

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



**Endomarketing y su influencia en el engagement de los  
colaboradores de las MYPEs de la Asociación de Propietarios  
Mega Plaza Ceres, Vitarte - Lima**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado(a) en  
Administración y Negocios Internacionales

**Autor:**

Maria Fernanda Roman Huanay  
Franklin Noe Tacanahui Condori  
Elffy Consuelo Reyna Mallqui

**Asesor:**

Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui

Ñaña, abril de 2025

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Jesús Fernando Bejarano Auqui, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Endomarketing y su influencia en el Engagement de los colaboradores de las MYPEs de la Asociación de Propietarios Mega Plaza Ceres, Vitarte - Lima”** del (los) autor (autores) Maria Fernanda Roman Huanay, Franklin Noe Tacanahui Condori y Elffy Consuelo Reyna Mallqui, tiene un índice de similitud de 9% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Ñaña, a los 9 días del mes de mayo del año 2025



---

Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Naña, Villa Unión, a 23 día(s) del mes de abril del año 2025, siendo las 14:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Sede Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Mg. David Junior Elias Aguilar Panduro el (la) secretario(a): Mtra. Denny Lita

Alomia Lozano y los demás miembros: Dra. Gloria Iron

Ley Madina y el (la) asesor(a) Dr. Jesús Fernando

Bejarano Augui con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

"Enclomarketing y su influencia en el Engagement de los colaboradores de las MYPES de la Asociación de Propietarios Mega Plaza Cero, Vitarte - Lima" del(los) bachiller/es:

a) Elfy Consuelo Reyna Mallqui

b) Franklin Noel Tacanahui Condori

c) Maria Fernanda Roman Huanay

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciado (a) en Administración y Negocios Internacionales

(Denominación del Título Profesional)  
El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Elfy Consuelo Reyna Mallqui

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

Bachiller (b): Franklin Noel Tacanahui Condori

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

Bachiller (c): Maria Fernanda Roman Huanay

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

(\*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

\_\_\_\_\_  
Presidente/a

\_\_\_\_\_  
Asesor/a

\_\_\_\_\_  
Bachiller (a)

\_\_\_\_\_  
Secretario/a

\_\_\_\_\_  
Miembro

\_\_\_\_\_  
Bachiller (b)

\_\_\_\_\_  
Miembro

\_\_\_\_\_  
Bachiller (c)

(\*) Tabla de Calificación

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	20	A+	Con nominación de <b>Excelente</b>	Excelencia
	19	A		
	18	A-	Con nominación de <b>Muy Bueno</b>	Sobresaliente
	17	B+		
	16	B	Con nominación de <b>Bueno</b>	Muy Bueno
	15	B-		
14	C	Con nominación de <b>Aceptable</b>	Bueno	
DESAPROBADO	Menos de 14	D	Con nominación de <b>Deficiente</b>	Insuficiente

## **Endomarketing y su influencia en el Engagement de los colaboradores de las MYPEs de la Asociación de Propietarios Mega Plaza Ceres, Vitarte - Lima**

Jesús Fernando Bejarano Auqui

Doctor en Administración de Empresas. Profesor de pregrado y posgrado. Universidad Peruana Unión

jesusbejarano@upeu.edu.pe

María Fernanda Román Huanay

Estudiante de la Escuela Profesional de Administración. Universidad Peruana Unión.

maria.roman@upeu.edu.pe

Franklín Noé Tacanahui Condori

Estudiante de la Escuela Profesional de Administración. Universidad Peruana Unión.

franklin.tacanahui@upeu.edu.pe

Elffy Reyna Mallqui

Estudiante de la Escuela Profesional de Administración. Universidad Peruana Unión.

elffyreyna@upeu.edu.pe

### **Resumen**

La estrategia de endomarketing fortalece la cultura organizacional y el compromiso de los colaboradores en las MYPEs, promoviendo identidad y sentido de pertenencia. Este estudio analiza su influencia en el engagement de los trabajadores de la Asociación de Propietarios Ceres, Vitarte-Lima, mediante una revisión bibliográfica y un enfoque descriptivo, cuantitativo y correlacional. Con una muestra de 298 colaboradores, se encontró una valoración positiva significativa ( $r = 0,77$ ,  $R^2 = 0,588$ ) entre endomarketing y engagement. Los resultados evidencian que una adecuada implementación del endomarketing fortalece las relaciones internas y mejora la eficiencia operativa y la competitividad empresarial. Esto subraya su importancia como herramienta clave para potenciar el desempeño organizacional en las MYPEs.

**Palabras claves:** Endomarketing, engagement, competitividad empresarial, desempeño organizacional.

### **Abstract**

The endomarketing strategy strengthens the organizational culture and employee engagement in MSMEs, promoting identity and a sense of belonging. This study analyzes its influence on the employee engagement of the Ceres Owners Association, Vitarte-Lima, through a bibliographic review and a descriptive, quantitative and correlational approach. With a sample of 298 employees, a significant positive assessment was found ( $r = 0.77$ ,  $R^2 = 0.588$ ) between endomarketing and engagement. The results show that an adequate implementation of endomarketing strengthens internal relationships and improves operational efficiency and business competitiveness. This underlines its importance as a key tool to enhance organizational performance in MSMEs.

Keywords: Endomarketing, engagement, business competitiveness and organizational performance

Clasificación Jel: M30, M31, M32