo esclarecer el fenómeno que ocurre con esta población y ampliar el conocimiento en el campo de los estudios organizacionales.

Evaluación del aprendizaje por transferencia y la adaptación del dominio para analizar anuncios de empleo de habla alemana: este artículo presentó enfoques de minería de textos sobre anuncios de empleo de habla alemana para permitir la investigación de ciencias sociales sobre el desarrollo del mercado laboral durante los últimos 30 años. El estudio encontró que la adaptación de dominio de los modelos de lenguaje es eficiente y ayuda a mitigar el rápido cambio de datos a lo largo del tiempo en el dominio especial.

Evaluación de la correlación entre el estrés laboral y la calidad del sueño en enfermeras comunitarias: este estudio investigó la asociación entre el estrés laboral de las enfermeras y la calidad del sueño en un hospital comunitario de China. Los resultados mostraron que la puntuación de estrés laboral se asociaba negativamente con la calidad del sueño, lo que significa que cuanto más altas eran las puntuaciones de estrés laboral, peor era la calidad del sueño.

5.2.3. **Clima de apreciación, estimulación y procedimientos**

En una variedad de realidades empresariales, una fuerza laboral cuyo trabajo es valorado, admirado y reconocido por superiores y compañeros tiende a fortalecer relaciones positivas con la organización, animándolos así a seguir

trabajando allí: cuando hay un lugar donde se evalúan los talentos y habilidades de uno, los empleados se estimulan en cierto sentido, el desarrollo eficiente de sus funciones encomendadas, y hacen uso de sus fortalezas para trabajar a largo plazo. sus capacidades; dotando así a la empresa de profesionalismo y competitividad, diferenciándola pues, de otros competidores en el mercado (Cooperrider et al., 2007).

El estímulo que reciben los trabajadores en el clima organizacional en el que se desempeñan se fundamenta en los principios que rigen la organización, las normas y valores por los cuales fue fundada y desarrollada, y que influyen en el comportamiento de los individuos dentro de la organización; la empresa promueve la interacción activa entre los empleados, capta con precisión las situaciones que se presentan en las relaciones laborales y ayuda a cada empleado a cumplir con las funciones individuales que les corresponden; como los trabajadores aprenden a desarrollar sus conocimientos y habilidades en el entorno de trabajo más apropiado a través de mecanismos de estimulación y apreciación (Musso y Salgado, 2012).

a. Oportunidad de especializarse

La especialización se refiere al método de producción en el que una entidad se centra en la producción de un alcance limitado de bienes o servicios para obtener un mayor grado de eficiencia.

Este concepto es crucial tanto en los negocios como en el comercio internacional. La especialización permite a las naciones centrar su trabajo, recursos y capital en la producción de bienes o servicios en los que tienen una ventaja comparativa, lo que conduce a una mayor productividad y eficiencia.

Esto, a su vez, fomenta el crecimiento económico, la innovación y la asignación eficiente de recursos, lo que en última instancia conduce a niveles de vida más altos.

A nivel individual, la especialización generalmente se presenta en forma de carrera o especialización laboral, donde cada miembro de una organización o economía tiene un conjunto único de talentos, habilidades, destrezas e intereses que los hacen excepcionalmente capaces de realizar un conjunto de tareas.

La especialización en economía también permite la producción eficiente de bienes especializados, especialmente aquellos con una ventaja comparativa. La especialización laboral a nivel organizacional puede conducir a una mayor motivación y atención entre los empleados cuando sienten que tienen una responsabilidad o un papel distintivo dentro de la organización. Woerner (2022)

b. Seriedad del equipo:

Nikolaeva y Dello (2017) menciona que la seriedad en un equipo en una oficina puede denominarse el nivel de dedicación, compromiso y profesionalismo que los miembros del equipo exhiben en su trabajo. Esta seriedad es esencial para el funcionamiento exitoso de una organización, ya que impacta directamente en la calidad del trabajo, la productividad y el desempeño general. Algunos factores que contribuyen a la seriedad de un equipo en una oficina incluyen:

- **Colaboración:** el trabajo en equipo eficaz requiere comunicación abierta, respeto mutuo y voluntad de trabajar juntos hacia objetivos comunes. Es más probable que los equipos colaborativos sean serios y se centren en sus tareas, lo que conduce a mejores resultados.
- **Liderazgo:** un fuerte liderazgo por parte de gerentes y supervisores es crucial para fomentar un ambiente de trabajo serio y dedicado. Los líderes deben establecer expectativas claras, brindar orientación y apoyar a los miembros de su equipo para lograr sus objetivos.
- **Profesionalismo:** los miembros del equipo deben abordar su trabajo con un sentido de profesionalismo, incluyendo puntualidad, preparación y compromiso con el aprendizaje y la mejora continuos. Este profesionalismo es esencial para mantener un alto nivel de trabajo y garantizar que la organización siga siendo competitiva en su industria.
- **Motivación:** Un equipo motivado es un equipo serio. Los miembros deben inspirarse en sus objetivos, la misión de la organización y su deseo personal de triunfar. La motivación puede provenir de diversas fuentes, como el reconocimiento, las recompensas o simplemente la satisfacción de contribuir al éxito de la organización.
- **Capacitación y desarrollo:** brindar a los miembros del equipo

oportunidades de capacitación y desarrollo profesional puede ayudar a mejorar sus habilidades, conocimientos y habilidades, lo que en última instancia conduce a un equipo más serio y dedicado.

c. Motivación para el desarrollo:

Coromoto (2018) piensa que la motivación para el desarrollo es esencial para impulsar a las personas y las organizaciones hacia el crecimiento, la mejora y el éxito. Puede verse influenciado por varios factores, como las necesidades psicológicas, el entorno laboral y el diseño del trabajo. Algunos aspectos clave de la motivación para el desarrollo incluyen:

- Necesidades psicológicas
- Ambiente de trabajo
- Diseño del trabajo
- Consejos del personal ejecutivo
- Comunicación efectiva
- Planificación estratégica
- Desarrollo del liderazgo
- Gestión del cambio
- Gestión del desempeño

d. Estimulación a cumplir las metas:

Naranjo (2009) La estimulación cumple metas puede ser un factor crucial en diversos contextos, como la educación y el liderazgo. En el ámbito educativo, se destaca la importancia de crear un ambiente de entusiasmo y motivación en el aula, lo cual puede lograrse a través de la concientización, la creatividad, la innovación y la estimulación intelectual. Además, estrategias didácticas como la educación a distancia, el aprendizaje cooperativo y la estimulación con arte, sonidos y movimientos han demostrado ser factibles para ayudar a los docentes a cumplir con las metas propuestas. Por otro lado, en el liderazgo, el estilo transformacional se ha identificado como predominante en los medios públicos, mostrando una correlación positiva entre la influencia idealizada conductual, la estimulación intelectual y la motivación e inspiración con la satisfacción y la efectividad.

e. Esfuerzo por conocer al personal:

Snee (2020) piensa que conocer mejor al personal, los líderes pueden emplear varias estrategias para generar simpatía y confianza con los miembros de su equipo. A continuación, se muestran algunas formas efectivas de lograrlo:

- La construcción de relaciones y confianza: los colaboradores tienen que tomar su tiempo para conectarse con los miembros de su equipo puede ser de forma más personal como interactuar fuera del trabajo en almuerzos, cumpleaños, etc. Para de esta forma tener un lazo mejor fortalecido entre ellos.
- Reconocimiento y aprecio a los trabajadores: hay una probabilidad alta después de que la gerencia reconozca el esfuerzo a sus trabajadores a que sean más eficaces en el trabajo.
- Relaciones de tutoría: las relaciones de tutoría con los trabajadores pueden tener como resultado beneficios a largo plazo, mayor confianza y mejores habilidades de coaching.

5.2.4. Actitud de Aprendizaje

Esto es importante ya que el mercado es cada vez más exigente y los clientes buscan una mejora continua en los productos que compran; como resultado, las empresas buscan una fuerza laboral que no solo se adapte rápidamente a las fluctuaciones del negocio, sino que también tenga la capacidad de autoaprendizaje de nuevos conocimientos y sea más competitiva a nivel individual y corporativo; por lo tanto, el trabajo tiende a ser altamente dependiente de las habilidades que los trabajadores demuestran a sus superiores durante el desarrollo del trabajo (Rappaport et al., 2003).

Rodríguez (2008) afirma que debido a que todos se esfuerzan por mejorar constantemente su trabajo profesional, ser más competentes y ser más valorados en función de las habilidades que desarrollan a nivel personal y profesional, explican que ellos también se sienten así; durante su estadía, no experimentan tales promociones en el trabajo y tienden a buscar en otros lugares donde puedan desarrollar mejor sus habilidades, lo que pone en peligro su empleo continuo; por lo tanto, los gerentes buscan constantemente formas innovadoras de promover el desarrollo profesional y competitivo de cada empleado, ya que cada parte es esencial para la adquisición oportuna de productos efectivos.

a. Oportunidad de aprender:

Panari et al. (2010) dijo que las oportunidades de aprender en el trabajo pueden tener varios beneficios, como reducir el estrés y mejorar la satisfacción laboral. Un estudio realizado en el tribunal de distrito de una región del norte de Italia encontró que el control y el desarrollo personal desempeñaban un papel moderador en la relación entre la carga de trabajo y la necesidad de recuperación al reducir el agotamiento.

Esto sugiere que brindar oportunidades de aprendizaje y desarrollo en el lugar de trabajo puede ayudar a los empleados a manejar el estrés de manera más efectiva. Algunos beneficios potenciales de las oportunidades de aprendizaje en el trabajo incluyen (Panari et al., 2010):

- Reducción del estrés: puede ayudar a los empleados a hacer frente al aumento de las demandas laborales proporcionándoles las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar su carga de trabajo de forma más eficaz.
- Mayor satisfacción laboral: participar en actividades de formación y desarrollo puede generar una sensación de logro y satisfacción, ya que los empleados sienten que están creciendo y desarrollándose en sus funciones.
- Productividad mejorada: las oportunidades de formación y desarrollo pueden ayudar a los empleados a ser más eficientes y productivos en su trabajo, a medida que adquieren nuevas habilidades y conocimientos que pueden aplicarse a sus tareas.

b. Toma de iniciativa:

Yuechao y Minghao (2022) Tomar la iniciativa en el trabajo se refiere a que los empleados se hagan cargo proactivamente de su trabajo y vayan más allá de sus deberes habituales para contribuir a los objetivos de la organización. Algunos factores que pueden influir en el comportamiento de toma de iniciativas de los empleados incluyen:

- Liderazgo transformacional ecológico: este tipo de liderazgo promueve la responsabilidad ambiental de los empleados y los comportamientos de responsabilidad, ayudando a las organizaciones a realizar cambios

ecológicos.

- Interacción humano-robot: el comportamiento de toma de iniciativas en robots puede influir en la percepción y las emociones humanas durante la interacción humano-robot
- Iniciativa Maths Arcade: esta iniciativa en universidades del Reino Unido tiene como objetivo apoyar a los estudiantes, crear una comunidad de estudiantes y personal con temática matemática y desarrollar el pensamiento matemático a través de juegos de estrategia. Los estudiantes que asisten a más sesiones tienen más probabilidades de hacer amigos y apreciar la presencia del personal, lo que respalda el objetivo de crear una comunidad matemática.

c. Proactividad:

El término proactividad hace referencia a un conjunto diverso de conductas automotivadas y orientadas al cambio que pretenden influir en el ambiente con el fin de lograr ciertos objetivos individuales, grupales u organizacionales (Belschak & Hartog, 2010)

5.2.5. Presión del trabajo

Estos se relacionan con aspectos tales como las demandas que enfrentan los trabajadores a medida que adquieren más experiencia en el rol que se supone que deben desempeñar, y todos los empleadores deben aprovechar al máximo las habilidades personales y profesionales de su fuerza laboral; entendiendo que se está esforzando por el mejor posible beneficio económico; por lo tanto, la experiencia es algo natural para las instituciones que son altamente competitivas en el mercado o que aspiran a llegar a lo más alto de la categoría económica (Kyndt et al., 2009).

Estos incluyen, por ejemplo, las demandas que enfrentan los trabajadores a medida que adquieren más experiencia en el rol que se les pide que asuman, y todos los empleadores deben aprovechar al máximo las competencias personales y profesionales de su fuerza laboral. Entiende que estás buscando el mayor beneficio financiero posible. Por lo tanto, la experiencia es un hecho para las instituciones que son altamente competitivas en el mercado, o aquellas que buscan llegar a la cima del sector económico (Kyndt et al., 2009).

Asimismo, es importante identificar el grado de presión laboral límite que puede manejar cada trabajador, de tal modo que cumpla sus funciones con eficiencia sin dañar otros aspectos de su vida como la familia y el entorno social, pues solo con trabajadores satisfechos en todas las áreas de su vida, es que podrá lograr su permanencia laboral en el largo plazo, además de garantizar la eficiencia en sus trabajos mientras perdure en dicho centro laboral, evitando así, tener trabajadores ineficientes que generan pérdidas monetarias y estancamiento para la empresa (Kyndt et al., 2009).

a. Grado de presión laboral:

Según Santibáñez (2007), la presión laboral es el conjunto de requerimientos que debe satisfacer un trabajador para desempeñar adecuadamente su tarea, cuyas características dependen de la exigencia horaria de trabajo, el ambiente psicológico y/o social de la empresa, el puesto de trabajo y la tarea en sí. Ahora bien, esta carga laboral se puede estudiar desde el componente muscular, denominado carga muscular de trabajo, o desde las exigencias psíquicas y sensoriales a las que se les atribuye el término carga mental de trabajo.

Al respecto, Casas (2002), afirma que esta sobrecarga de trabajo está asociada a la insatisfacción y el estrés laboral; por tanto, el personal nombrado se sentiría insatisfecho en su trabajo y por esta razón disminuiría un poco el compromiso hacia su institución.

Frederick Taylor, padre de la Administración científica, fue quien señaló la importancia de mantener a los empleados satisfechos en sus puestos laborales, pues hasta ese entonces existía un proceso de deshumanización del trabajo, por ello se tuvo un primer interés que fue el de la racionalización del trabajo que dio pie al conocido estudio de tiempos y movimientos que ejecutaban los operarios en sus tareas a fin de eliminar los desperdicios e incrementar la productividad. Stoner et al., (1996) proponen a los gerentes que el pago a los trabajadores con mayor desempeño sea una cantidad superior a la de los demás, usando una tasa científicamente correcta, con lo que convendría tanto a la empresa como el trabajador. Así, se fomentaría que los trabajadores superaran sus resultados anteriores.

A propósito de ello, Chiavenato (2009) acota al respecto, que las personas

de una empresa deben ser tratadas como socios, seres humanos dotados de personalidad propia, con conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades indispensable para los recursos organizacionales; en consecuencia, las personas empiezan a ser consideradas como uno de los factores más importantes de la empresa.

No obstante, en la realidad peruana aún hay mucho por hacer a nivel de gestión del talento humano, gran parte de empresas privadas aun no asignan el valor correspondiente a sus colaboradores y este fenómeno es más complejo en las instituciones públicas. Ugarte et al. (2011) afirman que la administración pública no tiene una clara preocupación por sus colaboradores, más bien se presentan ascensos fraguados, ausencia de políticas remunerativas que provocan desorden, abuso y desincentivo a los buenos trabajadores, falta de información, ausencia de políticas sobre programas de capacitación, exceso de sanciones y deficientes sistemas de control de gestión.

b. Constancia de presión laboral:

La presión laboral puede tener al individuo con estrés frente a las exigencias que no se ajustan a sus conocimientos y capacidades, pocas oportunidades para tomar decisiones o ejercer control poniendo a prueba su capacidad para afrontar la situación. También se define presión laboral cómo una experiencia subjetiva de una persona, producida por la percepción de que existen demandas excesivas difíciles de controlar pudiendo tener consecuencias negativas para ella (Gutierrez & Vilorio, 2014)

5.2.6. Habilidades de Liderazgo

Los gerentes y el personal administrativo de cualquier institución empresarial necesitan desarrollar las competencias de liderazgo que mejor se adapten a las realidades de sus empleados y al nivel de desarrollo profesional que han emprendido desde que se unieron a la empresa; los empleados, a menudo, están motivados por líderes que los alientan a hacer su trabajo de manera eficiente para lograr la autorrealización y el crecimiento profesional; la integridad de los líderes de equipo puede formar entre sus empleados, la forma en que se presentan los nuevos desafíos y lograr que los empleados se sientan motivados para asumir dichos desafíos

con el fin de mejorar su competitividad personal y viabilidad económica (Kyndt et al., 2009).

Cuando las habilidades gerenciales se desarrollan en conjunto con las cualidades de liderazgo que todo director debe poseer, se empodera a los empleados para que se sientan fuertemente comprometidos e identificados con la empresa y los objetivos que esta busca alcanzar dentro de la empresa para el mediano plazo, corto plazo y largo plazo; al hacerlo, los empleados pueden aprender a valorar los grupos de trabajo, donde se sienten motivados a hacer un esfuerzo adicional para lograr estos objetivos y donde interactúan y desarrollan sus habilidades individuales (Curtis & Wright 2001).

a. Ventajas

Según Biggs et al. (2023) las habilidades de liderazgo tienen algunas ventajas de unas sólidas habilidades de liderazgo incluyen la capacidad de inspirar y motivar a otros, tomar decisiones eficaces y crear un entorno de trabajo positivo.

Los buenos líderes también pueden ayudar a aumentar la productividad y mejorar el desempeño general de un equipo u organización. Sin embargo, también existen posibles desventajas para unas sólidas habilidades de liderazgo. Por ejemplo, los líderes que controlan o microgestionan demasiado a los miembros de su equipo pueden crear un ambiente de trabajo negativo y disminuir la moral. Además, los líderes que no están abiertos a recibir comentarios o nuevas ideas pueden perder información valiosa de los miembros de su equipo. Es importante que los líderes logren un equilibrio entre ser asertivos y estar abiertos a las aportaciones de los demás para poder ser eficaces (Biggs et al., 2023).

b. Desventajas

Raymond (2023) señala que el liderazgo, si bien a menudo se asocia con rasgos positivos, también tiene sus desventajas. Algunas desventajas del liderazgo incluyen:

- Responsabilidad y presión: los líderes suelen soportar el peso de la responsabilidad de su equipo u organización, lo que puede generar altos niveles de estrés y presión.

- Responsabilidad: los líderes son responsables de los resultados de sus decisiones y del desempeño de su equipo, lo que puede ser una carga importante.
- Riesgo de agotamiento: las exigencias del liderazgo pueden provocar agotamiento, ya que los líderes pueden tener dificultades para encontrar un equilibrio entre el trabajo y la vida personal.
- Crítica y escrutinio: los líderes están sujetos a críticas y escrutinio por parte de diversas partes interesadas, lo que puede resultar emocionalmente agotador y difícil de gestionar.
- Aislamiento: Los puestos de liderazgo pueden resultar aislantes, ya que a los líderes les puede resultar difícil confiar en sus subordinados y pueden carecer de pares con quienes puedan discutir abiertamente los desafíos

c. Trabajo en equipo:

Hoy en día, lograr y mantener el éxito en las organizaciones requiere capacidades o talentos de muchos profesionales, no sólo de un empleado en particular, por ello esta forma de trabajar basada en la cooperación de un conjunto de personas, en la que todos los participantes aportan conocimientos, forman un todo y son responsables de las metas comunes, es la más recurrida en cualquier tipo de empresa. Cuando se trabaja en equipo, se aúnan las aptitudes de los miembros y se potencian sus esfuerzos, disminuye el tiempo invertido en las labores y aumenta la eficacia de los resultados (Ranstad, 2016). Sin embargo, el tema de trabajo en equipo resulta controversial, la mayoría de las compañías que laboran bajo el esquema de trabajo en equipo para la atención al cliente, se resisten a intervenir para la solución de los conflictos o diferencias entre sus colaboradores, por lo general prefieren mantenerse al margen y considerar que las diferencias entre ellos son provocadas por rumores y podrán ser resueltas (Hartzler et al., 1999).

d. Percepción de liderazgo:

El liderazgo, en el campo educativo, es un tema que en las últimas décadas adquirió relevancia, debido a que se realizaron cambios en las políticas educativas, dando mayor énfasis a las cuestiones académicas, porque en los diagnósticos realizados se apreció que las instituciones escolares, en cuanto a las funciones directivas, estaban concentradas en aspectos de carácter administrativo. Se realizaron algunas críticas a la forma cómo se habían venido administrando las cuestiones educativas y se propuso ubicarse en la línea de la gestión educativa, donde una de las líneas a transformar es la función directiva. Se pudo observar que las funciones directivas estaban centradas en la administración escolar, la que de acuerdo con Pozner (2000) presenta varias patologías, tales como: la burocratización, el anonimato, tareas superpuestas, procesos lentos, pérdida de tiempo, calidad y sentido, genera frustración personal.

e. Capacidad de liderazgo:

Indacochea et al. (2018) El desempeño laboral: un problema social de la ciencia Universidad del Pinar del Río Cuba. Llegó a la conclusión que las formas y estilos de selección de los tomadores de decisiones en las entidades públicas no tributan a un liderazgo en sus organizaciones, de manera que estas cumplan efectivamente con el encargo social.

5.3. Antecedentes

5.3.1. Antecedentes Internacionales

Araque et al. (2017) *Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos*. Revista Estudios Gerenciales. Colombia.

El trabajo identificó la relación entre el marketing interno y el compromiso organizacional en dos Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. El método de investigación fue cuantitativo correlacional, aplicado a 100 empleados del municipio de Piedecuesta (Colombia).

La conclusión fue que existe una relación positiva moderada y significativa entre las variables de marketing interno y compromiso organizacional. Tenemos que el elemento con mayor respuesta a las prácticas de marketing interno es la dimensión afectiva del compromiso.

Sanchez (2017) *La comunicación interna y su vinculación con la eficiencia laboral del personal de consulta externa del hospital general docente Ambato*. Universidad Tecnica de Ambato. Ecuador

El objetivo general fue determinar la vinculación entre la comunicación interna con la eficiencia laboral del personal del Hospital General Ambato; usando la técnica de encuesta aplicando el Test de Factores Psicosociales de 30 preguntas encuesta aplicado a 96 personas que trabajan en el Área de Consulta Externa.

La conclusión fue que los factores perjudican la comunicación interna en el Hospital, no hay correcto uso de medios de comunicación, ignorancia sobre perfil de cargos, exceso de flujos de comunicación informal lo cual provoca la ineficiencia laboral. Adicional, la correlación es positiva y cercana a uno, que cuando aumente los valores en la comunicación externa, también aumentará la ineficiencia laboral.

5.3.2. Antecedentes Nacionales

Aragón et al. (2019) *El endomarketing como estrategia para fortalecer el desempeño laboral del personal administrativo de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz Chiclayo*. Universidad de Lambayeque.

La presente investigación tuvo como objetivo proponer estrategias de endomarketing para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz Chiclayo 2019. La metodología de la investigación se desarrolló de tipo descriptivo con un diseño no experimental transversal. Como muestra se tomó a 191 colaboradores de la Municipalidad, como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados evidenciaron que la Municipalidad presenta deficiencias en sus programas de capacitaciones (57%), no toma interés por satisfacer las necesidades de sus colaboradores (57 %) y por último la comunicación interna es deficiente (52%). Se concluyó que las estrategias de endomarketing fortalecerán el desempeño laboral en la Municipalidad, debido a que están fundamentadas de acuerdo con las necesidades de la institución, aportando al desarrollo personal, integración y comunicación interna. Así mismo, estas estrategias son primordiales para el mejoramiento del desempeño laboral, generando mejores resultados para la empresa.

Chavarria (2018) *Endomarketing con la Calidad de Servicio de la Municipalidad Carmen de la Legua Reynoso, Callao*. Universidad Cesar Vallejo – Lima.

El método utilizado fue hipotético deductivo, el tipo de estudio fue aplicado con nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental – con corte transversal, la población de estudio fueron todos los colaboradores de la entidad, teniendo como muestra a 87 colaboradores, la cual fue establecida a través del muestreo aleatorio simple. Además de ello se aplicó la técnica de encuesta, se empleó un cuestionario constituido por 30 preguntas para ambas variables, también se utilizó la Escala de Likert para la medición. Así mismo para procesar la información se empleó la herramienta estadística SPSS 24 y se pudo determinar la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, para evaluar la correlación de las variables se aplicó el método Spearman. Por último, se concluyó que hay relación entre el endomarketing y la calidad de servicio en la Municipalidad Carmen de la Legua Reynoso en el Callao 2018.

5.3.3. Antecedentes Locales

Anchapuri (2021) *Endomarketing en la Municipalidad Distrital de Alto Selva Alegre, Arequipa*.

Se hizo la investigación para conocer el marketing interno de la Municipalidad Distrital de Alto Selva Alegre de Arequipa, uno de los motivos fue para analizar las cuatro C del marketing interno. Esta muestra contó con la participación de 212 trabajadores de la municipalidad.

Se tiene como técnica la encuesta en la cual se analizaron los datos generales, sexo, edad, años de servicio y condición laboral, en la segunda parte se llevaron a cabo preguntas enfocadas en las acciones de endomarketing.

Se concluyó que las acciones de endomarketing en la institución tiene algunos conceptos del endomarketing como son Compañía y Coordinación son aplicados correctamente y otros como Costos y Comunicación no son tan eficientes como se requiere para tener a un trabajador satisfecho.

Canazas (2021) *Influencia del Endomarketing en la Cultura Organizacional*

del Personal Administrativo de la Municipalidad Distrital de Paucarpata, Arequipa.

Se determinó la influencia del endomarketing en la cultura organizacional de la Municipalidad Distrital de Paucarpata.

En donde se determina al endomarketing como principal factor que necesario para la motivación de la entidad pública y en su cultura organizacional.

En el sector público hay una cantidad de mínima investigaciones enfocadas a la aplicación de estrategias de endomarketing, la gran mayoría de instituciones se centraliza en el uso de marketing externo para los usuarios, ignorando los factores que se necesitan para obtener el compromiso y lealtad de sus trabajadores.

Por lo tanto, emplear estrategias de endomarketing en una entidad pública sería muy ventajoso para determinar en este rubro si se puede compenetrar un compromiso del trabajador y de esta manera elevar el servicio a los usuarios. Así mismo, una vez aplicada esta estrategia se tendrá mayor compromiso y fidelización de los trabajadores, por incrementando de este modo el desempeño, rendimiento y satisfacción en la institución.

Finalmente, se requiere probar la relación directa de las variables endomarketing y cultura organizacional, y de esta forma estructurar estrategias de mejora continua para obtener un trabajador más fidelizado.

6. Hipótesis

6.1. Hipótesis general

Dado que el endomarketing se refiere a las estrategias y actividades que emprende una empresa para involucrar, motivar y alinear a sus empleados con sus objetivos, valores y marca. Es probable que pueda existir una relación significativa entre el endomarketing y la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023.

CAPITULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL



1. Técnicas e instrumentos

La técnica será la encuesta y el instrumento el cuestionario para las dos variables de estudio.

2. Estructuras de los Instrumentos

Para la primera variable, endomarketing, se toma el cuestionario de Palma y Rabello (2022) titulada: “Proceso de Onboarding y Endomarketing de una empresa de servicios profesionales en Lima – 2022”, el cual posee cuatro dimensiones: desarrollo, contratación y retención de los empleados, adecuación al trabajo y comunicación interna. Sumando un total de 20 ítems.

Para la segunda variable, permanencia laboral, se toma el cuestionario de Musso y Salgado (2012) titulada: “Retención y permanencia laboral: validación de un cuestionario para evaluar retención laboral en nuestro país”, el cual posee cinco dimensiones: retención laboral, clima de apreciación, estimulación y procedimientos, actitud de aprendizaje, presión del trabajo y habilidades de Liderazgo sumando un total de 22 ítems.

La escala de medición será la de Likert, utilizando cinco puntuaciones, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

3. Campo de verificación

3.1. Ámbito

La investigación se realiza en el departamento de Arequipa, provincia de Arequipa, distrito de Cerro Colorado, dado que aquí se encuentra el lugar de trabajo de la unidad de estudio.

3.2. Temporalidad

La investigación se planea culminar en un periodo de cuatro meses, desde el mes de julio al mes de diciembre del 2023.

3.3. Unidades de Estudio

La unidad de estudio lo conforman los trabajadores de las distintas gerencias que compone la municipalidad de Cerro Colorado.

3.3.1. Población

La población lo conforma 59 de las gerencias de la municipalidad, estos se distribuyen de la siguiente manera:

Alcaldía, administración y finanzas, presupuestos y costos, talento humano, secretaria general, asesoría legal.

3.3.2. Muestra

La técnica de muestreo es la no probabilística por conveniencia, la cual es una técnica de muestreo donde los elementos se seleccionan en función de su fácil disponibilidad y conveniencia para el investigador, es decir, para el estudio se tomarán a 35 trabajadores de las distintas gerencias que posee la municipalidad de Cerro Colorado.

3.3.3. Criterios de selección

- Varones y mujeres
- Laboren en Alcaldía, administración y finanzas, presupuestos, talento humano, secretaría general y asesoría legal.

4. Estrategia de recolección de datos

Para la recolección de datos, primero se diseña el cuestionario y se aplicará de forma presencial y virtual. Las puntuaciones serán guardadas en una base de datos para luego ser ingresadas al programa estadístico SPSS versión 25.0.

En el programa se genera las frecuencias y porcentajes para cada variable, se agrupa visualmente en niveles alto, medio y bajo las respuestas por dimensiones y variables. Para el análisis inferencial, se aplica la prueba de normalidad, para saber que método de correlación utilizar: Spearman o Pearson. Todo ello permitirá analizar e interpretar los resultados para contestar los objetivos de estudio.

CAPITULO III: RESULTADOS

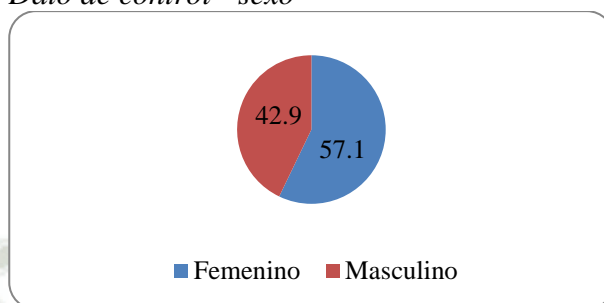


1. Resultados descriptivos

1.1. Datos de control

Figura 1

Dato de control - sexo

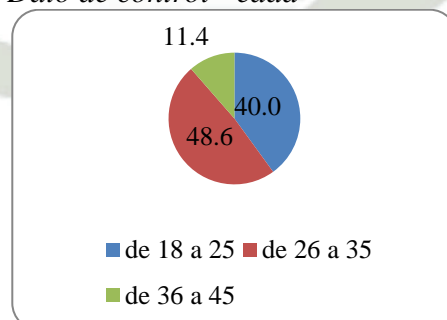


Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa que el 57.1% de los encuestados son de sexo femenino y el 42.9% de sexo masculino. Se puede intuir que el motivo de este resultado puede deberse a políticas de contratación que promuevan la igualdad de género, cambios en la estructura demográfica de la fuerza laboral, iniciativas de igualdad dentro de la municipalidad o posiblemente como está compuesto la población activa en la región en ese momento. Por último, podría reflejar un mayor número de mujeres que buscan empleo en el sector público en esa área específica.

Figura 2

Dato de control - edad

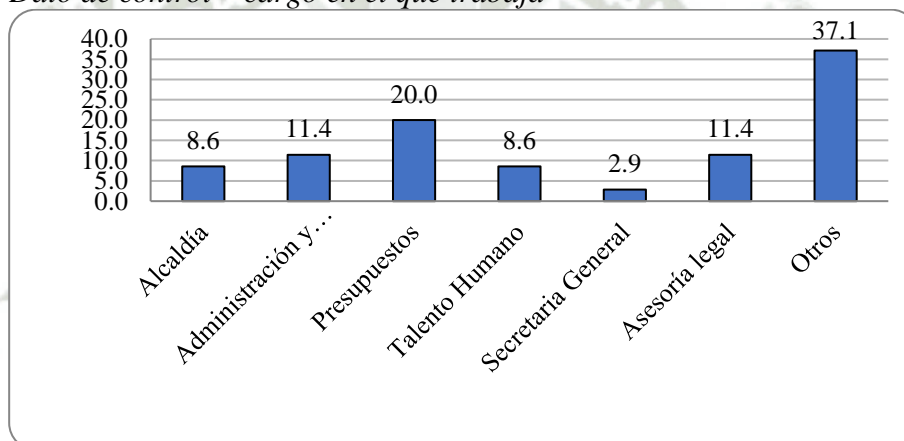


Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa que el 48.6% de los encuestados tienen entre 26 a 35 años, el 40% tienen entre 18 a 25 años y el 11.4% entre 36 a 45 años. También es posible que la municipalidad tenga políticas de contratación específicas para fomentar

la inclusión de jóvenes profesionales, lo que explicaría el alto porcentaje de empleados 18 y 35 años. Además, si hubo un gran número de jubilaciones o rotaciones de personal en la municipalidad tenga políticas de contratación específicas para fomentar la inclusión de jóvenes profesionales, lo que explica el alto porcentaje de empleados entre 18 y 35 años. Por otro lado, la municipalidad podría estar invirtiendo en programas de desarrollo de carrera dirigidas a jóvenes profesionales. Finalmente, las condiciones económicas locales podrían estar influyendo en la disponibilidad de empleo para diferentes grupos de edad con oportunidades más amplias para los jóvenes debido a la mano de obra.

Figura 3
Dato de control – cargo en el que trabaja



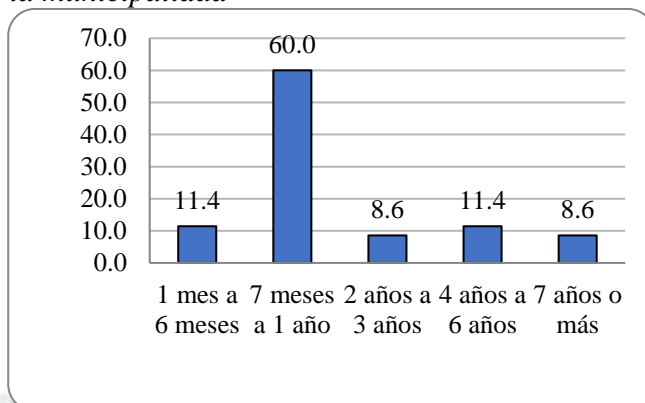
Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Se observa que al 37.1% pertenecen a las oficinas de Logística, Gerencia Municipal, Desarrollo Social, Tecnologías, Contabilidad. El 20.0% pertenecen a la oficina de Planificación de Costos y Presupuestos. El 11.4% es de la oficina de Asesoría Legal, y de la oficina de Administración y Finanzas.

Figura 4
Dato de control – tiempo que lleva trabajando en

la municipalidad



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

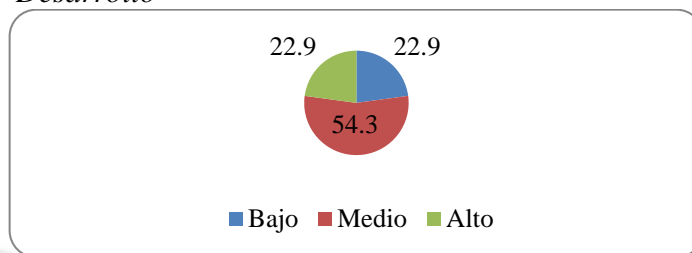
Se observa que el 60.0% corresponde a los colaboradores que trabajan en la municipalidad en un rango de 7 meses a 1 año. El 11.4% corresponde a los colaboradores que trabajan en la municipalidad en un rango de 1 mes a 6 meses. Finalmente, con el mismo porcentaje del 11.4% hay una cantidad de colaboradores de 4 años a 6 años de tiempo que trabajan en la municipalidad. Según los resultados en la figura se puede deducir que la municipalidad tiene una alta tasa de rotación de personal, lo que equivale a que muchos empleados permanecen en sus roles solo por periodos cortos de tiempo. Esto podría deberse a diversos motivos, tales como oportunidades laborales más atractivos en otros lugares, poca satisfacción laboral, y escasa estabilidad laboral, entre otros.

También la municipalidad podría tener programas o proyectos que requiere empleados a corto plazo para trabajos específicos. Estos podrían ser contratos temporales o de corta duración que resultan en una alta proporción de colaboradores que trabajan en la municipalidad durante periodos de 1 mes a 6 meses. El hecho de que un porcentaje significativo de colaboradores haya estado trabajando en la municipalidad durante 4 a 6 años sugiere cierta estabilidad laboral para aquellos que deciden quedarse a largo plazo. Esto podría ser indicativo de un ambiente laboral satisfactorio, oportunidades de crecimiento o beneficios laborales que incentivan la permanencia a largo plazo.

La municipalidad podría tener ciclos de contratación específicos que resultan en oleadas de nuevos empleados que ingresan en ciertos momentos del año, lo que explicaría el alto porcentaje de colaboradores que trabajan en la municipalidad durante 7 meses a 1 año.

1.2. Variables y dimensiones

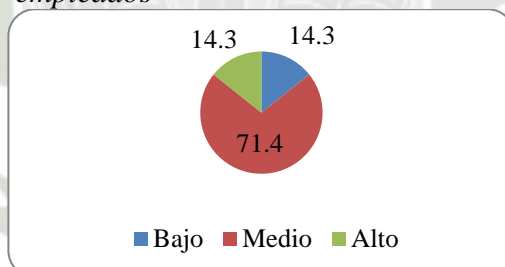
Figura 5
Desarrollo



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa en la tabla que el 22.9% representa a 8 colaboradores que consideran el desarrollo del personal institucional que se lleva es alta, se observa que el 54.3% percibe el desarrollo a un nivel medio. Esto puede deberse a los programas de capacitación de la municipalidad que se lleva manera regular, también por falta de comunicación interna entre los trabajadores de la institución ocasionando que el cliente no se sienta bien informado respecto de la población.

Figura 6
Contratación y retención de los empleados

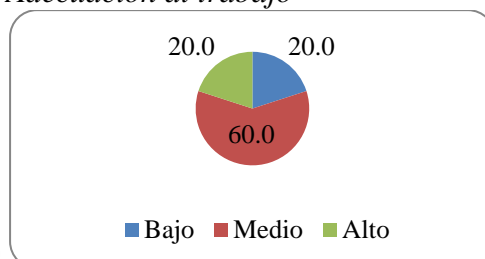


Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se puede observar que el 14.3% que representan a 5 trabajadores consideran que hay baja contratación y retención de los trabajadores en la municipalidad, 71.4% que son 25 trabajadores tienen una percepción regular y solo 14.3% perciben que la contratación y retención de empleados es baja. Esto se puede deber a que el proceso de reclutamiento tiene una falta de transparencia lo cual puede afectar a la adaptación y la satisfacción de nuevos miembros de la institución de esta manera afectando la percepción general de contratación, por otro lado, el

reconocimiento de los superiores no es frecuente y tampoco hay una buena política de incentivos, pero se cumple con todo establecido por la ley y la normativa referente a los derechos del trabajador.

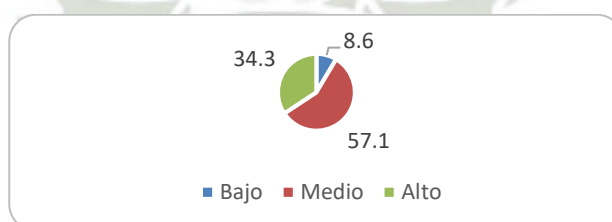
Figura 7
Adecuación al trabajo



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa que la adecuación al trabajo es percibida a un nivel medio por el 60.0% de los trabajadores, un 20% en un nivel alto y otro 20% a un nivel bajo. Esto indica algunas dificultades para la institución en asignar a cada empleado un puesto laboral que le represente un desafío y que esté de acuerdo a sus habilidades, también los programas existentes no son suficientemente personalizados y no abarca a todas las necesidades de cada trabajador.

Figura 8
Comunicación interna

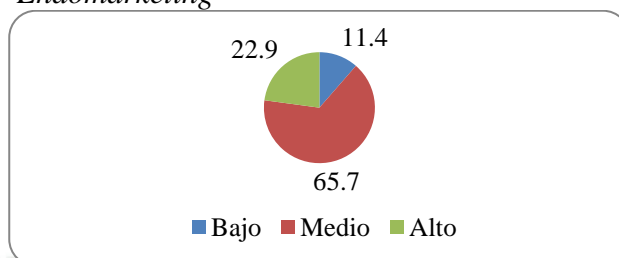


Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa que un 57.1% de encuestados perciben un nivel medio de comunicación interna, un 34.3% percibe un nivel alto y un 8.6% respondió que existe un nivel bajo. Esto puede verse a que en ocasiones hay una falta de divulgación de metas y objetivos institucionales o por área, además de que la comunicación no siempre es eficiente cuando hay cambios en actividades,

procesos o servicios de mejora.

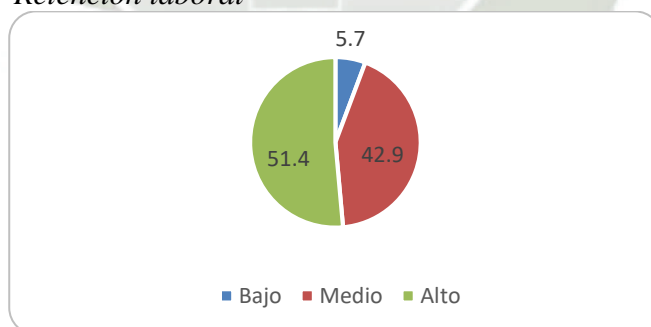
Figura 9
Endomarketing



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa que el 65.7% expresa que hay un nivel medio de endomarketing, un 22.9% es percibido con un nivel alto y 11.4% con un nivel bajo. Esto puede deberse a que hay iniciativas de endomarketing con impacto moderado lo cual conlleva a no satisfacer a las expectativas de los empleados en la cultura organizacional, además hay aspectos positivos como por ejemplo en el reconocimiento de un empleado, aunque no es frecuente si es lo suficientemente satisfactorio para el trabajador y para todo el equipo de trabajo fomentando un ambiente laboral positivo

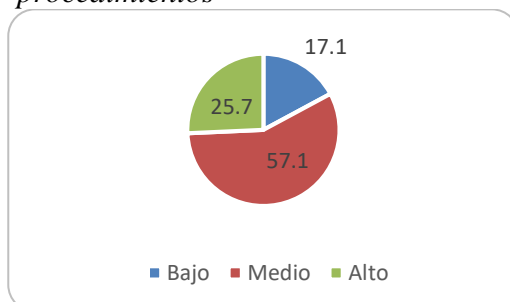
Figura 10
Retención laboral



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa un 42.9% como respuesta de retención laboral en un nivel medio, un 51.4% en un nivel alto y el 5.7% que corresponde a un nivel bajo. Esto se debe a que hay buena política de incentivos, también oportunidades de carrera profesional, mostrando una atractiva cultura organizacional y ambiente de trabajo favorable, de esta forma se reduce la tasa rotación laboral.

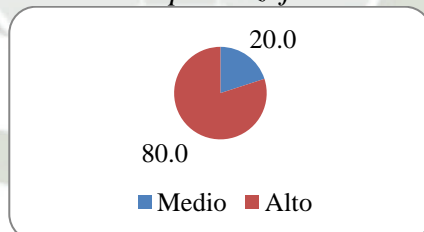
Figura 11
Clima de apreciación, estimulación y procedimientos



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa que se obtuvo un 57.1% en clima de apreciación en un nivel medio, un 25.7% de nivel alto y 17.1% nivel bajo. Esto indica que los empleados perciben que la institución no ofrece oportunidades de manera constante para que cada trabajador se especialice en su área de trabajo, por lo tanto, esto genera que el trabajador sienta que sus talentos no estén siendo aprovechados al máximo.

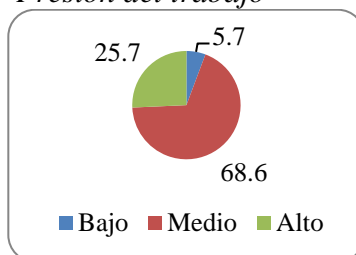
Figura 12
Actitud de Aprendizaje



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa que en el 80% de los encuestados tienen un nivel alto en actitud de aprendizaje y 20% un nivel medio. Esto se debe a que la municipalidad premia la iniciativa en el aprendizaje, también tienen la libertad y el apoyo de aprender nuevas cosas útiles en su trabajo, además, esto se debe a que el aprendizaje constante se percibe en la municipalidad como un medio de crecimiento profesional.

Figura 13
Presión del trabajo

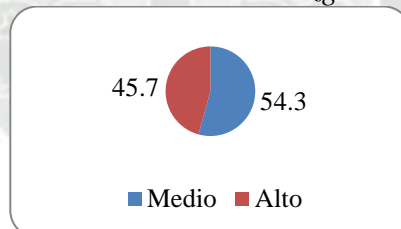


Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Se obtuvo como resultado que el 68.6% de los encuestados perciben un nivel medio de presión laboral, un 25.7% en un nivel alto y finalmente un 5.7% en un nivel bajo. Esto se debe a que la municipalidad gestiona la presión laboral y cuida que el ambiente de trabajo sea saludable, fomentando un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida personal de cada individuo para fomentar la salud mental y bienestar de los empleados.

Figura 14
Habilidades de Liderazgo



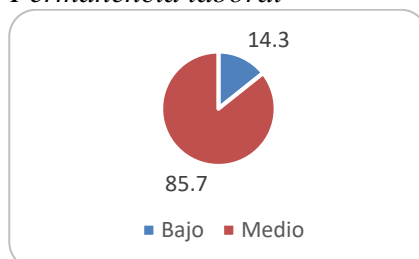
Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Se obtuvo como resultado que el 45.7% posee habilidades de liderazgo a un nivel alto y un 54.3% nivel medio.

Este puede indicar que los empleados cuentan con habilidades sólidas de liderazgo, pero no de manera uniforme en todas las áreas, lo cual indica que hay una cantidad de trabajadores que son capaces de liderar equipos mientras que el resto no experimenta eso.

Figura 15
Permanencia laboral



Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.
Elaboración propia

Se observa como resultado que el 85.7% percibe un nivel medio de permanencia laboral en la MDCC y el 14.3% con un nivel bajo. Esto indica que hay elementos positivos que cada individuo percibe de la institución como por ejemplo la visión a futuro dentro de la misma, la satisfacción con su trabajo actual y que la labor de área que realiza es importante, por otro lado, la presión laboral podría estar afectando la estabilidad.

1.3. Generales por ítems

Tabla 3
Resultados por ítems – Variable Endomarketing

| | Totalmente en desacuerdo. | | En desacuerdo | | Indiferente | | De acuerdo | | Totalmente de acuerdo | |
|---|---------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------------|------------|---------------|-----------------------|---------------|
| | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas |
| 5. La organización le capacita para desarrollar mejor su actividad?" | 7 | 20,0 % | 11 | 31,4 % | 4 | 11,4 % | 10 | 28,6 % | 3 | 8,6% |
| 6. Recibe informaciones respecto de las empresas con las que trabaja la MDCC?" | 7 | 20,0 % | 9 | 25,7 % | 12 | 34,3 % | 5 | 14,3 % | 2 | 5,7% |
| 7. Sabe lo que los ciudadanos esperan de los servicios ofrecidos por la MDC?" | 3 | 8,6% | 3 | 8,6% | 9 | 25,7 % | 13 | 37,1 % | 7 | 20,0 % |
| 8. La MDCC ofrece oportunidades para aumentar su conocimiento de forma general?" | 6 | 17,1 % | 5 | 14,3 % | 13 | 37,1 % | 11 | 31,4 % | 0 | 0,0% |
| 9. El proceso de reclutamiento de nuevos empleados es claro y se especifica lo que se espera de ellos?" | 2 | 5,7% | 4 | 11,4 % | 11 | 31,4 % | 16 | 45,7 % | 2 | 5,7% |

| | | | | | | | | | | |
|--|----|-------|---|-------|----|-------|----|-------|---|-------|
| 10. Las actividades y las responsabilidades de los nuevos empleados son claramente definidas? | 2 | 5,7% | 1 | 2,9% | 17 | 48,6% | 13 | 37,1% | 2 | 5,7% |
| 11. Está remunerado(a) de acuerdo con la medida del sector? | 3 | 8,6% | 6 | 17,1% | 15 | 42,9% | 8 | 22,9% | 3 | 8,6% |
| 12. La MDCC ofrece oportunidades de pagos extras? | 18 | 51,4% | 3 | 8,6% | 7 | 20,0% | 6 | 17,1% | 1 | 2,9% |
| 13. Es reconocido(a) por sus superiores por el trabajo que hace? | 3 | 8,6% | 3 | 8,6% | 13 | 37,1% | 16 | 45,7% | 0 | 0,0% |
| 14. Si el empleado desea, él puede solicitar el cambio de función? | 7 | 20,0% | 7 | 20,0% | 16 | 45,7% | 4 | 11,4% | 1 | 2,9% |
| 15. La MDCC se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de cada uno de los empleados? | 6 | 17,1% | 7 | 20,0% | 10 | 28,6% | 12 | 34,3% | 0 | 0,0% |
| 16. Tengo la libertad para tomar decisiones relativas al desarrollo de mi actividad? | 5 | 14,3% | 1 | 2,9% | 12 | 34,3% | 15 | 42,9% | 2 | 5,7% |
| 17. Hay diferentes programas para atender las necesidades de los diferentes tipos de empleados? | 4 | 11,4% | 7 | 20,0% | 12 | 34,3% | 10 | 28,6% | 2 | 5,7% |
| 18. Conozco los valores de la MDCC? | 2 | 5,7% | 4 | 11,4% | 11 | 31,4% | 12 | 34,3% | 6 | 17,1% |
| 19. Los cambios que van a ocurrir en la MDCC son comunicados con antelación? | 3 | 8,6% | 5 | 14,3% | 15 | 42,9% | 11 | 31,4% | 1 | 2,9% |
| 20. La MDCC divulga internamente las actividades que desarrolla en la comunidad ? | 2 | 5,7% | 3 | 8,6% | 12 | 34,3% | 13 | 37,1% | 5 | 14,3% |
| 21. El lanzamiento de nuevos servicios es hecho primero en la MDCC y solo después para los ciudadanos? | 4 | 11,4% | 2 | 5,7% | 15 | 42,9% | 11 | 31,4% | 3 | 8,6% |
| 22. La MDCC divulga internamente, antes de poner en la web, | 4 | 11,4% | 6 | 17,1% | 12 | 34,3% | 10 | 28,6% | 3 | 8,6% |

las propagandas de
sus servicios?

Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Totalmente en desacuerdo

El 51.4% está totalmente en desacuerdo en que la MDCC ofrece oportunidades de pagos extras.

Esto indica que hay una falta de transparencia de comunicación sobre estas oportunidades, también por falta de claridad en políticas de compensación, o desconocimiento en estas oportunidades de recompensas adicionales.

En desacuerdo

El 31.4% está en desacuerdo con que la municipalidad le capacita para desarrollar mejor su actividad. Esto podría deberse a una falta de efectividad en los programas de capacitación, limitaciones en recursos para capacitación que tenga la municipalidad y seguimiento realizado después de una capacitación.

Indiferente

El 48.6% es indiferente a las actividades y responsabilidades de los nuevos empleados. Esto se debe a una ausencia de conocimiento de parte de los encuestados a las expectativas que tengan los nuevos empleados, así mismo no se tiene claro los documentos que describe las obligaciones de cada trabajador lo cual afectaría la experiencia laboral de los nuevos empleados.

De acuerdo

El 45.7% está de acuerdo en el reconocimiento de sus superiores por el trabajo que hacen. Esto se debe a que la institución valora la retroalimentación positiva y maneja de manera formal o informal el reconocimiento de los empleados destacados por sus logros, además, esto indica que los supervisores estarían implementando estrategias para expresar gratitud hacia sus empleados.

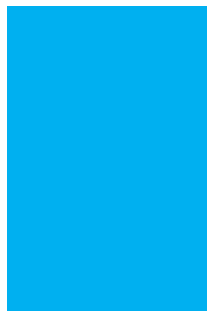
Totalmente de acuerdo

El 20% está totalmente de acuerdo que conocen el resultado del trabajo de la municipalidad en el sector público. Bajo el contexto de que una minoría de trabajadores contesten que conocen los resultados de la municipalidad en relación de sus logros que parten de las actividades que realizan en el sector público, esto se debe a que contribuyan al conocimiento de las metas alcanzadas de la municipalidad.

Tabla 4
Resultados por ítems – Variable Permanencia laboral

| | Totalmente en desacuerdo. | | En desacuerdo | | Indiferente | | De acuerdo | | Totalmente de acuerdo | |
|--|---------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------------|------------|---------------|-----------------------|---------------|
| | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas | Recuento | % de N tablas |
| 23. Si quisiera hacer otro trabajo o función buscaría primero las posibilidades dentro de la MDCC? | 8 | 22,9% | 2 | 5,7% | 12 | 34,3% | 9 | 25,7% | 4 | 11,4% |
| 24. Dentro de la MDCC mi trabajo me satisface? | 2 | 5,7% | 1 | 2,9% | 10 | 28,6% | 16 | 45,7% | 6 | 17,1% |
| 25. Estoy planeando trabajar para otra entidad dentro de un período de tres años? | 4 | 11,4% | 5 | 14,3% | 8 | 22,9% | 9 | 25,7% | 9 | 25,7% |
| 26. Si recibiese una atractiva oferta de trabajo de otra entidad, la tomaría? | 3 | 8,6% | 2 | 5,7% | 5 | 14,3% | 10 | 28,6% | 15 | 42,9% |
| 27. El trabajo que hago es muy importante para mí? | 2 | 5,7% | 1 | 2,9% | 4 | 11,4% | 16 | 45,7% | 12 | 34,3% |
| 28. Nuestras ideas e intereses son tomadas seriamente por el equipo ejecutivo? | 4 | 11,4% | 2 | 5,7% | 11 | 31,4% | 15 | 42,9% | 3 | 8,6% |
| 28. La MDCC me motiva para desarrollar, si es posible, mis propios intereses laborales? | 4 | 11,4% | 5 | 14,3% | 15 | 42,9% | 10 | 28,6% | 1 | 2,9% |
| 29. El personal ejecutivo en | 3 | 8,6% | 3 | 8,6% | 17 | 48,6% | 9 | 25,7% | 3 | 8,6% |

la MDCC siempre parece estar listo para dar consejos sobre cómo puedo aprender cosas nuevas?



30. El personal ejecutivo trata de entender los problemas que los empleados experimentan en su trabajo?

| | | | | | | | | | |
|---|-------|---|-------|----|-------|---|-------|---|------|
| 5 | 14,3% | 5 | 14,3% | 15 | 42,9% | 8 | 22,9% | 2 | 5,7% |
|---|-------|---|-------|----|-------|---|-------|---|------|

31. La MDCC me da la oportunidad de capacitarme en temas que me interesan?

| | | | | | | | | | |
|---|-------|----|-------|---|-------|---|-------|---|-------|
| 6 | 17,1% | 10 | 28,6% | 8 | 22,9% | 7 | 20,0% | 4 | 11,4% |
|---|-------|----|-------|---|-------|---|-------|---|-------|

32. Si tengo la oportunidad de aprender, definitivamente lo hago?

| | | | | | | | | | |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|
| 1 | 2,9% | 1 | 2,9% | 5 | 14,3% | 10 | 28,6% | 18 | 51,4% |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|

33. Tomo la iniciativa cuando quiero aprender algo que puede ser útil en mi lugar de trabajo?

| | | | | | | | | | |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|
| 0 | 0,0% | 1 | 2,9% | 5 | 14,3% | 13 | 37,1% | 16 | 45,7% |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|

34. Pienso que es importante aprender a lo largo de toda mi vida?

| | | | | | | | | | |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|
| 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 11,4% | 12 | 34,3% | 19 | 54,3% |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|

35. Me encanta realizar actividades por iniciativa propia?

| | | | | | | | | | |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|
| 0 | 0,0% | 2 | 5,7% | 5 | 14,3% | 12 | 34,3% | 16 | 45,7% |
|---|------|---|------|---|-------|----|-------|----|-------|

36. Como empleado estoy bajo

| | | | | | | | | | |
|---|------|---|------|----|-------|----|-------|---|-------|
| 1 | 2,9% | 0 | 0,0% | 18 | 51,4% | 10 | 28,6% | 6 | 17,1% |
|---|------|---|------|----|-------|----|-------|---|-------|

| | | | | | | | | | | |
|---|---|------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|
| mucha presión? | | | | | | | | | | |
| 37. La presión laboral es muy alta? | 1 | 2,9% | 2 | 5,7% | 15 | 42,9% | 11 | 31,4% | 6 | 17,1% |
| 38. La presión constante del trabajo (cosas que necesitan ser hechas, fechas límite y la competitividad) me tensan y a veces deprimen | 2 | 5,7% | 10 | 28,6% | 15 | 42,9% | 6 | 17,1% | 2 | 5,7% |
| 39. Cuando trabajo en equipo tomo rápidamente el liderazgo? | 0 | 0,0% | 2 | 5,7% | 14 | 40,0% | 13 | 37,1% | 6 | 17,1% |
| 40. Otros en esta entidad me ven como alguien que toma el liderazgo fácilmente? | 0 | 0,0% | 2 | 5,7% | 15 | 42,9% | 14 | 40,0% | 4 | 11,4% |
| 41. Me siento capaz de tomar una función ejecutiva en esta compañía? | 0 | 0,0% | 1 | 2,9% | 9 | 25,7% | 15 | 42,9% | 10 | 28,6% |

Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Totalmente en desacuerdo

El 22.9% de los encuestados están totalmente en desacuerdo en hacer otro trabajo o función y buscar primero las posibilidades dentro de la MDCC. Esto se puede deber a que los empleados perciben que la institución no ofrece suficientes oportunidades de crecimiento profesional o el cambio de informaciones dentro de la organización.

En desacuerdo

El 28.6% de los encuestados están en desacuerdo de recibir la oportunidad de capacitación en temas de su interés. Esto se debe a que las capacitaciones no se ajustan a los intereses individuales que los trabajadores o también se puede deber

a procedimientos complicados para mejorar los programas de capacitación.

Indiferente

El 48,6% de los encuestados se encuentra indiferente en que el personal ejecutivo en esta entidad siempre esté listo para dar consejos sobre cómo pueden aprender cosas nuevas. Esto indica que es posible que los trabajadores no hayan recibido el apoyo por parte del personal ejecutivo en incentivarlos a aprender cosas nuevas

De acuerdo

El 45.7% de los encuestados están de acuerdo con que el trabajo es importante para ellos. Esto podría reflejar un sentimiento de conexión y valoración hacia sus roles laborales, de esta manera el trabajador experimenta un sentido de propósito al comprender la relevancia de sus funciones en el contexto de los objetivos y servicios de la municipalidad.

Totalmente de acuerdo

El 54.3% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que es importante aprender a lo largo de toda su vida. Esto podría deberse a que los empleados valoran la formación continua como una herramienta para mejorar sus habilidades y ampliar conocimientos, con el fin de aumentar su desempeño en sus labores, esto podría indicar también que existe una cultura organizacional que fomenta la mentalidad de crecimiento en los trabajadores.

2. Resultados inferenciales

1.1. Prueba de normalidad

Tabla 5
Prueba de normalidad

| | Shapiro-Wilk | | |
|----------------------------|---------------------|----|-------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Endomarketing | 0.957 | 35 | 0.191 |
| Permanencia laboral | 0.954 | 35 | 0.155 |

Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Se emplea la prueba de shapiro wilk para el análisis de normalidad, puesto que la muestra tiene 35 datos, en tal sentido, se analiza los grados de significancia, en ambas variables, este excede el 0.05 del valor esperado, por ello se procede al análisis inferencial con estadísticos paramétricos, empleando la correlación de

Pearson.

1.2. Correlación general

Tabla 6
Correlación general

| | | Endomarketing |
|----------------------------|--------------|----------------------|
| Permanencia laboral | R de Pearson | 0.502 |
| | valor p | 0.002 |

Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Se observa que existe una correlación significativa, positiva y fuerte ($r=0.502$, $p= 0.002$) entre permanencia laboral y endomarketing, esto se debe a que la municipalidad implementa estrategias de endomarketing efectivas las cuales están desempeñando un papel importante en la retención de personal, de esta manera se está fomentando el sentido de pertenencia lo cual mejora el clima laboral y contribuye a una mayor satisfacción en los colaboradores, por ende a una mayor permanencia en la organización.

1.3. Correlación por dimensiones

Tabla 7
Correlación por dimensiones

| | | Desarrollo | Contratación y retención de los empleados | Adecuación al trabajo | Comunicación interna |
|--|--------------|-------------------|--|------------------------------|-----------------------------|
| Retención laboral | R de Pearson | 0.399 | 0.351 | 0.28 | 0.334 |
| | valor p | 0.018 | 0.039 | 0.103 | 0.05 |
| Clima de apreciación, estimulación y procedimientos | R de Pearson | 0.717 | 0.808 | 0.807 | 0.751 |
| | valor p | < .001 | <.001 | <.001 | <.001 |
| Actitud de Aprendizaje | R de Pearson | -0.173 | 0.028 | -0.111 | 0.068 |
| | valor p | 0.322 | 0.871 | 0.525 | 0.698 |
| Presión del trabajo | R de Pearson | -0.011 | -0.039 | 0.094 | -0.168 |
| | valor p | 0.948 | 0.824 | 0.591 | 0.335 |
| Habilidades de Liderazgo | R de Pearson | -0.353 | -0.295 | -0.429 | -0.156 |
| | valor p | 0.038 | 0.086 | 0.01 | 0.371 |

Fuente: Resultados obtenidos a partir del procesamiento estadístico en SPSS V26.0.

Elaboración propia

Se observa que existe una correlación significativa, positiva y muy alta ($r=0,808$, $p < .001$) entre "Clima de apreciación, estimulación y procedimientos" con "Contratación y retención de los empleados", esto es debido a que la municipalidad mantiene un clima laboral positivo que está asociado con prácticas efectivas de contratación y retención de empleados, de igual manera, mientras la apreciación y estimulación en el ambiente laboral incrementen también mejorará aspectos relacionados a la contratación y retención de los empleados, por lo tanto, esto influiría en la decisión de permanecer a largo plazo en la institución.

Se observa que existe una correlación significativa, positiva y alta ($r=0,751$, $p < .001$) entre "Clima de apreciación, estimulación y procedimientos" con "Comunicación interna", esto se debe a que el entorno laboral al ser positivo facilita la comunicación abierta y efectiva dentro de la institución. Del mismo modo, la satisfacción y el reconocimiento de los empleados puede propiciar el flujo de información entre todos los colaboradores.

Se observa que existe una correlación significativa, positiva y muy alta ($r=0,807$, $p < .001$) entre "Clima de apreciación, estimulación y procedimientos" con "Adecuación al trabajo", esto se debe a que un clima laboral positivo aumenta la percepción de los empleados sobre la idoneidad de sus roles, de esta manera cuando el colaborador se siente valorado y estimulado en su trabajo, es probable que perciba más coherencia y relevancia en sus labores diarias contribuyendo a una mayor adecuación en el trabajo.

3. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación del endomarketing en la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023. Según los resultados hallados en aprueba la hipótesis de la investigación que menciona "Es probable que pueda existir una relación significativa entre el endomarketing y la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023". Los hallazgos encontrados coinciden con la investigación de Bazan et al. (2023) en donde se encontró que existe una relación significativa entre el endomarketing y el rendimiento laboral de los empleados, esto se

evidencia a través de la correlación de Spearman ($Rho=0.660$), con una significancia de $p=0.000$, indicando una correlación directa y fuerte. En otras palabras, el aumento en las estrategias de endomarketing se traduce en una mejora en el rendimiento laboral de los trabajadores de la mencionada empresa.

En relación a como se presenta el endomarketing de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023, se halló que 65.7% presenta un nivel medio de endomarketing, el 22.9% un nivel alto y el 11.4% un nivel bajo, dentro de esta variable se observa que la contratación y retención de los empleados se da de la mejor manera para el 14.3% y se da de manera regular para un 71.4% de los colaboradores. Estos resultados coinciden con Forero (2019) que indica que el endomarketing se manifiesta en la generación de valor añadido para las compañías, evidenciado en la calidad del servicio mediante diversas estrategias como capacitaciones, incentivos, encuestas de satisfacción y la identificación de necesidades y expectativas de los empleados.

En relación a como se presenta la permanencia laboral de los colaboradores de la municipalidad de Cerro Colorado al 2023, los resultados encontrados indican que el 85.7% presentan un nivel medio y un 14.3% presentó un nivel bajo de permanencia laboral, así mismo, el 80% de los colaboradores presentan una actitud de aprendizaje a un nivel alto y un 20% un nivel medio. Estos resultados difieren con la investigación de Cosio (2021) obtuvo como resultado que, de los 91 empleados encuestados en la Municipalidad Distrital de Huaura, el 60.4% opina que la rotación de personal se encuentra en un nivel alto. En contraste, el 31.9% considera que el nivel es regular, mientras que un 7.7% percibe que es bajo. Además, de los 91 trabajadores encuestados en la Municipalidad Distrital de Huaura en relación con la dimensión de clima laboral, el 60.4% tiene la percepción de que el nivel es bajo (Cosio, 2021). Por otro lado, se halló que la dimensión con mayor correlación con “clima de apreciación, estimulación y procedimientos” es “contratación y retención de los empleados”, siendo una correlación significativa, positiva y muy alta ($r=0,808$, $p< .001$), además las dimensiones “adecuación al trabajo” y “comunicación interna” se correlacionan de manera significativa, positiva y alta, estos resultados coinciden con el estudio de Bocigas (2019) el cual resalta la estrecha relación entre el clima laboral positivo y la retención del talento humano en una organización. Se destaca que la satisfacción, vinculación y motivación de los empleados son elementos fundamentales para lograr una retención exitosa. La Teoría Z subraya la importancia de un ambiente laboral

positivo para fomentar recomendaciones y mejorar el eNPS (Employee Net Promoter Score), contribuyendo así a la retención del talento. Además, la experiencia del empleado emerge como una herramienta valiosa para identificar áreas de mejora específicas, como la comunicación y el desarrollo, que pueden influir directamente en la satisfacción y, por ende, en la retención del personal clave.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Conclusiones

Primera conclusión: Se concluye que existe una correlación significativa, positiva y fuerte ($r=0,502$, $p< .001$) entre permanencia laboral y endomarketing de los colaboradores de la municipalidad de cerro colorado al 2023, esta asociación se atribuye a la implementación exitosa de estrategias de endomarketing por parte de la municipalidad, las cuales desempeñan un papel crucial en la retención de personal.

Segunda conclusión: Se concluye que el 65.7% indica un nivel intermedio de endomarketing, mientras que el 22.9% lo percibe como alto y el 11.4% como bajo, esta distribución se debe a la existencia de iniciativas de endomarketing con un impacto moderado, lo que puede resultar insuficiente para cumplir con las expectativas de los empleados en términos de la cultura organizacional. No obstante, se destacan aspectos positivos, como el reconocimiento ocasional de los empleados, que, aunque no es frecuente, resulta lo suficientemente satisfactorio tanto para los trabajadores como para todo el equipo, contribuyendo así a un ambiente laboral positivo.

Tercera conclusión: Se concluyó que el 85.7% experimenta un nivel medio de permanencia laboral en la MDCC, mientras que el 14.3% lo percibe como bajo. Estos datos sugieren que hay aspectos positivos que los individuos encuentran en la institución, tales como la visión a futuro, la satisfacción con sus roles actuales y la percepción de la importancia de sus responsabilidades. Sin embargo, se señala que la presión laboral podría estar incidiendo en la estabilidad laboral.

Cuarta conclusión: Se concluye que existe una correlación significativa, positiva y muy alta ($r=0,808$, $p< .001$) entre "Clima de apreciación, estimulación y procedimientos" y "Contratación y retención de los empleados". Esto se debe a que la municipalidad mantiene un entorno laboral positivo, el cual está vinculado a prácticas efectivas en la contratación y retención de empleados. Del mismo modo, el aumento en la apreciación y estimulación en el entorno laboral también contribuirá a mejorar aspectos relacionados con la contratación y retención de empleados, lo que, en última instancia, puede influir en la decisión de permanecer a largo plazo en la institución.

Recomendaciones

Primera recomendación: Se recomienda consolidar y mejorar las estrategias de endomarketing que han demostrado ser efectivas. Esto implica adaptar las iniciativas según las necesidades individuales de los empleados, medir continuamente el clima laboral, fomentar la participación activa de los colaboradores en la formulación de estrategias, mantener una comunicación abierta y transparente, y monitorear indicadores clave para evaluar el impacto a largo plazo. Estas acciones colaborarán en fortalecer la retención de personal y en mantener un entorno laboral positivo en la institución.

Segunda recomendación: Se recomienda fortalecer las iniciativas de endomarketing mediante la diversificación y personalización de estrategias para abordar las diversas expectativas individuales. Es esencial incrementar el reconocimiento, incluso de manera ocasional, para elevar la moral y fortalecer el sentido de pertenencia. Fomentar la participación activa de los empleados en la toma de decisiones, establecer canales efectivos de retroalimentación, mejorar la comunicación interna y evaluar continuamente el impacto de las iniciativas permitirán ajustes y mejoras constantes, contribuyendo así a la satisfacción de los empleados y a la construcción de una cultura organizacional más positiva.

Tercera recomendación: Se sugiere mejorar la estabilidad laboral y mitigar la presión laboral, ya que es fundamental implementar estrategias para gestionar la carga de trabajo, como la asignación equitativa de responsabilidades y la capacitación en manejo del estrés. Además, fortalecer la comunicación interna sobre la visión a futuro de la organización y proporcionar oportunidades de desarrollo profesional puede contribuir a mejorar la satisfacción y compromiso de los empleados, reforzando así la estabilidad laboral. La identificación y abordaje proactivo de los factores generadores de presión laboral serán fundamentales para mantener un entorno laboral saludable y sostenible a largo plazo.

Cuarta recomendación: Se recomienda consolidar y fortalecer las prácticas que contribuyen a un entorno laboral positivo, esto incluiría la implementación continua de políticas efectivas de contratación y retención, así como el fomento de un clima de apreciación y estimulación. Se podría considerar la introducción de programas de reconocimiento y desarrollo profesional, así como la mejora de los procedimientos internos para asegurar una contratación eficiente y un ambiente laboral que inspire la lealtad de los empleados. La atención continua a estos aspectos podría influir positivamente en la decisión de los empleados de permanecer a largo plazo en la institución.

REFERENCIAS

- Alles, M. (2009). *Construyendo talento Programas de desarrollo para el crecimiento de las personas y la continuidad de las organizaciones*. Granica.
- Araque, D., Sanchez, J., & Uribe, A. (2017). *Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en centros de desarrollo tecnologico colombianos*. Obtenido de Revista Estudios Gerenciales (33) 95-101: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v33n142/0123-5923-eg-33-142-00095.pdf>
- Araque, D., Sánchez, J., & Uribe, A. (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Estudios Gerenciales*, 95-101. doi:<https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.005>
- Arturo, A. (2019). *Reclutamiento y selección de personal*. Editorial Elearning.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigacion, Administracion economia, humanidades y ciencias sociales*. Obtenido de Prentice Hall. Tercera edición: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bohnenberger, M. (2005). *Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. Universitat de les Illes Balears.
- Canales, L. (2009). Endomarketing y la Gestión de Recursos Humanos. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 24-32. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847123003.pdf>
- Caridad, M., Salazar, C., & Castellano, M. (2017). *ENDOMARKETING: ESTRATEGIA DINAMIZADORA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL SECTOR UNIVERSITARIO*. Obtenido de Revista Espacios: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/92351206/169430476-libre.pdf?1665610218=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEndomarketing_Estrategia_dinamizadora_pa.pdf&Expires=1688064357&Signature=DRhCz14IMsvQpo9x2dDYqUmjL~TdMyTyUR-P~B6rWNSp16pMyzj
- Cooperrider, D., Whitney, D., & Stavros, J. (2007). *Appreciative inquiry handbook: The first in a series of AI workbooks for leaders of change (2nd ed.)*. Berrett-Koehler.
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Editorial UOC.
- Curtis, S., & Wright, D. (2001). Retaining employees – the fast track to commitment.

- Management Research News*, 59-64. doi:<https://doi.org/10.1108/01409170110782964>
- Domínguez, Á. (2018). Análisis de la permanencia en el empleo de los trabajadores españoles durante el periodo 2007-2010. *Papers*, 339-366. doi:<https://doi.org/10.5565/rev/papers.2282>
- Galvez (2018). Estrategias para mejorar la recaudación tributaria en la Municipalidad Provincial de Chota
<https://unach.edu.pe/rcnorandina/index.php/ciencianorandina/article/view/28>
- Gonzales, D. (2009). Estrategias de retención del personal. Una reflexión sobre su efectividad y alcances. *Revista Universidad EAFIT*, 45-72. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/215/21518650004.pdf>
- Herrera, C. (2023). *El primer alcalde de gestión 2023-2026 que debe dejar cargo en Arequipa*. Arequipa: La Republica.
- Kyndt, E., Dochy, F., Michielsen, M., & Moeyaert, B. (2009). Employee Retention: Organisational and Personal Perspectives. *Vocations and Learning*, 195–215. doi:<https://doi.org/10.1007/s12186-009-9024-7>
- Mendes, D., & Pineiro, R. (2016). *Revista de Administração de Roraima - RARR*, ISSN-e 2237-8057, Vol. 6, N°. 3, 2016, págs. 644-663. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5764270>
- Municipalidad Distrital Cerro Colorado. (26 de Junio de 2023). *Página web oficial*. Obtenido de <https://mdcc.gob.pe/>
- Musso, M., & Salgado, J. (2012). Retención y permanencia laboral: validación de un cuestionario para evaluar retención laboral en nuestro país. *Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*, 30-36. Obtenido de <https://www.aacademica.org/000-072/397.pdf>
- Nolazco, F., & Rodríguez, D. (2020). Los tres pilares para la retención del talento humano en una empresa de servicios generales. *INNOVA Research Journal*, 255-266. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1240>
- Noroño, J., Nuñez, M., & Gonzalez, R. (2020). *Ética sindical como mecanismo impulsor de competitividad en las pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de Utopía y Praxis Latinoamericana 25(E-3), 154-173.: <https://www.redalyc.org/journal/279/27963600012/html/>
- Orchak, G., & Marín, M. (2016). Diseño de un instrumento para medir la relación sistema de compensación, permanencia y compromiso. *Revista Global de Negocios*, 75-84.

Obtenido de <https://www.theibfr.com/download/rgn/2016-rgn/rgn-v4n7-2016/RGN-V4N7-2016-7.pdf>

- Payares, K. B. (2017). *Endomarketing y Calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud*. Obtenido de revista espacios: <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2220/Endomarketing%20y%20calidad%20de%20servicio%20interno%20en%20las%20peque%3%b1as%20y%20medianas%20empresas%20del%20sector%20salud.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Payares, K., Berdugo, A., Caridad, M., & Navarro, E. (2017). Endomarketing y calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud. *Revista Espacios*, 1-10. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2220/Endomarketing%20y%20calidad%20de%20servicio%20interno%20en%20las%20peque%3%b1as%20y%20medianas%20empresas%20del%20sector%20salud.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez - Martínez, K., Saldaña, J., & Cuevas, A. (2020). *Nivel de importancia del ambiente social y sentido de pertenencia en la permanencia laboral de la generación "Y" de la U.A.N.L.* Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Rappaport, A., Bancroft, E., & Okum, L. (2003). The aging workforce raises new talent management issues for employers. *Journal of Organizational Excellence*, 55-66. doi:<https://doi.org/10.1002/npr.10101>
- Rivera, E., Castillo, J., & Leal, M. (2017). *Compromiso organizacional como dinámica de las instituciones del Sector Salud en Barranquilla - Colombia*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n11/18391113.html>
- Rodriguez, R. (2008). Learning's impact on talent flow. *Chief Learning Officer*, 50-64. Obtenido de <https://yellowedge.files.wordpress.com/2008/06/rod.pdf>
- Rodriguez (2001)h La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6174479.pdf>
- Roth (2023) Enterprise Attention Management: what you need to know <https://futurecio.tech/enterprise-attention-management-what-you-need-to-know/>
- Salas-Canales, H. (2021). Endomarketing: Una herramienta para la gestión efectiva del capital humano. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 126-142. Obtenido de <http://scielo.iics.una.py/pdf/riics/v17n1/2226-4000-riics-17-01-126.pdf>
- Sanchez, I. (2017). *La comunicación interna y su vinculación con la eficiencia laboral del personal de consulta externa del hospital general docente Ambato*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato |tesis de postgrado|

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25403/1/27%20GIS.pdf>

Trujillo, A., Tuesta, J., Viena, M., & Coronado, L. (2021). Endomarketing: Estrategia para la reducción de la rotación de personal millennial en organizaciones mexicanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 267-282. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8145521.pdf>

Uriarte(2013)

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071852002013000200010&script=sci_arttext&tlng=pt


Vanegas, F., & Montoya, L. (2014). *Factores psicosociales asociados a la permanencia laboral en los empleados contratados por Sintraempaques y Sintrainduplascal en la compañía de empaques en el Municipio de Itagui*. Obtenido de Corporacion Universitaria Minuto de Dios [Tesis doctoral]: <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/4236>

Villa, L., & Gómez, D. (2018). Endomarketing: una herramienta de integración del cliente interno con la estrategia organizacional. *Hojas y Hablas*, 143-156. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6628824.pdf>



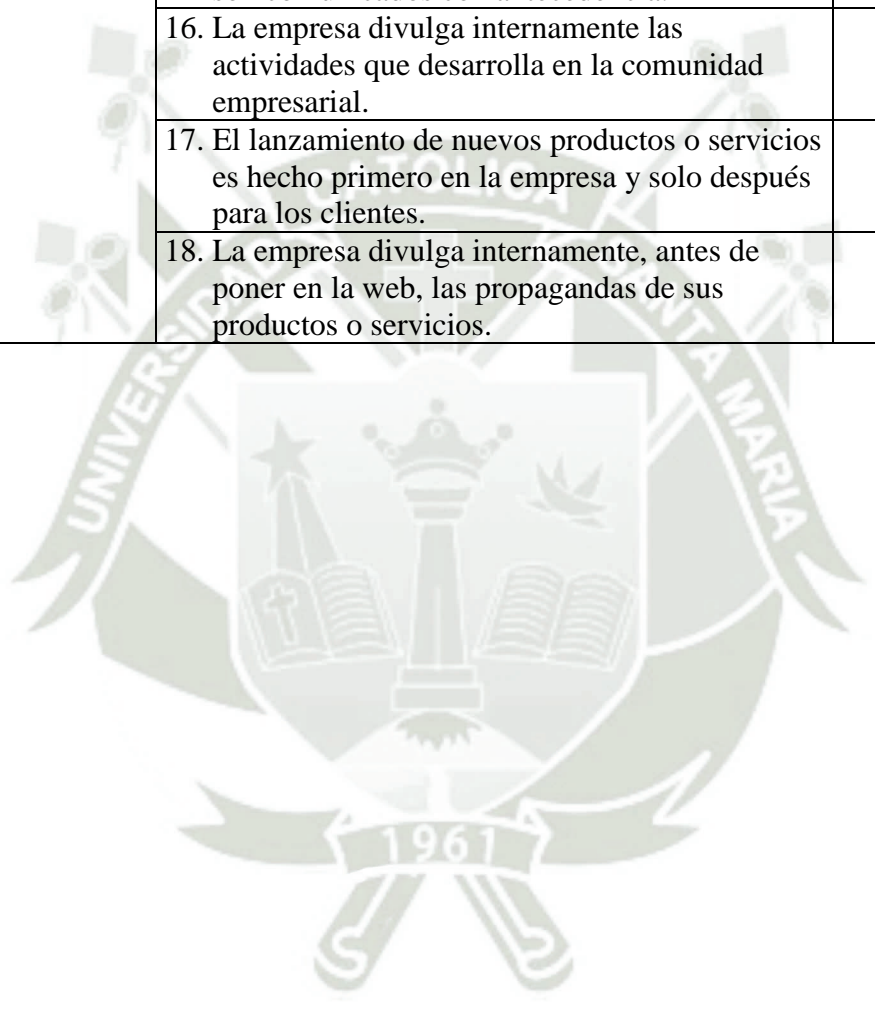
ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de endomarketing

| Instrumento de endomarketing | |
|---|---|
|  | Soy estudiante de la Universidad Católica de Santa María el presente cuestionario se realizará de manera anónima y las respuestas brindadas solo serán utilizadas con fines educativos. |
| | Brindar un minuto de su tiempo para responder a las siguientes preguntas: |
| | ¡Muchas Gracias por su colaboración! |
| Datos de control: | |
| Sexo (F/M): | |
| Edad: | |
| Cargo | |

| Instrumento de endomarketing | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| Por favor responder de acuerdo a su percepción y vivencias diarias en la empresa, considerando la siguiente escala: Totalmente en desacuerdo (TD):1, En Desacuerdo (D):2, Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NAND): 3, De acuerdo (A): 4, Totalmente de acuerdo (TA): 5. | | | | | | |
| Dimensiones | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Desarrollo | 1. La organización me capacita para desarrollar mejor mi actividad | | | | | |
| | 2. Recibo informaciones respecto de los clientes de la empresa. | | | | | |
| | 3. Sé lo que los clientes esperan de los productos o servicios ofrecidos por la empresa. | | | | | |
| | 4. La empresa ofrece oportunidades para aumentar mi conocimiento de forma general. | | | | | |
| Contratación y retención de los empleados | 5. El proceso de reclutamiento de nuevos empleados es claro y se especifica lo que se espera de ellos. | | | | | |
| | 6. Las actividades y las responsabilidades de los nuevos empleados son claramente definidas. | | | | | |
| | 7. Soy remunerado de acuerdo con la medida del sector. | | | | | |
| | 8. La empresa ofrece oportunidades de pagos extras. | | | | | |
| | 9. Soy reconocido por mis superiores por el trabajo que hago. | | | | | |
| Adecuación al trabajo | 10. Si el empleado desea, él puede solicitar el cambio de función. | | | | | |
| | 11. La empresa se preocupa en atribuir las actividades de acuerdo con las habilidades de | | | | | |

| | | | | | | | |
|-------------------------|---|--|--|--|--|--|--|
| | cada uno de los empleados. | | | | | | |
| | 12. Tengo la libertad para tomar decisiones relativas al desarrollo de mi actividad. | | | | | | |
| | 13. Hay diferentes programas para atender las necesidades de los diferentes tipos de empleados. | | | | | | |
| Comunicación interna | 14. Conozco los valores de mi empresa. | | | | | | |
| | 15. Los cambios que van a ocurrir en la empresa son comunicados con antelación. | | | | | | |
| | 16. La empresa divulga internamente las actividades que desarrolla en la comunidad empresarial. | | | | | | |
| | 17. El lanzamiento de nuevos productos o servicios es hecho primero en la empresa y solo después para los clientes. | | | | | | |
| | 18. La empresa divulga internamente, antes de poner en la web, las propagandas de sus productos o servicios. | | | | | | |



Anexo 2: Instrumento de Permanencia laboral

| Instrumento de Permanencia laboral | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| Marque según la siguiente escala donde 1 = totalmente en desacuerdo, 2= de acuerdo, 3 indiferente, 4= de acuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. | | | | | | |
| Dimensiones | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Retención laboral | 19. Si quisiera hacer otro trabajo o función buscaría primero las posibilidades dentro de esta compañía. | | | | | |
| | 20. Dentro de esta compañía mi trabajo me satisface. | | | | | |
| | 21. Estoy planeando trabajar para otra compañía dentro de un período de tres años. | | | | | |
| | 22. Si recibiese una atractiva oferta de trabajo de otra compañía, la tomaría. | | | | | |
| | 23. El trabajo que hago es muy importante para mí. | | | | | |
| Clima de apreciación, estimulación y procedimientos | 24. Nuestras ideas e intereses son tomadas seriamente por el equipo ejecutivo. | | | | | |
| | 25. La compañía me motiva para desarrollar, si es posible, mis propios intereses laborales. | | | | | |
| | 26. El personal ejecutivo en esta compañía siempre parece estar listo para dar consejos sobre cómo puedo aprender cosas nuevas. | | | | | |
| | 27. El personal ejecutivo trata de entender los problemas que los empleados experimentan en su trabajo. | | | | | |
| | 28. Mi compañía me da la oportunidad de capacitarme en temas que me interesan. | | | | | |
| Actitud de Aprendizaje | 29. Si tengo la oportunidad de aprender, definitivamente lo hago. | | | | | |
| | 30. Tomo la iniciativa cuando quiero aprender algo que puede ser útil en mi lugar de trabajo. | | | | | |
| | 31. Pienso que es importante aprender a lo largo de toda mi vida. | | | | | |
| | 32. Me encanta realizar actividades por iniciativa propia. | | | | | |
| Presión del trabajo | 33. Como empleado estoy bajo mucha presión. | | | | | |
| | 34. La presión laboral es muy alta aquí. | | | | | |
| | 35. La presión constante del trabajo (cosas que necesitan ser hechas, fechas límite y la competitividad) me tensan y a veces deprimen. | | | | | |
| Habilidades de Liderazgo | 36. Cuando trabajo en equipo tomo rápidamente el liderazgo. | | | | | |
| | 37. Otros en esta compañía me ven como alguien que toma el liderazgo fácilmente. | | | | | |
| | 38. Me siento capaz de tomar una función ejecutiva en esta compañía. | | | | | |