

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



*Una Institución Adventista*

**Endomarketing y calidad de vida en el trabajo en una institución  
educativa del distrito de Tarapoto, 2019.**

Por:

Ramírez Rojas Flor

Asesor:

Mtro. David Troya Palomino

**Tarapoto, diciembre de 2019**

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, *David Troya Palomino*, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "Endomarketing y calidad de vida en el trabajo en una institución educativa del distrito de Tarapoto, 2019" constituye la memoria que presenta el Bachiller Ramírez Rojas, Flor; para aspirar al Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Morales, a los 25 días del mes de noviembre del año 2019.

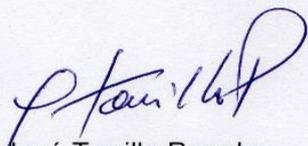
  
\_\_\_\_\_  
Asesor  
Mtro. David Troya Palomino

Endomarketing y su relación con la calidad de vida en el trabajo de los  
colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del  
Distrito de Tarapoto del 2019.

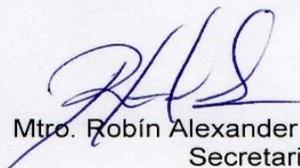
## TRABAJO DE INVESTIGACION

Presentada para optar el grado de bachiller en Administración y  
Negocios Internacionales

### JURADO CALIFICADOR



Mtro. José Tarrillo Paredes  
Presidente



Mtro. Robin Alexander Díaz Saavedra  
Secretario



Mtro. David Troya Palomino  
Asesor

Morales, 1 de diciembre del 2019

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre el endomarketing y la calidad de vida en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Para esta investigación se utilizó una metodología de tipo de investigación correlacional y de enfoque cuantitativo, el diseño no experimental – transaccional. Se utilizó el instrumento para la variable Endomarketing EndoMKT creado y validado por Bohnenberger, María (2005) y para la variable calidad de vida en el trabajo el instrumento para medir la calidad de vida en el trabajo se tomó la encuesta Cvt-Gohisalo la que fue propuesta y validada por González, Hidalgo, Salazar & Preciado (2010). Las variables se calificaron en una escala del 1 al 5, siendo el número 1 (totalmente en desacuerdo) y el número 5 (totalmente de acuerdo). Los instrumentos fueron consultados y validados por tres expertos y se comprobó la fiabilidad a través del Alfa de Cronbach aplicado a las variables estudiadas, cuyo resultado y valor del coeficiente para la variable Endomarketing de 0.858 y Calidad de vida en el trabajo es de 0.964, por lo que confirma la confiabilidad de las escalas. Los resultados obtenidos mediante la correlación de Rho Spearman; muestra que si existe relación significativa ( $Rho = 0,663^{**}$ ;  $p = 0,000$ ) de las variables estudiadas. En conclusión, podemos determinar que si se considera las actividades de endomarketing en la gestión se mejorará la calidad de vida en el trabajo de los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto.

**Palabras claves:** Endomarketing, Calidad de vida en el trabajo.

## **Abstract**

The main objective of the research was to determine the relationship that exists between endomarketing and the quality of life at work in the collaborators of the Educational Institution No. 004 - Túpac Amaru of the Tarapoto district, 2019. For this research a methodology of type was used. of correlational research and quantitative approach, non-experimental - transactional design. The instrument was used for the variable Endomarketing EndoMKT created and validated by Bohnenberger, María (2005) and for the variable quality of life at work the CVT-GOHISALO instrument created and validated by González, Hidalgo, Salazar & Preciado (2010). The variables were rated on a scale of 1 to 5, with number 1 (strongly disagree) and number 5 (totally in agreement). The instruments were validated through three expert judgments and the reliability was verified through the Cronbach's Alpha applied to the variables studied, whose result and value of the coefficient for the variable Endomarketing of 0.858 and Quality of life in the work is of 0.964, by what confirms the reliability of the scales. The results obtained by the Rho Spearman correlation; shows that there is a significant relationship ( $Rho = 0,663^{**}$ ;  $p = 0,000$ ) of the variables studied. In conclusion, we can determine that if the endomarketing activities are considered in the management, the quality of life in the work of the employees of the Educational Institution No. 004 - Túpac Amaru of the district of Tarapoto will be improved.

**Keywords:** Endomarketing, Quality of life at work.

## **1. Introducción**

En la actualidad el hombre pasa mucho de su tiempo en las organizaciones, en esta dinámica se ven inmersas las organizaciones, Chiavenato (2008) en la teoría estructuralista de la administración nos habla del hombre organizacional “el hombre que desempeña diferentes funciones o papeles en varias organizaciones, refleja una personalidad cooperativa y colectivista”, haciendo una clara referencia al hombre contemporáneo que pasa las horas del día en actividad consiente en las organizaciones; conociendo esto urge la búsqueda de alternativas para para general ventajas competitivas y sostenibles en cuanto a contar con colaboradores que sienten apego por la organización. Entre las múltiples alternativas existentes existe la posibilidad de trabajar con los colaboradores como una forma de establecer este elemento diferencial. En tal sentido, muchas organizaciones e investigadores reconocen la importancia del endomarketing como una alternativa para generar calidad de vida en el trabajo en los colaboradores.

Ahmed y Rafiq (2003) aseguran que el endomarketing es un tema que está en pleno desarrollo en plano global y es conveniente investigar cuales son los aportes en las organizaciones tanto en un contexto global como en un plano doméstico.

Da Luz, De Lima & Minciotti (2017) aseveran que el endomarketing evoca la función que es tan importante dentro de las organizaciones, la cual apunta a la atención al personal como un elemento primordial para el funcionamiento de las actividades que se realizan en la organización.

En la actualidad el análisis sobre el entorno competitivo ha brindado un enfoque más integrador y dinámico, dando ventaja en aquellas empresas que han centrado sus esfuerzos en generar capacidades organizativas esenciales en respuesta a las dinámicas cambiantes del entorno por medio de la reconfiguración de sus recursos estratégico, haciendo una clara referencia al talento humano con los que cuentan las organizaciones (Bueno, 2002) las empresas e instituciones que

sepan identificar y responder a las oportunidades del entorno a través del desarrollo de nuevos procesos, (productos y servicio), tendrán mejores resultados como consecuencia del aumento de sus ingresos y la reducción de sus costes; pero esto no se puede lograr sin un personal comprometido y dispuesto a aportar para la consecución de los objetivos de la organización.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, es importante tomar conocimiento sobre lo que están haciendo las organizaciones en nuestro país, para identificar las acciones que son desarrolladas, y determinar cuáles son las convergencias que esto genera para la calidad de vida en el trabajo de los colaboradores. En esta investigación que tiene por objeto de estudio a la I.E N° 0004 Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, la cual viene desarrollando sus actividades desde marzo de 1981 y tiene por finalidad brindar servicio educativo integral y de calidad, donde los estudiantes desarrollan sus potencialidades; para el cumplimiento de este objetivo institucional se cuenta con personal docente y administrativo; es por ello que esta investigación se desarrolla en esta institución y por motivos como: la proximidad física para la realización de la investigación, acceso a la información , por último, el interés de los encargados de la dirección de la institución y de la investigadora sobre esta temática.

En ese contexto y evidenciando la necesidad y el interés por conocer cómo la relación del endomarketing y la calidad de vida en el trabajo, es que la investigación que se titula: “Endomarketing y su relación con la calidad de vida en el trabajo de los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Tupac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019” la que mide la relación que existe entre estas dos variables para llegar a una conclusión y posteriores recomendaciones.

## **2. Marco teórico**

### **2.1. Endomarketing**

Ruiz (2008), señala que el endomarketing es el que se encarga de lograr la nivelación de los colaboradores con los objetivos de la organización, principalmente con la orientación al cliente, teniendo en cuenta que el cliente es lo primordial para todas las empresas. De esta manera se considera al colaborador como un cliente interno, ente por el cual la empresa se preocupa en tener más conocimiento de sus necesidades y tratar de satisfacerlas, y producto de ellos se tendrán mejores resultados, entre otros beneficios.

De acuerdo con Kotler y Keller (2012) "El endomarketing, es una pieza clave del marketing holístico, la cual se trata de buscar y captar, capacitar y motivar a los colaboradores idóneos, los que deben atender bien a sus clientes, asegurando así a la empresa. Tratada de tener listo al personal antes de brindar el servicio al público".

#### **2.1.1. Dimensiones.**

Para este estudio se utilizó las dimensiones propuestas por Bohnenberger (2005), quien propone que las dimensiones para el marketing interno son:

- Desarrollo de los empleados
- Contratación y retención de los empleados
- Adecuación al trabajo
- Comunicación interna

### **2.2. Calidad de vida en el trabajo**

Chiavenato (2008) denota que la CVL, no sólo está en función de características individuales o situaciones, sino también por la actuación sistémica de las características individuales y

organizacionales, que es entendida por medio de modelos propuestos por diferentes autores, entre los cuales mencionan el modelo de la calidad de vida en el trabajo de Nadler y Lawler quienes proponen cuatro aspectos principales: la participación de los colaboradores en las decisiones, la reestructuración del trabajo en razón del enriquecimiento de las tareas y de los grupos autónomos de trabajo, la innovación del sistema de recompensas de modo que influya en el clima de la organización y la mejora del entorno laboral por cuanto se refiere a condiciones físicas y psicológicas, el horario de trabajo, etc.

### **2.2.1. Dimensiones.**

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron las dimensiones para la variable calidad de vida en el trabajo CVT-GOHISALO propuestas por González, Hidalgo, Salazar & Preciado (2010), quienes mencionan que son:

- Soporte institucional para el trabajo
- Seguridad en el trabajo
- Integración al puesto de trabajo
- Satisfacción por el trabajo
- Bienestar logrado a través del trabajo
- Desarrollo personal del trabajador
- Administración del tiempo libre

### **3. Materiales y métodos**

En esta investigación se evaluó el grado de asociación o relación entre dos o más variables, permitiendo medir cada una, cuantificándola y analizando su vinculación. Es una investigación del tipo aplicada correlacional, con un diseño no experimental transversal. La población fue de 66 colaboradores y la muestra estuvo conformada por el 100 % de los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto. El proceso de muestreo es no probabilístico.

#### **3.1. Instrumento**

El instrumento para la variable Endomarketing EndoMKT creado y validado por Bohnenberger, María (2005), dicho instrumento está estructurado por 4 dimensiones que fue diseñado con la técnica de likert con un total de 22 items. Esta variable se califica en una escala del 1 al 5, siendo el número 1 (totalmente en desacuerdo) y el número 5 (totalmente de acuerdo), las mismas que se utilizaran en este estudio facilitando el llenado del cuestionario y la interpretación de la información. El instrumento para la variable calidad de vida en el trabajo CVT-GOHISALO creado y validado por González, Hidalgo, Salazar & Preciado (2010), dicho instrumento está estructurado por 7 dimensiones que fue diseñado con la técnica de likert con un total de 51 items. Esta variable se califica en una escala del 1 al 5, siendo el número 1 (totalmente en desacuerdo) y el número 5 (totalmente de acuerdo), las mismas que se utilizaran en este estudio facilitando el llenado del cuestionario y la interpretación de la información.

Asimismo, se consultó a expertos en función a su rol validaron los instrumentos considerando aspectos importantes que son: claridad, congruencia, contexto y dominio del constructo.

También se realizó la fiabilidad mediante el Alpa de Cronbach en la cual se obtuvo un resultado para endomarketing de 0.858\*\* y para calidad de vida en el trabajo de 0.964\*\*, lo cual nos indica que los instrumentos son confiables y aceptables.

Para el análisis de datos se procedió a usar el programa estadístico SPSS, de tal forma que se ingresó los datos correspondientes obtenidos después de un proceso de recolección de información, aplicando el análisis correlacional de nuestras variables y dimensiones, haciendo uso de las hipótesis nulas y alterna para determinar el grado de significancia teniendo en cuenta el p-valor  $<0.05$ .

## 4. Resultados y discusión

### 4.1. Resultado 1

Tabla 1.

*Análisis de correlación entre el endomarketing y la calidad de vida en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.*

---

Endomarketing	Calidad de vida en el trabajo		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,663	0,000	66

---

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

La relación entre el endomarketing y la calidad de vida en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva considerable a 0,663 y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ). Es decir, existe relación significativa entre el endomarketing y la calidad de vida en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

### 4.2. Resultado 2

Tabla 2.

*Relación significativa entre el endomarketing y el soporte institucional para el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.*

---

Endomarketing	Soporte institucional para el trabajo		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,526	0,000	66

---

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

La relación entre el endomarketing y el soporte institucional para el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva considerable a 0,526 y un p valor igual a 0,000 (p-valor > 0.05), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir existe relación significativa entre el endomarketing y el soporte institucional para el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

### 4.3. Resultados 3

Tabla 3.

*Análisis de correlación entre el endomarketing y la seguridad en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.*

Endomarketing	Seguridad en el trabajo		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,456	0,000	66

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

La relación entre el endomarketing y la seguridad en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media igual a 0,456 y un p valor igual a 0,000 (p-valor > 0.05), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula,

es decir existe relación significativa entre el endomarketing y la seguridad en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

#### 4.4. Resultado 4

Tabla 4.

*Análisis de correlación entre el endomarketing y la integración al puesto de trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.*

Endomarketing	Integración al puesto de trabajo		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,375	0,002	66

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

La relación entre el endomarketing y la integración al puesto de trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media a 0, 375 y un p valor igual a 0,002 (p-valor > 0.05), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir existe relación significativa entre el endomarketing y la integración al puesto de trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

#### 4.5. Resultado 5

Tabla 5.

*Análisis de correlación entre el endomarketing y la satisfacción por el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019*

Endomarketing	Satisfacción por el trabajo		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,590	0,000	66

Fuente: Elaboración propia.

La relación entre el endomarketing y la satisfacción por el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva considerable a 0,590 y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción por el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

#### 4.6. Resultado 6

Tabla 6.

*Análisis de correlación entre el endomarketing y el bienestar logrado a través del trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019*

Endomarketing	Bienestar logrado a través del trabajo		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,434	0,000	66

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

La relación entre el endomarketing y bienestar logrado a través del trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media a 0,434 y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir existe relación significativa entre el endomarketing y el bienestar logrado a través del trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

#### Resultado 7

Tabla 7.

*Análisis de correlación entre el endomarketing y desarrollo personal del trabajador en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019*

Endomarketing	Desarrollo personal del trabajador		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,414	0,001	66

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

La relación entre el endomarketing y desarrollo personal del trabajador en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media a 0, 414 y un p valor igual a 0,001 (p-valor > 0.05), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir existe relación significativa entre el endomarketing y el desarrollo personal del trabajador en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

#### 4.7. Resultado 8

Tabla 8.

*Análisis de correlación entre el endomarketing y administración del tiempo libre en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019*

Endomarketing	Administración del tiempo libre		
	Rho Spearman	p-valor	N
	0,363	0,003	66

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

La relación entre el endomarketing y la administración del tiempo libre en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media a 0,363 y un p valor igual a 0,003 (p-valor > 0.05), por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, es decir existe relación significativa entre el endomarketing y administración del tiempo libre en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

### 5.1. Conclusión

En base a los resultados obtenidos durante la aplicación de los instrumentos, se presentan las siguientes conclusiones:

1. Se concluye que, la relación entre el endomarketing y la calidad de vida en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva considerable a 0,663 y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y la calidad de vida en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere decir que, si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing, la calidad de vida en el trabajo aumentará.
2. Respecto al primer objetivo específico, se concluye que la relación entre el endomarketing y el soporte institucional para el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva considerable a 0,526 y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y el soporte institucional para el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere decir que, si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing, el soporte institucional para el trabajo se fortalecerá.

3. Asimismo, para el segundo objetivo específico, se concluye que la relación entre el endomarketing y la seguridad en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media igual a 0,456 y un p valor igual a 0,000 (p-valor > 0.05), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y la seguridad en el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere decir que, si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing, la seguridad en el trabajo aumentará.
4. Asimismo, para el tercer objetivo específico, se concluye que la relación entre el endomarketing y la integración al puesto de trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media a 0,375 y un p valor igual a 0,002 (p-valor > 0.05), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y la integración al puesto de trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere decir que, si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing, la integración al puesto de trabajo se fortalecerá.
5. Asimismo, para el cuarto objetivo específico, se concluye que la satisfacción por el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva considerable a 0,590 y un p valor igual a 0,000 (p-valor > 0.05), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción por el trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere

decir que si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing la satisfacción por el trabajo aumentará.

6. Asimismo, para el quinto objetivo específico, se concluye que la relación entre el endomarketing y bienestar logrado a través del trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media a 0,434 y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y el bienestar logrado a través del trabajo en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere decir que, si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing, el bienestar logrado a través del trabajo se fortalecerá.
7. Asimismo, para el sexto objetivo específico, se concluye que la relación entre el endomarketing y desarrollo personal del trabajador en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman positiva media a 0,414 y un p valor igual a 0,001 ( $p\text{-valor} > 0.05$ ), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y el desarrollo personal del trabajador en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere decir que, si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing, el desarrollo personal del trabajador aumentará.
8. Finalmente, para el séptimo objetivo específico, se concluye que la relación entre el endomarketing y la administración del tiempo libre en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Se obtuvo un coeficiente

de correlación Rho Spearman positiva media a 0,363 y un p valor igual a 0,003 (p-valor > 0.05), por lo tanto, existe relación significativa entre el endomarketing y administración del tiempo libre en los colaboradores de la Institución Educativa N° 004 – Túpac Amaru del distrito de Tarapoto, 2019. Esto quiere decir que, si la dirección de la institución educativa aumenta las actividades que generen endomarketing, la administración del tiempo libre aumentará.

## **5.2. Recomendaciones**

Sobre la base de los resultados de esta investigación, presento las siguientes recomendaciones.

1. Desarrollar actividades que propicien endomarketing, lo que por consecuencia va a generar calidad de vida en el trabajo en los colaboradores.
2. Identificar las actividades que se están realizando y son bien recibidas por los colaboradores para potenciarlas y las actividades que tienen un efecto contrario para reformularlas o quitarlas.
3. Capacitar a los jefes de los diferentes niveles jerárquicos en temas de endomarketing para poner en práctica en los colaboradores.

## Referencias

- Ahmed K. y Rafid M. (2003). Internal marketing issues and challenges. *European Journal of Marketing*, v. 9, n. 37, p. 1177-1186. 2003
- Bohnenberger M. (2016) “Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional”
- Bueno L. (2002) Os Serviços de Marketing: competindo através da qualidade. ed. Maltese
- Chiavenato, I. (2004). *Gestión del talento humano*. México: Editorial Mc Graw Hill
- Da Luz, R. H., de Lima, R. M., & Minciotti, S. A. (2017). O marketing interno como elemento básico desenvolvimento de cidades e localidades. *Gestão & Regionalidade*, 33(97)
- González, Hidalgo, Salazar y Preciado (2010), *Sinopsis Dun*. California Dun and Breadstret Internationals
- Hernandez, Fernandez & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México DF.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (11° Edición). México: Pearson Educación S.A. de C.V.