



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING



**ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD
LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL
LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD
LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. CORINA MONROY QUIROZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

JULIACA - PERÚ

2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

**ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD
LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL
LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD
LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

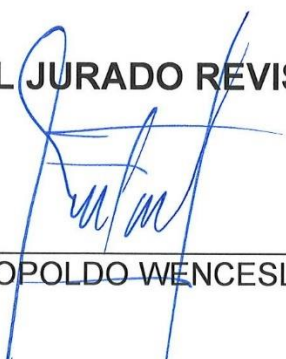
Bach. CORINA MONROY QUIROZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:


Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

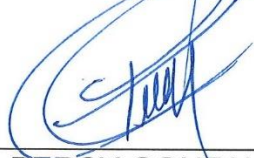
PRIMER MIEMBRO

:


Dr. ROBERTO PAYE COLQUEHUANCA

SEGUNDO MIEMBRO

:


Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

ASESOR DE TESIS

:


Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

:

Organización y dirección de empresas (5311-UNESCO)

**"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"****RESOLUCIÓN N°405-2025-D-FCA-UANCV-J**

Juliaca, 12 de diciembre de 2025

VISTOS:

El Expediente N° 8457, presentado por **CORINA MONROY QUIROZ**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación y defensa de la tesis titulado: **ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Marketing**.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller: **CORINA MONROY QUIROZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- | | | |
|-------------------|---|-------------------------------------|
| * PRESIDENTE | : | Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI |
| * 1er. MIEMBRO | : | Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA |
| * 2do. MIEMBRO | : | Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA |
| * ASESOR DE TESIS | : | Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR |

ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

- | | | |
|---------|---|--------------------------------|
| * Lugar | : | salón de Grados y Títulos |
| * Fecha | : | lunes, 15 de diciembre de 2025 |
| * Hora | : | 8: 00 a.m |

ARTICULO CUARTO. – DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretaría Académica, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCA (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
DECANATO
Dr. Leopoldo W. Condori Cari
DECANO (O)
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 702-2024-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 16 de diciembre 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-CU-17350 de fecha 25 de noviembre de 2024, del **Bach. CORINA MONROY QUIROZ**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el **Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Marketing.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. CORINA MONROY QUIROZ**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024**; conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Marketing, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR **Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR**.

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: **ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024**; correspondiente a la Línea de Investigación **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. CORINA MONROY QUIROZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como **ASESOR** al **Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER, que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

DISTRIBUCIÓN:
- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- SLAP/



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
[Firma]
Dr. Sc. S. L. *[Firma]* Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**RESOLUCIÓN N° 426-2024-UI-FCA-UANCV-J**

Juliaca, 10 de setiembre 2024

VISTOS:

El Expediente: **2024-12538** de fecha 09 de setiembre del 2024, el cual solicita Revisión de propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación"** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Marketing**.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) **Bach. CORINA MONROY QUIROZ**, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de **Título: ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la Propuesta de Investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Marketing, corroboró la propuesta del ASESOR **Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR**, quien debe ser acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulado: **ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024**; presentado por el (la) **Bach. CORINA MONROY QUIROZ**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER, como ASESOR al **Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- SLAP/



INFORME DE ORIGINALIDAD

23%

INDICE DE SIMILITUD

21%

FUENTES DE INTERNET

14%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.upsjb.edu.pe

Fuente de Internet

5%

2

[Submitted to University of Dayton](#)

Trabajo del estudiante

1%

3

[Submitted to Vanderbilt University](#)

Trabajo del estudiante

1%

4

www.misabogados.com

Fuente de Internet

1%

5

[Submitted to Mountain Lakes High School](#)

Trabajo del estudiante

1%

6

editorialeidec.com

Fuente de Internet

1%

7

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1%

8

revistas.unamba.edu.pe

Fuente de Internet

1%

9

repositorio.upla.edu.pe

Fuente de Internet

1%

10

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

1%

11

Llanos Torres, Yanet Milagros. "Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores del Centro de Salud Guadalupe Juliaca, 2020 - 2021", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru)

Publicación

1%

12

repositorio.uwiener.edu.pe

Fuente de Internet

<1%



Metadatos complementarios

Título de la Tesis	
ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	CORINA MONROY QUIROZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70201453
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0001-6628-8874
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02426851
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6313-4052
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02145441
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	PERCY GONZALO PUMA PUMA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02374215



Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y dirección de empresas (5311-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno Edificio: Hotel Ciudad del Lago Coordenadas: Longitud: -15.8392007 Latitud: -70.0287057 URL Maps https://maps.app.goo.gl/1179nrzBHAYerGcw5 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Setiembre 2024 - Diciembre 2025
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 Administración http://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dr. Roberto Paye Colquehuanca

DIRECTOR
UNID INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo CORINA MONROY QUIROZ, identificado con DNI
Nro. 70201453, en mi condición de egresado de:

- ☒ **Escuela Profesional**
☐ **Programa de Segunda Especialidad,**
☐ **Programa de Maestría o Doctorado**

ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

informo que he elaborado el/la ☒ **Tesis** o ☐ **Trabajo de Investigación**, ☐ **Trabajo Académico**
denominada:

ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE
LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL
DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024

Asesorado por: Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 02 de ENERO del 2026

Firma del Asesor
(obligatoria)

Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

El presente dedico a Dios por darme salud, por guiarme y darme las fuerzas necesarias en esta etapa de desarrollo de investigación.

A mi madre De la Paz que es un ángel que me cuida desde el cielo que me apoyo en todo momento que me ha enseñado principios y valores, a ser una persona de bien y a mi padre Juan Pastor ya que gracias a ellos he logrado concluir con mi carrera profesional.

A mi querida hija Rouse kattaleya que fue mi motor, fortaleza y mi mayor inspiración a lo largo de esta etapa de mi vida.

A mis hermanas y mi hermano porque siempre me han brindado su apoyo incondicional y sus consejos para ser una mejor persona.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida por permitirme llegar a culminar con éxito mi propuesta de investigación, asimismo, por haberme guiado en todo momento a lo largo de mi formación profesional.

A mi familia por su apoyo incondicional y moral le agradezco infinitamente que siempre creyeron en mi dándome el ejemplo de superación.

A mi Asesor Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR por haberme brindado su apoyo, sus conocimientos, por la paciencia y orientación, por guiarme durante el desarrollo de esta investigación gracias.

A la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez por permitirme concluir con una etapa de mi vida, le agradezco a todos los Docentes de la escuela profesional de Administración en marketing por su tiempo, por su apoyo y paciencia, por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.



ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	14
1.2. Formulación del problema	16
1.3. Justificación del estudio	17
1.3.1. Justificación teórica.....	17
1.3.2. Justificación practica	17
1.3.3. Justificación metodológica.....	17

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	18
2.2. Objetivos específicos	18



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación	19
3.1.1. Antecedentes a nivel internacional.....	19
3.1.2. Antecedentes a nivel nacional	22
3.1.3. Antecedentes a nivel regional	24
3.2. Bases teóricas.....	26
3.2.1. Endomarketing	26
3.2.2. Productividad laboral	30
3.3. Marco conceptual.....	35

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS Y VARIABLES

4.1. Hipótesis general.....	37
4.2. Hipótesis específicas	37
4.3. Variables	38
4.3.1. Variable endomarketing:.....	38
4.3.2. Variable productividad laboral:.....	38
4.4. Operacionalización de variables	38

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la investigación	39
--	----



5.2. Métodos de la investigación.....	39
5.3. Tipo de la investigación	39
5.4. Nivel de investigación.....	40
5.5. Diseño de investigación	40
5.6. Población y muestra	40
5.6.1. Población.....	40
5.6.2. Muestra.....	41
5.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	41
5.7.1. Técnica	41
5.7.2. Instrumento.....	41
5.8. Confiabilidad y validez del instrumento	42
5.9. Procedimientos de tratamiento de datos.....	42
5.10. Contrastación de hipótesis	42
5.10.1. Contrastación de hipótesis específica 1.....	44
5.10.2. Contrastación de hipótesis específica 2.....	45
5.10.3. Contrastación de hipótesis específica 3.....	46

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación	48
6.1.1. Prueba de normalidad.....	48
6.1.2. Objetivo general	49



6.1.3. Objetivo específico 1.....	50
6.1.4. Objetivo específico 2.....	51
6.1.5. Objetivo específico 3.....	52
6.2. Discusión de resultados.....	52
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	57
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	59
ANEXOS	71
Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	72
Anexo 2: MATRIZ DE DATOS	73
Anexo 3: INSTRUMENTO(S) DE INVESTIGACIÓN	75
Anexo 5: EVIDENCIAS.....	77



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	38
Tabla 2 cálculo de p valor de endomarketing y productividad laboral	43
Tabla 3 cálculo de p valor de integración y productividad laboral.....	44
Tabla 4 cálculo de p valor de comunicación y productividad laboral	46
Tabla 5 cálculo de p valor de motivación y productividad laboral.....	47
Tabla 6 prueba de normalidad	48
Tabla 7 correlación entre endomarketing y productividad laboral	49
Tabla 8 correlación entre integración y productividad laboral.....	50
Tabla 9 correlación entre comunicación y productividad laboral	51
Tabla 10 correlación entre motivación y productividad laboral	52



RESUMEN

Después de lidiar con una situación difícil debido a la pandemia del coronavirus en años recientes, se ha notado una disminución considerable en el PBI nacional, atribuida principalmente a la reducción de la industria del turismo en la zona de Puno. El sector turístico, uno de estos sectores, experimentó un severo impacto debido a la escasa o nula presencia de visitantes durante la pandemia. Al concluir la pandemia, la industria hotelera tuvo que reevaluar sus estrategias para captar clientes. No obstante, también fue esencial elaborar tácticas de dedicación interna con sus trabajadores recién contratados, ya que un considerable número de ellos fueron despedidos al inicio de la pandemia. El estudio, el Endomarketing y su relación con la eficiencia laboral de los trabajadores del Hotel ciudad del lago, Empresa Individual de Responsabilidad Limitada en la ciudad de Puno, durante el año 2024, se realizó empleando un procedimiento cuantitativo de carácter correlacional, con un diseño no experimental. Para realizar el estudio, se eligió como grupo de estudio a los trabajadores del Hotel ciudad del lago Empresa Individual de Responsabilidad Limitada en la ciudad de Puno, en el año 2024, con un total de 18. Teniendo en cuenta este número, se definió la muestra de carácter censal, es decir, se llevó a cabo una encuesta a toda la población existente. Se empleó una herramienta elaborada en la escala de Likert, que consta de 15 elementos ordenados. Los resultados alcanzados fueron evaluados con Para determinar su nivel de fiabilidad, se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach. Además, se realizó una investigación estadística empleando el análisis de correlación Rho de Spearman para ello. Se estableció una correlación significativa positiva entre el endomarketing y la productividad ($Rho = 0.948$), lo que señala que cuando se incrementa el endomarketing, la productividad se incrementa. En relación con las dimensiones, es evidente una correlación significativa positiva entre la integración ($Rho = 0.732$), la comunicación ($Rho = 0.904$) y la motivación ($Rho = 0.917$).

Palabras Clave: Comunicación, Endomarketing, Integración, Motivación, Productividad.



ABSTRACT

After going through a complex situation due to the coronavirus pandemic in recent years, a considerable decline in the national GDP could be seen, mainly due to the decline in tourism activity in the Puno region. One of these sectors, the hotel sector, was critically affected due to the little or no influx of guests during the pandemic. Once the pandemic was over, the hotel sector had to rethink its customer acquisition strategies, but it was also essential to propose internal engagement strategies with its new employees, since the majority were laid off at the beginning of the pandemic. The research work, Endomarketing and its relationship with the labor productivity of the workers of the Hotel Ciudad del Lago, Empresa Individual de Responsabilidad Limitada of the city of Puno, 2024, applied the quantitative research approach, correlational scope, with a non-experimental design. For the development of the research, the population was the workers of the Hotel Ciudad del Lago, Empresa Individual de Responsabilidad Limitada of the city of Puno, 2024, of which there are 18 workers and taking into account the aforementioned figure, the census-type sample was determined, that is, the entire established population was surveyed. For the survey, an instrument prepared on a Likert scale made up of 15 structured items was applied. The results obtained were subjected to hypothesis testing and to establish their degree of reliability, Cronbach's alpha coefficient was used, the statistical test with Spearman's Rho correlational analysis was applied. It was determined that there is a very high positive correlation between endomarketing and productivity ($Rho = 0.948$) which indicates that when endomarketing increases, productivity increases, with respect to the dimensions there is a very high positive correlation, integration ($Rho = 0.732$), communication ($Rho = 0.904$) and motivation ($Rho = 0.917$).

Keywords: Communication, Endomarketing, Integration, Motivation, Productivity.



INTRODUCCIÓN

El endomarketing es una táctica corporativa destinada a fomentar la alegría y la dedicación de los trabajadores, con el propósito de elevar la eficiencia en el trabajo. Es el arte de emplear estrategias de marketing interno, frecuentemente empleadas para cautivar y fidelizar clientes, dirigidas a la audiencia interna de la empresa, es decir, a los propios empleados.

Para Delgado, Intriago y González (2023) "el endomarketing abarca tácticas enfocadas en los clientes internos de una empresa, subrayando la relevancia crucial del capital humano para alcanzar las metas corporativas" (p. 2), lo que nos permite concluir que el endomarketing puede potenciar la competitividad de la compañía. Al robustecer la dedicación de los trabajadores, se incentiva la sinergia y la cooperación, permitiendo así la creación de soluciones frescas y la flexibilidad ante los retos del mercado.

Al desentrañar el vínculo entre las tácticas de endomarketing y la eficiencia laboral de los empleados del Hotel ciudad del lago en la ciudad de Puno, podemos reflexionar sobre la relevancia de desentrañar cómo las estrategias de marketing interno pueden moldear el rendimiento, la dedicación y la motivación de los empleados de la compañía.

Capítulo I: tenemos el problema, planteamiento de problema, formulación de problema y finalmente justificación de problema.

Capítulo II: obtenemos el objetivo general, objetivos específicos que dan a conocer el logro que se desea llegar.

Capítulo III: contiene marco teórico donde están los antecedentes para llevar acabo y discutir esta investigación con los resultados obtenidos, asimismo las bases teóricas y marco conceptual.

Capítulo IV: contiene las hipótesis planteadas de acuerdo a los y variables y finalmente la operacionalización.



El Capítulo V: contiene los procedimientos metodológicos, en el que se tiene los métodos, diseño, nivel, tipo y enfoque de investigación, asimismo la población y la muestra hallada por el respectivo tipo de muestreo, del mismo modo se detalla las técnicas e instrumentos utilizados para esta investigación y su respectiva, confiabilidad y validez.

El Capítulo VI: resultado y discusión, se da a conocer los resultados obtenidos y su respectiva discusión con los antecedentes descritos en el capítulo III. En la parte final tenemos los anexos, matriz de consistencia, datos y validación.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

El arte de la hotelería consiste en brindar refugio a turistas, tanto locales como foráneos. De acuerdo con la OMT, la industria hotelera se establece como un "destino turístico bastante autosuficiente, proporcionando una diversidad de servicios e infraestructuras, resaltando especialmente las centradas en el reposo y el ocio, experiencias educativas y atención médica". Por esta razón, la hotelería ha emergido como un pilar esencial en la evolución del turismo global. De acuerdo con ello, es crucial implementar tácticas que impulsen un desarrollo profesional más óptimo de sus empleados. En este escenario, el endomarketing es una estrategia que fomenta la dedicación y el júbilo de los empleados, incrementando de esta manera la productividad, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

En el ámbito nacional, ante la creciente rivalidad en el mercado, las compañías se ven forzadas a idear tácticas innovadoras que perduren en el tiempo. En este escenario actual, se han implementado diversas estrategias, siendo una de ellas el marketing interno o endomarketing (Regalado, et al. 2011). El propósito del marketing interno o endomarketing no es solo crear una sensación de pertenencia al trabajador, sino también mostrarle la relevancia de su papel en la robustez de la compañía. Si las tácticas se implementan con

maestría, el marketing interno finalmente ofrecerá mayores ventajas y resultados superiores a la entidad.

Estas tácticas frecuentemente se entrelazan con la eficiencia de los empleados, ya que el endomarketing puede encender la chispa de la motivación. Para Alfaro y Condor (2022), Hoy en día, las micro y pequeñas empresas están implementando estrategias novedosas para motivar y preservar su recurso humano. Hay disputas porque el talento humano no se compromete con la empresa y la eficiencia no se eleva. Aunque puede haber beneficios superiores, incrementos salariales y formación, sigue habiendo compañeros indiferentes y una constante rotación de empleados.

La implementación de estrategias de endomarketing en las empresas permitirá elevar la felicidad de los empleados y disminuir la tasa de rotación. Uno de los mayores beneficios del endomarketing reside en que permite a los empleados internalizar la noción de que son un pilar fundamental para la empresa, elevando así su felicidad, dedicación y fidelidad (Regalado, et al. 2011).

En Puno, es casi imposible garantizar la adopción de tácticas de endomarketing debido a la ignorancia sobre sus ventajas; sin embargo, de hecho, los empresarios suelen poseer el saber necesario para optimizar la eficiencia de su equipo. En el Hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada, se puede desentrañar el dilema recolectando encuestas estructuradas y comparándolas con un análisis de corte transversal para desentrañar la conexión 21 entre cada variable analizada. De acuerdo con el informe regional de turismo. La región de Puno se erige como la quinta región favorita para los visitantes foráneos, con la vibrante ciudad de Puno como epicentro que acoge el 95% de ellos. De acuerdo con CORPAC, en 2018 la llegada de viajeros experimentó un incremento del +13.2%; en 2019, un incremento del +3.4% y en los primeros seis meses del 2020, la llegada de viajeros se desplomó un 55%. (Llacho, 2022, página 14) Esto revela que Puno

posee un vasto potencial turístico que ha florecido en los últimos años, aunque es crucial optimizar la eficiencia de los empleados para satisfacer la demanda de calidad que se espera en esta zona. Podemos afirmar que, en el hotel ciudad del lago, no se han implementado tácticas efectivas de Endomarketing que impulsen la eficiencia de los empleados. Quizá por ignorancia de estas estrategias o quizá por la escasez de estas, pero aún no se han descubierto las ventajas de implementar el marketing, una herramienta poderosa que puede potenciar la eficiencia de los empleados y elevar la excelencia del servicio al cliente. Se reveló que la sinergia entre el equipo de administración y los empleados es deficiente, y una porción del equipo no está entusiasmada por conquistar sus objetivos y metas en el hotel.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el endomarketing y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la integración y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024?
- ¿Cómo es la relación entre la comunicación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la motivación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

La investigación se centra en dos aspectos: el endomarketing y la productividad, dos elementos cruciales para incrementar la rentabilidad de una empresa o fomentar la eficiencia en las organizaciones. Para descifrar las variables citadas, se llevará a cabo el análisis, desglosar y condensar una diversidad de referencias bibliográficas. Además, se utilizarán diferentes métodos de recopilación de datos, como el análisis de encuestas, entrevistas, formularios y guías de observación, con el objetivo de corroborar correctamente nuestra hipótesis.

1.3.2. Justificación práctica

La investigación ofrece una razón tangible: gracias a los descubrimientos, las compañías y entidades pueden desentrañar la conexión entre el marketing interno y la eficiencia en el trabajo. Asimismo, los hallazgos revelados contribuirán a perfeccionar los procedimientos establecidos en el ámbito del talento humano.

1.3.3. Justificación metodológica

Se empleó una metodología cuantitativa descriptiva y un diseño sin pruebas. Para alcanzar los propósitos de la investigación, Se realizó una encuesta comprobada que recopiló la información necesaria y posteriormente la procesó en un programa estadístico para descifrar los resultados y apoyar nuestras teorías.

Además, se detalla el tratamiento minucioso de los datos recolectados, incluyendo las técnicas estadísticas. El diseño del plan de acción impulsará a los empleados a elevar su eficiencia mediante la sinergia, la comunicación y la chispa de la motivación.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el endomarketing y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

2.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la integración y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024
- Conocer la relación entre la comunicación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024
- Identificar la relación entre la motivación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes a nivel internacional

Chiluisa & Yaitibug (2024) en su estudio titulado "El endomarketing y la dedicación empresarial en el GAD Municipal Intercultural del cantón Pujilí", se buscó diseñar tácticas de Endomarketing que potenciaran la dedicación empresarial en el GAD Municipal Intercultural de Pujilí. Para ello, se empleó una técnica cuantitativa, empleando un enfoque no experimental y, finalmente, el método transversal descriptivo, con la finalidad de analizar la situación presente de las estrategias de Endomarketing en la empresa y evaluar la dedicación de 71 empleados. Los hallazgos revelaron que un 30.99% de los empleados percibe un nivel moderado de Endomarketing, mientras que un 35.21% percibe un nivel elevado. En cuanto a la dedicación laboral, un 12.68% de los trabajadores se siente profundamente comprometido, un 47.89% se encuentra en una posición intermedia, y un 39.44% se encuentra en una posición elevada. En respuesta a esta coyuntura, se han ideado seis tácticas de Endomarketing: incentivos y premios, formación y programas de entrenamiento para el desarrollo profesional, integración, programas de respaldo y bienestar, boletín mensual y reuniones regulares del equipo. Cada una de estas tácticas tiene un único propósito: potenciar la dedicación y el compromiso de los empleados en la empresa. Estas

tácticas pretenden potenciar el compromiso laboral de los trabajadores, robustecer el vínculo y la devoción, y fomentar un rendimiento superior y un ambiente laboral enriquecedor y motivador.

Pilmunga (2023) Para llevar a cabo esta investigación, se ha propuesto explorar cómo el endomarketing moldea el compromiso institucional de los empleados de la cooperativa de ahorro y crédito "Ambato" Ltda., sede central. La investigación siguió un camino hipotético deductivo, partiendo de una suposición y avanzando en la investigación, se confirmó esa suposición; la investigación adopta una perspectiva descriptiva no experimental de corte transversal, lo que ha permitido elegir como sujeto de estudio a la compañía "Coac Ambato Ltda" de la ciudad de Ambato. La investigación reveló que el Endomarketing moldea de manera directa a los empleados de Coac "Ambato" en la vibrante ciudad de Ambato. Las repercusiones de esta investigación son de una importancia estratégica incalculable para la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Ambato" Ltda., Oficina Matriz. Estos descubrimientos despliegan una perspectiva minuciosa y deslumbrante sobre el entramado interno de la empresa, iluminando facetas cruciales que impactan de manera directa la felicidad y la dedicación de sus trabajadores. Las conclusiones de la encuesta desvelan descubrimientos cruciales sobre el Endomarketing y el compromiso institucional de los empleados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Ambato" Ltda. Oficina Matriz. Para llevar a cabo la investigación, se empleó la metodología de encuestas aplicada a los empleados de la compañía. Los datos recolectados fueron organizados, analizados y interpretados en la plataforma SPSS, lo que ha permitido verificar la hipótesis formulada.

Para Trujillo et al., (2021), En su investigación denominada "Endomarketing:: La estrategia para mitigar la fuga de talentos millennial en entidades empresariales mexicanas postula que el marketing interno ejerce una influencia directa en el entorno laboral, incrementando la productividad y asegurando relaciones más armoniosas entre la dirección



y los empleados. Esto conduce a la generación de productos o servicios de superior calidad, generando beneficios para la organización. Cada organización opta por las herramientas de diseño e implementación que mejor se adecuan a sus necesidades y proporcionan resultados duraderos para abordar los desafíos del mercado actual. El marketing interno puede proporcionar una serie de ventajas para fortalecer las organizaciones y acelerar los procesos, dado que si los supervisores son jóvenes millenniales, estos se sienten motivados, valorados y se sienten esenciales para la organización o entidad.

Nos indican Ortiz-Campillo et al., (2019), En su estudio titulado "Impacto del ambiente laboral en la eficiencia laboral en entidades de salud: un análisis correlacional", señala que la presencia de recursos humanos para ejecutar sus actividades, procesos y prácticas genera entornos óptimos para elevar la productividad de los empleados y fomentar su crecimiento profesional. Aunque muchas entidades no logran crear entornos ecológicos favorables, sus demandas impulsan a la organización a realizar transformaciones radicales.

Sacoto (2022) En su disertación titulada "Endomarketing para impulsar el crecimiento y la alegría laboral en la COAC lucha campesina del cantón Cumandá para 2022", sostiene que las empresas deben crear un entorno laboral ideal para los empleados, por lo que es imperativo implementar innovadoras herramientas destinadas a cubrir sus demandas para alcanzar una productividad y rentabilidad superiores. En este Trabajo de Integración Curricular, se desentrañó el entorno interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Lucha Campesina empleando un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, empleando diversas técnicas, métodos y herramientas de investigación, con el fin de elaborar un plan de Endomarketing que pueda suavizar las carencias detectadas mediante la implementación de múltiples tácticas. Se emplearon encuestas realizadas entre los empleados de la cooperativa para recolectar datos esenciales que permitieron llevar a cabo un análisis que reveló diversas carencias que merman la eficiencia y el bienestar de los

trabajadores. Al examinar los resultados, se descubrieron principalmente carencias en áreas como: reconocimiento, lealtad, empleos, comunicación, equidad de trato y colaboración grupal. Se ideó un enfoque de Endomarketing basado en las fallas detectadas durante la realización de encuestas, lo que permitió desentrañar los elementos que provocaban descontento en los empleados, y se idearon tácticas para suavizar estas carencias, logrando así empleados felices, productivos y dedicados a alcanzar las metas propuestas.

3.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Torres (2022) En su discurso acerca de la administración y el desempeño laboral en la Universidad Nacional Autónoma de alto Amazonas, Yurimaguas, 2021. Su objetivo era descubrir la relación entre la gestión y el desempeño laboral de los trabajadores de la universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas durante 2021. El método utilizado fue un análisis de correlación fundamental, no experimental, transversal y descriptivo, con un grupo de 113 participantes. Los descubrimientos mostraron una gestión moderada en el 47 % y un rendimiento regular en el 40%. Se estableció que la gestión de recursos humanos tiene un impacto significativo en el desempeño laboral de los alumnos de la institución educativa, con un coeficiente de Spearman de 0,973 (alta correlación positiva) y un valor p de 0,000 (p-valor menor a 0.01).

Trejo (2021) En su tesis titulada: Gestión de la excelencia y el desempeño laboral del personal de salud en el Hospital San Bartolomé Herrera, 2020. Su objetivo era descubrir cómo la gestión de la calidad impacta en el desempeño laboral del equipo del hospital San Bartolomé Herrera durante el 2020. Su método de investigación fue esencial, obligatorio, no experimental y de tipo transversal. El equipo completo del hospital, conformado por 70 trabajadores, se empleó para recopilar datos a través de encuestas. Los descubrimientos mostraron un Rho de Spearman de,628, lo que señala una correlación de moderado nivel. y

una significancia que oscila entre,000 y 0.05. Resultaron convencidos de que las variables mantienen una conexión favorable.

Para Martínez, P. (2023), En su disertación titulada "Plan de endomarketing para optimizar la atención al cliente en Mi banco agencia cercado, Chiclayo, 2021", encuentra que el endomarketing se erige como una doctrina corporativa que persigue inspirar y mantener al máximo talento humano dentro de una empresa. Para alcanzar este objetivo, es crucial tener en cuenta diversos factores, tales como programas de ascensos y crecimiento, un salario equitativo, un ambiente de trabajo agradable y unas instalaciones físicas inmejorables.

Según Paz, Huamán y Tarrillo (2020), En su estudio titulado "Endomarketing, compromiso empresarial y felicidad laboral en los trabajadores de una institución educativa", revela que las compañías en un universo competitivo exhiben una fascinación desbordante por sus colegas de colaboración, centrándose en el mercado local. Asimismo, numerosas empresas del ámbito servicios centran su mirada en los colaboradores, desentrañando y desentrañando múltiples formas de inspirar y conservar su entusiasmo.

Para Guarniz y Palomino (2019), En su trabajo de investigación denominado "El endomarketing como estrategia para incrementar el desempeño laboral del equipo administrativo de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz-Chiclayo 2019", señala que la lealtad de los trabajadores hacia las empresas ha emergido como un desafío que las empresas se esfuerzan por resolver, aunque muchas de ellas no lo consiguen debido a la ignorancia o el uso incorrecto de las tácticas empleadas. La competencia se intensifica día a día y es imperativo implementar estrategias similares para conectar con los empleados y luego construir su lealtad.

De acuerdo con Ponce (2019), En su disertación sobre "La visión interna de la comunicación y la eficiencia laboral en la Asociación Misión Médica Católica del Perú", indica que, de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo, la productividad laboral se describe como el baile entre los recursos y los productos producidos por una empresa. Con el paso del tiempo, se convierte en un indicador de la efectividad y competitividad de la organización o de su equipo. El Instituto Económico del Perú describe la eficiencia en el trabajo como el desempeño medio de cada trabajador en un periodo de tiempo determinado. Puede apreciarse tanto en magnitud tangible como en el valor de los productos y servicios generados.

3.1.3. Antecedentes a nivel regional

Arpasi (2020) en su trabajo de investigación denominado "La motivación de Herzberg y la eficiencia laboral en Electro Puno S.A.A. periodo 2019". La finalidad de la tesis es estudiar la conexión entre la motivación de acuerdo a Herzberg. El método empleado es descriptivo con un nivel de correlación, con una muestra de 48 empleados. Se utilizó el cuestionario como herramienta de estudio. Los hallazgos indicaron que los empleados presentan una responsabilidad baja en la motivación intrínseca del 100%, mientras que en la dimensión de reconocimiento, el 56.3% también exhibe un nivel bajo, además, en el avance profesional y logro, el 54.2% exhibe un nivel alto y medio. En cuanto a la motivación extrínseca, en relación con la supervisión, el 100% presenta un nivel de motivación bajo, en relación con el salario, el 64.6% presenta niveles bajos, en relación con los colegas, el 58.3% presenta niveles bajos, y finalmente, en relación con el entorno empresarial, el 54.2% presenta una motivación media, mientras que el 43.8% evidencia una alta seguridad laboral.

De acuerdo a García, Y. (2023), En su trabajo de investigación denominado "El endomarketing y su relación con el compromiso laboral en los empleados de la institución educativa José Carlos Mariátegui de Mollendo - Arequipa 2022", argumentan que, en la

administración del equipo, el endomarketing es un instrumento crucial para descubrir el potencial de cada trabajador y cómo puede transformarse en una ventaja competitiva que promueva el rendimiento y la productividad de una organización. Cada entidad realiza tareas de administración con el objetivo de proporcionar un servicio de alta calidad que promueva su crecimiento, progreso y resultados óptimos.

Escarcena y Quispe (2022), En su disertación titulada "Endomarketing y la evolución constante en la empresa Auno EIRL, Arequipa 2022", señalan que las tácticas de Endomarketing abarcan todas las iniciativas organizacionales destinadas a implementar las directrices corporativas con el fin de optimizar la eficiencia operativa, elevar la satisfacción del personal y optimizar las tareas asignadas. Estas tácticas pretenden inspirar gradualmente a todo el equipo para evitar la variabilidad de personal, al mismo tiempo que actúan como orientación para una reestructuración minuciosa de los procedimientos.

Según Belizario y Condori, (2019) En su estudio de investigación titulado "El endomarketing y el compromiso en las empresas", subrayan que en épocas anteriores, las exigencias del equipo empresarial exigían a sus trabajadores aumentar la producción y la comunicación en la organización, dado que las 31 no bastaban para satisfacer las necesidades, ya que se fundamentaban en órdenes y obediencias sin exigencias, y sin una atención especial a la formación de los trabajadores. En la travesía de la administración corporativa, el equipo es la piedra angular; las compañías han navegado por múltiples transformaciones en el panorama mundial y se han transformado en un contexto sumamente riguroso y competitivo.

Para Álvaro (2022), En su trabajo de investigación denominado "Endomarketing y excelencia de servicio en la empresa Globo, Arequipa-2020", argumenta que el endomarketing, también denominado marketing interno, es una estrategia enfocada en el cliente interno de una organización, considerándolo esencial debido a su relación directa con

el cliente externo. Si el trabajador interno se siente feliz y dedicado a la organización a la que pertenece, es más probable que muestre esa felicidad en su trabajo, lo que a su vez potenciará la alegría de los clientes externos.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. *Endomarketing*

Bohnenberger (2005) indica que la mayoría de las propuestas están de acuerdo en que el endomarketing es una perspectiva de gestión conjunta entre el marketing interno y el externo, con la finalidad de satisfacer a los clientes externos.

La estrategia del endomarketing tiene como objetivo potenciar la eficacia y competitividad de una organización mediante la administración de sus recursos humanos, la motivación en el ambiente laboral, la comunicación interna, el respeto hacia los trabajadores, los incentivos laborales, el compromiso de los empleados, la preservación de talento y el desarrollo profesional. La implementación apropiada de estas medidas puede promover un entorno laboral productivo y robustecer la posición competitiva de la empresa en el mercado.

Según Vásquez y Aliaga (2023) El propósito del endomarketing es incrementar la productividad y competitividad de una empresa a través de la gestión del talento, el estímulo laboral, los incentivos laborales, la implicación de los empleados, la preservación del talento y el desarrollo profesional. La aplicación efectiva de estas acciones puede promover un ambiente laboral productivo y fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado.

El marketing interno alude a un conjunto de estrategias y medidas de marketing creadas e implementadas en las organizaciones, con la finalidad de fomentar actitudes entre los empleados o clientes internos que incrementen la satisfacción del cliente externo y contribuyan a producir valor para la compañía. Es necesario motivar a los empleados,

promover un entorno de trabajo más positivo y promover una mayor lealtad y compromiso en la relación entre la empresa y el trabajador. (Regalado, et al., 2011).

Para Villa y Gómez, (2018) El Endomarketing es un instrumento útil para establecer un vínculo entre una compañía y un colaborador, donde se encuentran las expectativas y objetivos de cada uno de los participantes citados. Este punto constituye el inicio para la formulación de estrategias que conecten al colaborador con las metas estratégicas de la organización, pero también donde la compañía se enfoque en el beneficio de sus asociados a través de procedimientos que incrementen su motivación.

De acuerdo con Pérez (2022), El endomarketing puede ser el componente clave en la estrategia de una compañía para generar y aportar valor. Además, hace referencia a las tácticas y medidas que una compañía implementa para fomentar Una cultura empresarial positiva, motivar a sus empleados e involucrarlos en la consecución de los objetivos de la compañía.

De acuerdo con Salas-Canales, (2021), El endomarketing surge como una opción frente a la inquietud de las compañías por la administración eficaz de su personal, dado que entendieron la relevancia de la implicación de los trabajadores para cumplir sus metas y obtener ventajas recíprocas. Esta tendencia de mercadotecnia busca tres objetivos bien definidos: conciliar a los trabajadores con la estrategia de la empresa, incrementar su motivación y garantizar la máxima satisfacción de los clientes externos. Para lograr estas metas, es necesario efectuar una inversión apropiada que posibilite a la empresa aumentar su ventaja competitiva.

Asimismo, Cali, Barros y Valle, (2018), indican que el endomarketing desempeña un papel vital en la realización de los objetivos 35 empresariales al motivar a los empleados internos, al mismo tiempo que simplifica la administración de la responsabilidad social de

las empresas hacia sus trabajadores, desde la perspectiva de la sostenibilidad de la organización. Es fundamental emplear el endomarketing como un instrumento de respaldo al proceso de sostenibilidad en las organizaciones. Además, es vital destacar que el marketing interno, respaldado por estrategias de comunicación interna y capacitación, puede actuar como una opción destacada para la puesta en marcha de estrategias orientadas al desarrollo sostenible en las organizaciones. Esto implica promover valores corporativos centrados en la producción responsable y promover cambios relacionados con la adopción de tecnologías más amigables con el medio ambiente.

Para Grande (2020). los tres pilares del endomarketing son los siguientes:

Integración

Comunicación

Motivación.

3.2.1.1. Integración

Para Chiavenato (2011), La integración es el método para coordinar y homogeneizar los recursos y esfuerzos de una organización con el objetivo de lograr sus objetivos de manera eficiente y efectiva. Es una de las tareas fundamentales de la gestión y se ocupa de garantizar que todos los componentes de la organización colaboren de forma armónica y coordinada hacia objetivos compartidos. Enfatiza que la integración es fundamental para el adecuado desempeño de una organización, pues facilita el uso óptimo de los recursos existentes y garantiza que todos los esfuerzos se centren en cumplir con las metas estratégicas de la compañía.

Mencionan Villa y Gómez (2018), que la integración es un factor relevante que engloba a todos los empleados que componen la empresa u organización, considerándolos un apoyo esencial en el avance de la misma. La integración permite

que los trabajadores entiendan que son parte de los éxitos y errores de la organización, y el trabajo en equipo fomentará un sentimiento de dedicación. Por lo tanto, el trabajo de cada persona es significativo y debe ser plasmado en cada uno para el mejor avance de la empresa. (López, 2011).

La contratación del personal es esencial para que los trabajadores recién incorporados se sientan alineados con la organización, se adapten rápidamente a sus responsabilidades y sean eficientes. Un proceso de integración efectivo también potencia la permanencia de los empleados y fortalece la cultura corporativa.

3.2.1.2. Comunicación

Chávez y Coronel (2023), La comunicación interna ha emergido como una piedra angular para el progreso empresarial, abarcando la noción de apertura, reciprocidad, conversación y la capacidad de tolerar las discrepancias entre compañías y empleados. Además, (Pineda-Henao, 2020) señala que la comunicación en el entorno laboral se fundamenta en las ciencias sociales y administrativas. De esta manera, los eruditos de la escuela clásica abordaban el arte de comunicarse como un arte funcional orientado únicamente a fomentar la armonía y la eficiencia. No obstante, la comunicación dentro de las organizaciones ha evolucionado hacia una visión humana y sistémica, transformándose hoy en un catalizador y catalizador La administración empresarial y el dominio de la competencia.

La comunicación interna en una entidad es crucial, pues mediante ella se despliegan tácticas que permiten que cada integrante de la compañía logre sus metas. Comunicación es el arte de compartir pensamientos, emociones, ideas y sentimientos. En el ámbito corporativo, La comunicación ha desempeñado un papel vital como diseñadora y difusora de la cultura corporativa (Valenzuela-Salazar, et al., 2020). Hace referencia al baile de conceptos, ideas y mensajes entre los diferentes miembros de la

organización o entidad. Esta interacción es crucial para el triunfo de la organización, favoreciendo la coordinación de tareas, la toma de decisiones, la propagación de valores y la cultura empresarial, y la consecución de objetivos.

3.2.1.3. Motivación

Según Quispe et al. (2023), La motivación del talento humano es crucial para la empresa, ya que la 38 es un factor esencial en el rendimiento del empleado. La chispa de la motivación humana puede desentrañarse en cualquier ámbito de acción. Las acciones de los trabajadores en el ámbito laboral pueden enriquecer o entorpecer el desempeño individual. Esto implica identificar las necesidades de cada empleado y procurar satisfacer sus demandas para alcanzar resultados superiores en rendimiento, calidad y atención al cliente (Bohórquez, et al., 2020).

En la mayoría de los contextos, la motivación es un factor muy complicado de gestionar. Si un trabajador carece de las capacidades Para terminar las tareas, podría ser asignado a aprender y adquirir nuevas habilidades laborales. Si esta persona no consigue estas habilidades, sería despedida para hacer un trabajo más simple, sustituido por un empleado más eficaz, que naturalmente le proporcionaría los medios para realizar su labor; Esto permitiría que el empleador (Boza, Manjarrez y Mendoza, 2020). La motivación de los empleados es clave para retener el talento, aumentar la productividad y fomentar un ambiente laboral sano. Los líderes y gerentes son importantes para identificar lo que motiva a sus empleados y para implementar estrategias efectivas que mantengan su dedicación y satisfacción en el trabajo.

3.2.2. Productividad laboral

Chiavenato (2007) La productividad en el trabajo es circunstancial, varía de un empleado a otro y se relaciona con incontables factores determinantes que se detectan en él.

El valor de las gratificaciones no es igual para todos los empleados, pero establecen la cantidad de esfuerzo que el empleado está preparado para realizar. Es una conexión ideal entre el costo y el beneficio. Por otro lado, el empeño de cada empleado refleja las competencias y habilidades que tiene. La valoración de la productividad es algo habitual en nuestras vidas, así como en la de las organizaciones. Las técnicas para evaluar la productividad en el trabajo no son innovadoras. Desde que una persona empleó a otra, se valoró su rendimiento en función de la correlación entre el costo y el beneficio.

Según Robbins & Judge (2009) Una compañía alcanza la productividad en el trabajo cuando alcanza las metas propuestas, optimizando los procesos a través de la gestión de calidad, es decir, disminuyendo gastos y acelerando los procesos. La productividad en el trabajo puede evaluarse de varias formas, pero la forma más efectiva es medir los ingresos por trabajador, lo que implica observar los rendimientos que cada trabajador puede producir.

Según Silíceo (2003), el trabajador juega un papel crucial en la productividad. Para ello, debe tener valores personales, grupales y organizativos, es decir, debe mantener la lealtad hacia la empresa. Esto permitirá que se esfuerce por alcanzar las metas y objetivos de la organización.

Botello (2015) Aunque la eficiencia laboral puede reducir la pobreza en una nación, si se determina que los incrementos en la productividad están intrínsecamente ligados a un aumento en los salarios, la pobreza se desvanece.

La eficiencia de los empleados es la piedra angular del triunfo de una empresa, pues moldea su competitividad, eficacia y ganancias. Así, las compañías tienden a explorar maneras de evaluar, perfeccionar y conservar elevadas tasas de productividad entre sus trabajadores. Esto puede abarcar la instrucción, el crecimiento laboral, el reconocimiento y las recompensas, entre otros métodos para encender la chispa de la motivación y elevar el rendimiento de los empleados.

De acuerdo con (Tantalean, Guerrero y Venegas, 2023), La aspiración de alcanzar una productividad elevada radica en que es un pilar esencial para potenciar los logros de la empresa y enriquecer a los trabajadores. Cuando la eficiencia se tambalea, los empleados no disfrutan de ventajas. El estudio de la productividad abarca una variedad de elementos, con una atención particular en la valoración del comportamiento corporativo.

Para Segura y Segura (2011) La productividad puede definirse como un grupo de elementos que, escogidos correctamente para su aplicación en una situación específica, facilitan la medición del valor relativo de los empleos. Los elementos pueden clasificarse en cuatro áreas, que son:

- Capacidad
- Responsabilidad
- Esfuerzo

Capacidad

Robledo-Marín, et al., (2019) La capacidad laboral se define como un conjunto de destrezas, destrezas, habilidades y/o potencialidades, destacando la armonía entre el cuerpo, la mente y la sociedad, que facilitan la realización de una misión encomendada.

Chiavenato, I. (2011) afirma que las destrezas organizacionales se refieren a su destreza para orquestar, orquestar, orquestar o comenzar un conjunto específico de tareas y habilidades (p.84).

La destreza profesional se refiere a la destreza, destrezas, conocimientos y habilidades que un individuo posee para ejecutar labores y cumplir roles en el entorno de trabajo. Esta habilidad se fundamenta en la mezcla de la educación, la capacitación, la experiencia y las competencias obtenidas durante la vida de un individuo, lo que le facilita ser productivo y aportar de forma eficaz en una posición laboral determinada. Andrade et al., (2023) señalan que las entidades deben entender la relevancia de involucrar de manera activa a su equipo y verdaderamente incorporarlos a un equipo.

Esto conlleva un cambio en la visión del rol del líder, que no solo se comporta como un líder reconocido y aceptado, sino que también ejerce una influencia diferente en relación con décadas previas.

Es crucial que las compañías y empleadores evalúen la habilidad laboral de los aspirantes y trabajadores para garantizar que estén debidamente capacitados y sean capaces de asumir las obligaciones y expectativas del cargo laboral. Además, es crucial que los individuos sigan potenciando y perfeccionando su habilidad laboral durante su trayectoria profesional para mantener su competitividad en el ámbito laboral.

3.2.2.1. Responsabilidad

El compromiso de los empleados es crucial para el desempeño eficaz y gestión de calidad de una empresa. Los trabajadores comprometidos aportan a alcanzar las aspiraciones corporativas hacia la realización de los objetivos corporativos, a un ambiente laboral positivo y al triunfo global de la organización. Frecuentemente, las compañías impulsan y promueven la responsabilidad de los trabajadores mediante políticas, una comunicación eficaz y el reconocimiento de su dedicación y rendimiento. La responsabilidad está vinculada a nuestra actitud ante las consecuencias de nuestras decisiones y acciones. Una persona responsable es aquella que, al responder a la llamada de su conciencia, de Dios o de sus seres queridos, ejecuta de manera impecable las obligaciones que emergen de sus talentos y destrezas y del papel que desempeña en el entramado social donde florece (De Febres 2007).

Para Eylat-Tanaka (2014), La obligación es asumir las repercusiones de nuestras acciones y las decisiones y elecciones que realizamos, somos nosotros los responsables de todo lo que nos ocurre, ya sea de buena o mala índole. En realidad, nada ocurre de manera autónoma. Todo lo que ocurre en nuestra existencia está vinculado a las elecciones que hacemos. La responsabilidad de los empleados se refiere al deber y la

dedicación que los empleados tienen de realizar sus obligaciones y tareas asignadas en el ambiente de trabajo. El acatamiento de estas obligaciones favorece el desempeño eficaz y el triunfo global de la compañía.

3.2.2.2. Esfuerzo

El esfuerzo laboral se refiere al grado de energía, dedicación y empeño que un empleado pone en sus responsabilidades y compromisos laborales. Hace referencia al monto de tiempo, recursos, ya sean mentales o físicos, y el compromiso que una persona está dispuesta a poner en su trabajo para cumplir con los objetivos de la organización; se refiere a la habilidad del personal para realizar una tarea asignada, optimizando todas sus capacidades y saberes con el propósito de alcanzar el objetivo establecido. Se pudo describir el esfuerzo como un elemento de competitividad y productividad, vinculado al esfuerzo requerido para realizar las tareas asignadas, aunque no hay un método concreto para evaluarlo.

Estación (2019). A través de un proceso eficiente de toma de decisiones, la gerencia podrá impulsar los aspectos de productividad, competitividad y sostenibilidad, ya que cada gerente decide, orientando sus esfuerzos hacia la consecución de las metas de la organización. Luna-Altamirano y colaboradores, 2020).

Según Cabrera, B. (2023), El trabajo implica un compromiso mutuo en el que el empleado pone su empeño y, a cambio, recibe una compensación, ya sea salario, reconocimiento o supervisión de su labor, en función de su desempeño laboral. Es fundamental que el esfuerzo laboral se equilibre con la gestión del tiempo y la prevención del agotamiento para mantener un rendimiento sostenible y una excelente calidad de vida laboral.

3.3. Marco conceptual

Capacidad: Cualidad de capaz (RAE, 2022). capacidad y destreza que un individuo posee para realizar tareas, responsabilidades y funciones específicas en un entorno laboral. se basa en la combinación de conocimientos, habilidades, experiencia y aptitudes.

Comunicación: Incorporación del punto de vista del individuo que se dirige a la persona o individuos a quienes se dirige, sean amigos o adversarios, manifestándose convencido de que no puede variar de su propio punto de vista (RAE, 2022). Elemento esencial en la interacción humana y en la transmisión de saberes, conceptos, pensamientos y emociones entre personas o colectivos.

Desempeño: Realizar las responsabilidades propias de una profesión, posición u oficio (RAE, 2022). Hace referencia a la valoración y evaluación de la manera en que un trabajador lleva a cabo sus responsabilidades y tareas en el entorno laboral. Es una medida de cuán eficaz, eficiente y capacitada es una persona en la ejecución de sus responsabilidades laborales.

Endomarketing: táctica de mercadotecnia interna que se enfoca en la comunicación y la difusión de valores, metas y cultura empresarial. Es la integración del marketing en el seno de la compañía, particularmente en las estrategias de administración de recursos humanos (Jiménez y Gamboa, 2017).

Esfuerzo: Utilización ferviente del poder del ánimo para conquistar metas desafiando obstáculos (RAE, 2022). El esfuerzo laboral se manifiesta en la fuerza, dedicación, El esfuerzo incesante y la concentración que un empleado aplica en sus responsabilidades y obligaciones laborales.



Hotelería: Poseedor o relacionado con el hotel (RAE, 2022). La industria hotelera se enfoca en ofrecer servicios de hospedaje y acogida a los turistas y visitantes.

Integración: Transformar a alguien o algo en un componente integral (RAE, 2022). Es el arte de integrar a los trabajadores en una empresa con maestría y éxito, buscando potenciar su eficiencia y elevar su rendimiento.

Marketing: Conjunto de normas y métodos orientados a impulsar el comercio, en particular la demanda (RAE, 2022). De acuerdo con Kotler, Kartajaya y Setiawan (2021), el marketing es una metamorfosis perpetua que ha transitado por múltiples fases a lo largo de su evolución.

Motivación: Conjunto de elementos internos o externos que influyen en ciertos comportamientos humanos (RAE, 2022). Es el entramado de motivos, motivaciones, anhelos y demandas que impulsan a una persona a brillar y dedicarse con fervor a su labor.

Productividad: Relación entre lo creado y los recursos utilizados, tales como esfuerzo humano, materiales y energía. Según RAE en 2022. Es un pilar crucial en la administración corporativa, pues puede transformar radicalmente la ganancia y la capacidad competitiva de una empresa.

Responsabilidad: Responsabilidad (RAE, 2022). El compromiso o la responsabilidad de realizar ciertas tareas, compromisos o responsabilidades de forma correcta y moralmente ética.



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS Y VARIABLES

4.1. Hipótesis general

Hay una correlación relevante entre el endomarketing y la eficiencia en el trabajo de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

4.2. Hipótesis específicas

- Existe un vínculo significativo entre la integración y la productividad laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024
- La comunicación se relaciona significativamente con la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024
- La motivación se conecta de manera importante con la productividad de los empleados del hotel Ciudad del Lago, una empresa individual de responsabilidad limitada en Puno, 2024

4.3. Variables

4.3.1. Variable endomarketing:

Dimensiones:

- Integración
- Comunicación
- Motivación

4.3.2. Variable productividad laboral:

Dimensiones:

- Capacidad
- Responsabilidad
- Esfuerzo

4.4. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable 1: Bohnenberger (2005)	1.1.Integración	1.1.1. Fidelización	5 totalmente
		1.1.2. Cooperación	satisfecho
		1.1.3. Tolerancia	4 muy satisfecho
	1.2.Comunicación	1.2.1. Empatía	3 neutral
		1.2.2. Comunicación efectiva	2 poco satisfecho
		1.2.3. Escucha activa	1 nada
	1.3.Motivación	1.3.1. Compromiso	satisfecho
		1.3.2. Reconocimiento	
		1.3.3. Desempeño	
Productividad laboral Chiavenato (2007)	2.1.Capacidad	2.1.1. Atención	
		2.1.2. Esfuerzo	
		2.1.3. Tensión	
	2.2.Responsabilidad	2.2.1. Autonomía	
		2.2.2. Conocimiento	
		2.2.3. Formación	
	2.3.Esfuerzo	2.3.1. Relaciones	
		2.3.2. Resultados	
		2.3.3. Supervisión	

Nota: Elaboración propia



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la investigación

La investigación adopta una perspectiva cuantitativa. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), La investigación cuantitativa se utiliza para recolectar información con el fin de verificar una hipótesis. Bernal (2006) subrayó que el enfoque cuantitativo o clásico se centra en cuantificar las singularidades de los fenómenos sociales, requiriendo la creación de un esquema conceptual que teja conexiones entre las variables examinadas de manera deductiva. (p.57).

5.2. Métodos de la investigación

Sera deductivo, que se encuentra en el paradigma cuantitativo ya que según el autor Hernández (2019) menciona que “El cual se sustenta en los fenómenos observables, el mismo que enfatiza la relación entre variable y estrategias de medición y sus procedimientos, objetivos mediante la cuantificación”.

5.3. Tipo de la investigación

Será aplicado; de conformidad con el autor Pino (2018) “Intentar crear conocimientos que puedan utilizarse inmediatamente para resolver problemas sociales o

económicos. Se basa especialmente en descubrimientos tecnológicos basados en investigaciones fundamentales sobre la relación entre teoría y productos.”.

5.4. Nivel de investigación

La investigación adopta un enfoque correlacional, según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Este tipo de estudios buscan desentrañar cómo se entrelazan o se entrelazan diversos conceptos, categorías o variables en una muestra o entorno particular.

Para Salkind (1999) El objetivo de la investigación correlacional radica en evidenciar o examinar la correlación entre variables o los resultados derivados de variables.

5.5. Diseño de investigación

Se empleó un diseño no experimental, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014), alude a investigaciones en las que no se introducen modificaciones intencionales en las variables independientes con el objetivo de examinar su repercusión en otras variables. En el ámbito de la investigación no experimental, el procedimiento consiste en observar los fenómenos tal como se manifiestan en el entorno natural con el objetivo de examinarlos.

5.6. Población y muestra

5.6.1. Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) La población se define como el conjunto de todos los casos que cumplen con ciertas especificaciones. De manera similar, Paz (2014) afirma que la población representa el universo completo que comprende la investigación. La población investigativa se compone del conjunto total de 18 empleados del Hotel Ciudad del Lago Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

5.6.2. *Muestra*

Bernal (2006) señaló que la muestra es el segmento escogido de la población donde se recoge eficazmente la información para el avance de la investigación y donde se evaluarán y examinarán las variables en investigación. Para alcanzar las metas de este estudio de investigación, se utilizó la metodología de muestreo censal.

Según Ramírez (1997), este tipo de muestra implica que todas las unidades de estudio o población se consideran como muestra.

Conformada por 18 trabajadores del Hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada

5.7. **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

5.7.1. *Técnica*

El momento para recabar los datos será las encuestas, según el autor Córdova (2018) menciona: “El método es el proceso ordenado y sistematizado para recopilar información que facilita la medición de una o varias variables” (p.28).

Encuesta

Es uno de los enfoques de investigación más empleados que llega a esta basado en las palabras o escritos para lograr recopilar información.

5.7.2. *Instrumento*

Será cuestionario según Hernández (2019) menciona que es “Donde se recolecta datos mediante preguntas sobre variables.”

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

Se tratará mediante el alfa de Cronbach y la Validez será evaluada bajo la evaluación de especialistas.

Examinados por especialistas que determinaron su utilidad, posteriormente, se evaluó el nivel de confiabilidad que determinó la veracidad con la que se elaboraron estos cuestionarios (Valderrama y Jaimes, 2019)

5.9. Procedimientos de tratamiento de datos

El proceso estadístico será a través del Rho de Spearman y se utilizará el aplicativo de SPSS STATA V26 donde podremos adjuntar todos los datos recolectados y podremos aplicarlo y con ello sacar conclusiones y una mejor reseña de la situación para las futuras investigaciones, es así que se verá el panorama real de la empresa.

5.10. Contrastación de hipótesis

Este estudio se llevó a cabo utilizando el estadístico Tau b de Kendall, que es una medida no paramétrica que analiza la correlación entre dos variables. Dado que este indicador se fundamenta en rangos y no en datos originales, su estimación requiere transformar los valores de la variable ordinal en rangos. Este coeficiente es mínimamente afectado por la presencia de unos pocos valores atípicos en la muestra estadística y se ajusta bien a variables que muestran asimetrías moderadas en relación a la tendencia general.

- **Planteamiento de hipótesis general**

Ho: No hay una correlación relevante entre el endomarketing y el rendimiento laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

Ha: Hay una correlación relevante entre el endomarketing y la eficiencia en el trabajo de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

- **Nivel de significancia**

$$\alpha = 0.05$$

- **Estadístico de prueba**

Estadístico de tau b Kendall

- **Cálculo del p- valor**

Tabla 2

cálculo de p valor de emdomarketing y productividad laboral

	Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por Tau b de ordinal Kendall	0.610	0.059	11.570	0.000
Nº de casos	18			

a. No se presupone la hipótesis nula

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula

Nota: base de datos del investigador SPSS v25

- **Decisión**

Según α la evaluación de hipótesis efectuada a través del test de Tau b Kendall, se logró un p valor de 0.000 (0.0%), este valor es inferior al valor alfa 0.05 (5%), lo que señala que la relación es relevante. Así pues, este hallazgo posibilita descartar la hipótesis nula y deducir que hay una correlación relevante entre el endomarketing y la productividad laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

5.10.1. Contrastación de hipótesis específica 1

- **Planteamiento de hipótesis específica**

Ho: La integración no tiene una relación relevante con la eficiencia laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

Ha: La integración tiene una correlación notable con la eficiencia laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

- **Nivel de significancia**

$$\alpha = 0.05$$

- **Estadístico de prueba**

Estadístico de tau b Kendall

- **Cálculo del p- valor**

Tabla 3

cálculo de p valor de integración y productividad laboral

	Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por Tau b de ordinal Kendall	0.469	0.0074	6.048	0.000
N° de casos	18			

a. No se presupone la hipótesis nula

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula

Nota: base de datos del investigador SPSS v25

- **Decisión**

Según α la evaluación de hipótesis efectuada a través del test de Tau b Kendall, se logró un p valor de 0.001 (0.0%), este valor es inferior al valor alfa 0.05 (5%), lo que señala que la relación es relevante. Así pues, este hallazgo posibilita descartar la hipótesis nula y deducir que hay una correlación relevante entre la integración y la productividad laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

5.10.2. *Contrastación de hipótesis específica 2*

- **Planteamiento de hipótesis específica**

H₀: La comunicación no guarda una correlación significativa con el rendimiento laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada, en la ciudad de Puno, 2024

H_a: La comunicación guarda una correlación notable con la productividad laboral de los empleados del Hotel Ciudad del Lago, una entidad individual de responsabilidad limitada ubicada en la ciudad de Puno, 2024

- **Nivel de significancia**

$$\alpha = 0.05$$

- **Estadístico de prueba**

Estadístico de tau b Kendall

- **Cálculo del p- valor**

Tabla 4*cálculo de p valor de comunicación y productividad laboral*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau b de Kendall	0.560	0.057	6.773	0.000
Nº de casos		18			

a. No se presupone la hipótesis nula

b. Uso del error asintótico estándar que asume la hipótesis nula.

Nota: base de datos del investigador SPSS v25

- **Decisión**

Según α la evaluación de hipótesis efectuada a través del test de Tau b Kendall, se logró un p valor de 0.001 (0.0%), este valor es inferior al valor alfa 0.05 (5%), lo que señala que la relación es relevante. Así pues, este hallazgo posibilita descartar la hipótesis nula y deducir que existe una conexión importante entre la comunicación y la eficiencia en el trabajo de los empleados del hotel Ciudad del Lago, que es una empresa individual de responsabilidad limitada en la ciudad de Puno, 2024

5.10.3. Contrastación de hipótesis específica 3

- **Planteamiento de hipótesis específica**

Ho: La motivación no guarda una correlación significativa con la productividad en el trabajo de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada, en la ciudad de Puno, 2024

Ha: La motivación guarda una correlación significativa con la eficiencia laboral de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada, en la ciudad de Puno, 2024

- **Nivel de significancia**

$$\alpha = 0.05$$

- **Estadístico de prueba**

Estadístico de tau b Kendall

- **Cálculo del p- valor**

Tabla 5

cálculo de p valor de motivación y productividad laboral

	Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por Tau b de ordinal Kendall	0.578	0.056	8.385	0.000
Nº de casos	18			

b. No se presupone la hipótesis nula

c. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula

Nota: base de datos del investigador SPSS v25

- **Decisión**

Según α la evaluación de hipótesis efectuada a través del test de Tau b Kendall, se logró un p valor de 0.001 (0.0%), este valor es inferior al valor alfa 0.05 (5%), lo que señala que la relación es relevante. Así pues, este hallazgo posibilita descartar la hipótesis nula y deducir que hay existen evidencias significativas entre la motivación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago, una entidad individual de responsabilidad limitada situada en la ciudad de Puno, 2024

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación

6.1.1. Prueba de normalidad

Tabla 6

prueba de normalidad

	Kolmogorv - Smirnov			Shapiro - Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig	Estadístico	Gl	Sig
Endomarketing	,254	18	,000	,715	18	,000+
Productividad laboral	,268	18	,000	,762	18	,000

Nota: realizado tomado por la base de datos spss

Dado que se tomó en cuenta la tabla de Kolmogórov-Smirnov para determinar la composición de nuestra muestra. Se observa que exhibe un valor de $p < 0.05$, lo cual permite descartar la hipótesis nula y deducir que los datos no exhiben una distribución regular. En consecuencia, se implementará el método de estadística no paramétrica. (Rho de Spearman) para examinar la correlación entre las variables en análisis.

6.1.2. Objetivo general

Determinar la relación entre el endomarketing y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

Tabla 7

correlación entre endomarketing y productividad laboral

		Endomarketing	Productividad laboral
Endomarketing	Coeficiente de Rho	1,000	,948**
	Sig (bilateral)		,000
	N	18	18
Productividad laboral	Coeficiente de Rho	,948**	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	18	18

** Significancia de correlación al 0.01

Nota: Recolección de datos obtenidos por la investigadora.

Conclusiones

Mediante la estadística, los descubrimientos demostraron: En la Correlación de Rho de Spearman, se observa un valor positivo y significativo de 0,948, en conjunto con la Sig. ,000, que debe ser inferior a,005, por lo tanto, se desestima la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que establece: Es manifiesto un vínculo significativo entre el endomarketing y la eficiencia laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago, una entidad individual de responsabilidad limitada situada en la ciudad de Puno, 2024

6.1.3. Objetivo específico 1

Establecer la correlación entre la integración y la eficiencia en el trabajo de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

Tabla 8

correlación entre integración y productividad laboral

		Integración	Productividad laboral
Integración	Coeficiente de Rho	1,000	,732**
	Sig (bilateral)		,000
	N	18	18
Productividad laboral	Coeficiente de Rho	,732**	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	18	18

** Significancia de correlación al 0.01

Nota: Recolección de datos obtenidos por la investigadora.

Conclusiones

La aplicación de la estadística resultó en: En la correlación de Rho de Spearman, un valor elevado y positivo es 0,732, mientras que la Sig. es igualmente alta. (Bilateral),000 debe ser inferior a,005, lo que implica la desestimación de la hipótesis nula y el reconocimiento de la hipótesis alternativa que propone: La participación y el rendimiento laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago, un organismo individual de responsabilidad limitada situado en la ciudad de Puno, 2024

6.1.4. Objetivo específico 2

Conocer la relación entre la comunicación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

Tabla 9

correlación entre comunicación y productividad laboral

		Comunicación	Productividad laboral
Comunicación	Coeficiente de Rho	1,000	,904**
	Sig (bilateral)		,000
	N	18	18
Productividad laboral	Coeficiente de Rho	,904**	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	18	18

** Significancia de correlación al 0.01

Nota: Recolección de datos obtenidos por la investigadora.

Conclusiones

La aplicación de la estadística resultó en: En la Correlación de Rho de Spearman, se observa un valor elevado y positivo de 0,904, y la Significación es positiva. (Bilateral),000 debe ser inferior a,005, lo que implica la desestimación de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alterna que postula: Existe una correlación notable entre la comunicación y la productividad laboral de los empleados del Hotel Ciudad del Lago, una entidad individual de responsabilidad limitada, ubicada en la ciudad de Puno, 2024

6.1.5. Objetivo específico 3

Identificar la relación entre la motivación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024

Tabla 10

correlación entre motivación y productividad laboral

		Motivación	Productividad laboral
Motivación	Coeficiente de Rho	1,000	,917**
	Sig (bilateral)		,000
	N	18	18
Productividad laboral	Coeficiente de Rho	,917**	1,000
	Sig (bilateral)	,000	
	N	18	18

** Significancia de correlación al 0.01

Nota: Recolección de datos obtenidos por la investigadora.

Conclusiones

La aplicación de la estadística resultó en: En la correlación de Rho de Spearman, se observa un valor elevado y positivo de 0,917, y la Significación correspondiente es positiva. (Bilateral),000 debe ser inferior a,005, lo que implica la desestimación de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alterna que postula: Hay una relación significativa entre la motivación y la eficiencia en el trabajo de los empleados del Hotel Ciudad del Lago, una entidad individual de responsabilidad limitada, ubicada en la ciudad de Puno, 2024

6.2. Discusión de resultados

El endomarketing, enfocado en impulsar y fortalecer la cultura organizacional y la satisfacción de los empleados, se ha convertido en un área de interés creciente en la gestión

de recursos humanos y la administración de hoteles. En un sector de competencia intensa como el turismo, es crucial la motivación y la eficacia de los trabajadores para garantizar un servicio de alta calidad y la satisfacción del cliente. Los hallazgos expuestos en el capítulo previo son el resultado de una labor meticulosa del investigador en la ciudad de Puno, en la que se llevaron a cabo entrevistas a los empleados del hotel ciudad del lago, empresa individual de responsabilidad limitada, Se recolectaron datos significativos de la dirección para la elaboración del marco teórico y la orientación de investigación de este estudio. De acuerdo con los hallazgos de la presente investigación, y en concordancia con los datos recolectados y el análisis estadístico de las variables en estudio, hemos constatado que existe una correlación significativa entre la integración y la productividad de los trabajadores del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada situada en la ciudad de Puno, en el año 2024.

Además, esto se apoya en lo expuesto por (Ramírez-Alcaraz, Palafox-Muñoz y Macías-Ramírez, 2020), aquellas personas que argumentan que el endomarketing busca asegurar la consecución de los objetivos de la organización, fortaleciendo la relación entre el trabajador y la empresa. Por lo tanto, se busca que el equipo comprenda la visión de la organización y armonice sus metas con el progreso de la misma. Por lo tanto, no solo se trata de guiar al empleado para que cumpla con sus responsabilidades en la empresa, sino de integrar su desempeño en la cultura empresarial, que comprende su identidad, valores, planes y proyectos.

Asimismo, (Valderrabano y Arellano, 2019), sostienen que la correlación entre las acciones de marketing 110 interno que los trabajadores de la organización perciben y los niveles de compromiso que evidencian los integrantes de la empresa es clara y fomenta un desempeño profesional más óptimo. Respecto a las encuestas efectuadas, podemos corroborar que la productividad de los trabajadores del hotel ciudad del lago, una compañía

individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, está vinculada directamente con las estrategias de endomarketing mencionadas en el estudio de investigación. Esto es lo que respaldan (Trujillo et al., 2021) quienes indican que el endomarketing influye directamente en el entorno laboral al incrementar la eficiencia y promover relaciones laborales más sólidas entre la dirección y los empleados, lo que conlleva a un aumento en la calidad de los productos o servicios y, en última instancia, en ventajas para la empresa.

Igualmente, (Ponce, 2019) indica que al aplicar tácticas efectivas de endomarketing en la empresa, se convierte en un indicador de eficacia y habilidad competitiva de la organización o de su sector. Según la investigación llevada a cabo acerca de la correlación entre el endomarketing y la productividad de los trabajadores del hotel ciudad del lago, una compañía individual de responsabilidad limitada ubicada en la ciudad de Puno, conseguimos evidenciar, en contraposición a la hipótesis planteada, que la correlación entre ambas variables incide en el rendimiento laboral óptimo de los empleados.

Esto coincide con lo señalado por (Vásquez y Aliaga, 2023), Estos argumentan que el endomarketing es una estrategia que potencia la eficiencia y competitividad de una organización mediante la administración del talento, el estímulo de la motivación de los empleados, la promoción de la comunicación interna, el reconocimiento de logros laborales, la implementación de incentivos laborales, el compromiso de los empleados, la preservación del talento y el desarrollo profesional. La implementación efectiva de estas tácticas puede propiciar un entorno laboral productivo y la consolidación de la posición competitiva de la empresa en el mercado.

CONCLUSIONES

PRIMERO: El endomarketing y la eficiencia de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada en Puno, en el año 2024. La correlación Rho de Spearman, con su valor de 0.948, revela una fuerte correlación positiva. A través de este procedimiento se revela la conexión entre ambas variables.

SEGUNDO: De acuerdo con los hallazgos, podemos afirmar que la sinergia y la eficiencia de los empleados del hotel ciudad del lago, empresa individual de responsabilidad limitada, en la vibrante ciudad de Puno, en el año 2024. La correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.732$) evidencia una correlación positiva robusta. Esto revela que la sinergia y la eficiencia de los empleados están entrelazadas en una entidad. Cuando ambas áreas se entrelazan, el ambiente laboral se torna más eficiente y la organización florece con mayor éxito. La sinergia eficaz puede potenciar la eficiencia, mientras que una mayor eficiencia puede robustecer la conexión entre los empleados en la empresa, según su fidelidad, colaboración y tolerancia. Al sentirse parte de la entidad y sentirse bien integrados en el equipo, los empleados tienden a estar mayor motivación y compromiso. Un ambiente laboral inclusivo y colaborativo tiene el potencial de fomentar la comunicación eficaz, la cooperación y la sinergia entre los empleados.

TERCERO: En relación con la comunicación, se puede deducir que es esencial para aumentar la productividad de los empleados. Esto ocurre porque la correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.904$) nos evidenció una correlación positiva de gran magnitud. Esto evidencia que, con más comunicación, se incrementa la productividad de los empleados del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, para el

2024. Adicionalmente, se podría inferir que una comunicación efectiva es esencial para la productividad de los trabajadores, ya que promueve la claridad en las expectativas, la motivación, la resolución de problemas, la coordinación y la reducción de conflictos. La comunicación adecuada entre la dirección y la gerencia facilita que los empleados entiendan de manera clara sus funciones, obligaciones y las expectativas de rendimiento. Cuando los empleados pueden manifestar sus inquietudes, propuestas o conceptos, es posible enfrentar los retos de forma proactiva, lo que disminuye barreras y potencia la eficacia.

CUARTO: Además, se deduce que la motivación juega un rol esencial en la eficiencia productiva de los trabajadores. Argumentamos que cuando los trabajadores se perciben motivados, tienden a poner más empeño y compromiso en sus tareas y responsabilidades laborales. La motivación actúa como un incentivo interno que los impulsa a esforzarse incansablemente para alcanzar metas y objetivos. De acuerdo con los resultados alcanzados, se observa que la correlación Rho de Spearman ($Rho = 0.917$) exhibe una correlación positiva muy alta, lo que indica que cuando se eleva la motivación, la productividad de los trabajadores del hotel ciudad del lago, una empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, se incrementa, en el año 2024. Además, demostramos que la motivación de los empleados influye directamente en su productividad al afectar su rendimiento en el trabajo, nivel de dedicación y nivel de reconocimiento, dado que esto facilita una mayor concentración en los objetivos de la organización. Por lo tanto, las empresas suelen destinar recursos a estrategias de motivación laboral para aumentar la productividad y el rendimiento general de su equipo.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: Dado que la incorporación eficaz del personal es esencial para incrementar la productividad organizacional se aconseja al equipo de gestión del Hotel Ciudad del Lago, una entidad individual de responsabilidad limitada ubicada en la ciudad de Puno, 2024, que brinde una guía exhaustiva a los empleados, proporcionando datos cruciales acerca de la cultura corporativa, tales como metas, La misión o visión; las políticas y procedimientos, así como las expectativas laborales desde el inicio de sus operaciones. Este progreso no solo contribuirá a la consolidación de la unidad entre los miembros del equipo, sino que también promoverá un entorno laboral más equilibrado y eficiente. Adicionalmente, se ofrecerá formación continua y desarrollo profesional para todos los empleados, independientemente de su antigüedad. Es igualmente esencial fomentar el desarrollo de nuevas habilidades y mantenerse actualizado en su campo de estudio.

SEGUNDO: En relación a la comunicación, se aconseja promover un entorno donde los trabajadores se sientan a gusto expresando ideas, preguntas y inquietudes, creando rutas de comunicación asequibles, como reuniones públicas o plataformas en línea. No solo fortalece la relación entre los miembros del equipo, sino que también fomenta la libre expresión de opiniones y perspectivas. Además, es crucial transmitir las expectativas en relación a tareas, objetivos y tiempos, de manera que sea evidente lo que se anticipa de los empleados. También es esencial promover la comunicación en ambas direcciones para esclarecer interrogantes y asegurar que todos estén en sintonía con los objetivos. Además, se aconseja llevar a cabo revisiones regulares de la eficacia de la comunicación en la organización. Basándonos



en los resultados, es necesario modificar Las estrategias para potenciar aún más la productividad y el rendimiento laboral.

TERCERO: Se recomienda en términos de motivación, proporcionar oportunidades para el crecimiento y desarrollo profesional, proporcionar feedback continuo y constructivo sobre el desempeño de los empleados, y otorgar responsabilidades y autoridad a los empleados para que se sientan con un control significativo sobre su labor y sean capaces de tomar decisiones que afecten su labor.

CUARTO: Además, es vital establecer un ambiente de trabajo que promueva la colaboración, la confianza y el respeto mutuo. Un ambiente propicio impulsa la motivación y el compromiso.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre, M. (2018). Satisfacción de los altos consumidores en relación a la calidad del servicio de agua potable de la ciudad de Guayaquil. (tesis par optar al grado de maestro) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Aldana, L., Álvarez, M., Bernal, C., Becerra, M., Galindo, O., González, C., & Villegas, A. (2011). Administración por calidad. Editorial Alfaomega.
- Alles, M. (2009). Diccionario de Competencias. Editorial Granica
- Antikainen, R. & Lönnqvist, A. (2006). Knowledge Work Productivity Assessment. Institute of Industrial Management (Artículo). Tampere University of Technology. Tampere, Finland.
- Belcher, J. (1991). Productividad Total. Editorial S.A. Ediciones Granica Blandez, M. (2014). Proceso Administrativo. Editorial Digital UNID
- Bohórquez, L. (2011). Sistemas de control estratégico y organizacional. críticas y desafíos (Artículo). Repositorio digital del Universidad Pontificia Bolivariana Medellín. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151322415012.pdf>
- Borzellino, V., Mirabal, A., Barrios, R. (2015) Clima y desempeño: una explicación ante relaciones no siempre congruentes. Repositorio digital de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado Barquisimeto. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/880/88042525002.pdf>
- Botello, J. (2015). Reforma Laboral: productividad del trabajo y empleo forma (Artículo). Repositorio digital de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/413/41343885005.pdf>
- Bouzas, J. & Reyes, G. (2019). Gestión Del Talento Humano. Editorial Iure Editores Brume
- M. (2019). Estructura Organizacional. Sello Editorial: Institución Universitaria Itsa.



- Cahuana, R. (2019). El rol del capital humano capacitado para lograr ventaja competitiva en la MYPE de Lima metropolitana. (tesis de pregrado). Universidad Ricardo Palma. Lima.
- Carrasco, D. (2015). Metodología de la investigación científica. Editorial San Marcos
- Chaparro, L. (2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones. (Factores diferenciadores entre las empresas pública y privada) (Artículo). Repositorio digital de la Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802802.pdf>
- Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones. Editorial McGRAW-HILL/INTERAMERICANA Recuperado de <https://www.freelibros.me/administracion/administracion-de-recursoshumanos-8va-edicion-idalberto-chiavenato>
- Choo, H. (2007). Leadership and the workforce in Singapore: evaluations by the Singapore Human Resources Institute. Research and Practice in Human Resource Management (Artículo) Recuperado de: <https://link.gale.com/apps/doc/A173101558/AONE?u=anon~e74600d3&sid=googleScholar&xid=6723e919>
- Colquitt, J., Lepine, J. & Noe, R. (2000). Toward an integrative theory of training motivation: A meta analytic path analysis of 20 years of research (Artículo). Recuperado de: DOI:10.1037//0021-9010.85.5.678
- Crosby, P. (1987) La calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad. Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V.
- Cuesta, A. (2008). La productividad del trabajo del trabajador del conocimiento (Artículo). Repositorio digital del Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433567011.pdf>



- De Pelakis, C., El Kadi, O., Seijo, C., & Neuman, N. (2015). El ABC de la Investigación. Pauta Pedagógica. (7ª ed.). Editorial Astra Data.
- Diego, R.; Diego, J.; & Olivar, S. (2001). Job Satisfaction in Banking Workers (Artículo). Psicothema. Recuperado de: <https://psycnet.apa.org/record/2001-05704-016>
- Dimitrantzou, C., Psomas, E., Bouranta, N. & Kafetzopoulos, D. (2021). The role of organisational culture in total quality management adoption and cost of quality, Total Quality Management & Business Excellence, DOI: 10.1080/14783363.2021.1997143
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). Administración y control de la calidad. (7ª ed.). Editorial Cengage Learning.
- Fayol, H. (1987). Administración industrial y general. Editorial Orbis.
- Flores, R. (2019). Influencia de la gestión de calidad de construcción en la ejecución de proyectos de obras eléctricas de empresas de ingeniería y servicios eléctricos, en la provincia de Lima Metropolitana, año 2016 (tesis de maestría). Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima.
- Formoso, A., Castro, M., González, R., González A. (2010). Implementación del sistema de gestión de la calidad en una empresa de servicios informáticos especializados (Artículo). Repositorio digital Universidad de Carabobo. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215016943005.pdf>
- Gallardo, E. Cruz Moreno, A. y Fajardo, J. (2015). ¿Cómo diseñar una organización? Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/upsjb/57848?page=24>
- García, M. (2016). Influencia de la gestión de la calidad en los resultados de innovación a través de la gestión del conocimiento. Un estudio de casos (Artículo). Repositorio



Digital de la Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/818/81846217004.pdf>

Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, J., & Konopaske, R. (2009). Las Organizaciones: Comportamiento, Estructura, Procesos. Editorial Mcgraw-Hill/Interamericana Editores.

Gonzales, A., & Gonzales, R. (2008). Diseño de un sistema de gestión de calidad con un enfoque de ingeniería de calidad (Artículo). Repositorio digital del Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433567004>

González, J. (2020). Manual práctico de planeación estratégica. Madrid, Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/upsjb/129291?page=12>.

González, L. (2015). Satisfacción y motivación en el trabajo. Editorial Ediciones Díaz de Santos

González, V., Peiró, J., & Tordera, N. (2002). An examination of the antecedents and moderator influences of climate strength. Journal of Applied Psychology (Artículo). Recuperado de: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.465>

Gryna, F., Chua, R., & DeFeo, J. (2007) Método Juran Análisis y planeación de la calidad. (5ª ed.). Editorial Mc Graw Hill. Recuperado de: <http://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodojuranan%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran5ta.pdf>

Guevara, C. (2020). Principios de gestión de la calidad en empresas de servicios de mantenimiento eléctrico del sector petrolero (Artículo). Repositorio digital de la Universidad del Zulia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062641017/29062641017.pdf>



Gutiérrez, A. (2006). Calidad en las Organizaciones: Fundamentos, Análisis y Reflexiones. Editorial Universidad de Occidente.

Hernández, H., Martínez, D., Rodríguez, J. (2017) Gestión de la calidad aplicada en el mejoramiento del sector universitario (Artículo). Repositorio digital de la Universidad Simón Bolívar. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12442/1630>

Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc Graw Hill Education.

Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. (6ª ed.). Editorial Mcgraw-Hill / Interamericana Editores.

Huaire, I., Salas, E., Ponce, C., Zevallos, C., Salgado, C., Arteta H. Hernán & Alarco, B. (2017). Manual de Metodología de la Investigación: Enfoque por competencias. Fondo Editorial Universidad San Ignacio de Loyola.

Ishikawa, K. (1989). Introducción a la Control de la Calidad. Editorial Díaz de Santos.

Ishikawa, K. (1997). ¿Qué Es El Control Total De Calidad? La modalidad japonesa. Editorial Grupo Editorial Norma.

Ivancevich, J., Skinner, S., & Lorenzi, P. (1997). Gestión calidad y competitividad. Editorial McGraw-Hill Interamericana de España. ISBN 84-481-0848-5

Jabaloyes, J., Carot J. M. & Carrión, A. (2020). Introducción a la gestión de la calidad. Valencia, Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/upsjb/165233?page=25>.

James, P. (1997). La gestión de la calidad total: Un texto introductorio. Editorial Prentice Hall.



- Jex, S., & Gudanowski, M. (1992). Efficacy beliefs and work stress: An exploratory study. *Journal of Organizational Behavior*, (Artículo). Recuperado de: <https://doi.org/10.1002/job.4030130506>
- Jiménez, A. (2013). Competencias. ¿Creando Valor? A través de las personas. Editorial Díaz de Santos S.A.
- Jones, E. & Chung, C. (2006). A Methodology for Measuring Engineering Knowledge Worker Productivity, *Engineering Management Journal* (Artículo). Recuperado de: DOI: 10.1080/10429247.2006.11431682
- Juran, J. (1990). Juran y la planificación para la calidad. Editorial Díaz de Santos S.A.
- Juran, J., & Gryna, F. (1995). Análisis y planeación de la calidad: del desarrollo del producto al uso. Editorial McGraw Hill.
- Juran, J., Gryna, F. & Bingham, R. (2005). Manual de control de la calidad Volumen 2. Editorial Reverté S.A.
- Keller, A. & Semmer, N. (2013). Changes in situational and dispositional factors as predictors of job satisfaction. *Journal of Vocational Behavior*.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). Administración. Una perspectiva Global y Empresarial. (14ª ed.) Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Lago, A. (2013). Capacitación en Planificación Estratégica. Impulso del Desarrollo Local con Microempresas (Artículo). Repositorio digital de la Universidad de Carabobo. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219030140002.pdf>
- Lara, J. (2017). Impacto de la gestión administrativa sobre la eficiencia de la actividad pesquera artesanal - Cantón Manta. (Artículo científico). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Ecuador. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/780/966/>



- Lawler, E., & Porter, L. (1967). The Effect of Performance on Job Satisfaction. Industrial Relations (Artículo). Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/J.1468-232X.1967.TB01060.X>
- Levine, D., & Toffel, M. (2010). Quality Management and Job Quality: How the ISO 9001 Standard for Quality Management Systems Affects Employees and Employers (artículo). Management Science 56(6):978- 996. Recuperado de <https://doi.org/10.1287/mnsc.1100.1159>
- López, R. (2005). La calidad total en la empresa moderna (Artículo). Repositorio digital de la Universidad Católica Boliviana San Pablo. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942412006.pdf>
- Louffat, E. & Jáuregui, K. (2019). Cultura y clima organizacional: fundamentos e instrumentos. Pearson Educación.
<https://elibro.net/es/lc/upsjb/titulos/136619?page=79>
- Luna, A. (2015). Proceso Administrativo. Grupo Editorial Patria.
- Maggi, W. (2018). Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro. (tesis de maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil.
- Marvel, M., Rodríguez, C., & Núñez, M. (2011). La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores (Artículo). Repositorio digital de la Universitat Politècnica de Catalunya. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/549/54921605013.pdf>
- Masaaki, I. (2015). Gemba Kaizen: un enfoque de sentido común para una estrategia de mejora continua. Editorial McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
- Mintzberg, H. (1984). La estructuración de las organizaciones. Editorial. Ariel, Barcelona.



- Münch, L. (2010). Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo. Editorial Pearson Education.
- Navarrete, G., & Guerrero, A. (2017). Modelo de gestión administrativa del talento Humano y su incidencia en el desempeño organizacional de la Empresa Arthroscare S.A. (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil. Guayaquil.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. (5ª ed.). Editorial Ediciones de la U.
- Ocampos, L. & Valencia, S. (2017). Gestión administrativa y la calidad de servicio al usuario, en la red de asistencial ESSALUD-Tumbes, 2016. (tesis de pregrado). Universidad nacional de Tumbes. Tumbes.
- Ojeda, M. & López, L. (2000). Deming: la revolución de la calidad y las herramientas de la estadística (Artículo). Repositorio digital de la Universidad Veracruzana. Recuperado de: https://www.uv.mx/personal/mojeda/files/2012/04/Deming_LaRevoluciondelacalidad.pdf
- Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental [OEFA]. (2014). Fiscalización Ambiental en Aguas Residuales. https://www.oefa.gob.pe/?wpfb_dl=7827
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2019). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2019. https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-DevelopmentGoals-Report-2019_Spanish.pdf#page=11
- Ortiz, A., & Cortés, J. (2019). Pymes, competencias laborales y TIC: competitividad, productividad e innovación organizacional. Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/upsjb/131480?page=47>.



- Pabón, M., & Palacio, K., (2020). Percepción de la calidad de los servicios de salud desde la satisfacción de los usuarios en el Hospital Local de Sitionuevo Magdalena, periodo 2017-2019. (tesis de pregrado). Universidad de la Costa. Barranquilla.
- Pacaya, A., & Pascal, Z. (2022). Evaluación de la calidad del agua para consumo humano en 10 sistemas de abastecimiento de agua del distrito de Manantay. (tesis de pregrado) Universidad Nacional de Ucayali.
- Pautt, G. (2011). Liderazgo y Dirección: dos conceptos distintos con resultados diferentes (Artículo). Repositorio digital de la Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/909/90922732013.pdf>
- Pedraza, E., Amaya, G., & Conde, M. (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia (Artículo). Repositorio digital de la Universidad del Zulia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/280/28016320010.pdf>
- Peñafiel, Y. (2019). Diagnóstico de la gestión de la problemática del servicio de agua potable del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Tulcán en el periodo 2018. (tesis de pregrado) Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Peralta, M., Santofimio, A., & Segura, V. (2007). El compromiso laboral: discursos en la organización (Artículo). Repositorio digital de la Universidad del Norte Barranquilla. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/213/21301905.pdf>
- Pereira, C. (2019). Control interno en las empresas. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/upsjb/124953?page=20>.
- Rioja, Y. (2019). La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro boticas, ubicado en la av. canto grande cuadra 7-13, distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima,

- departamento de Lima, periodo 2016. (tesis de grado). Universidad Católica los
Ángeles Chimbote. Chimbote.
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). Comportamiento Organizacional (13a ed.). Editorial
Pearson Education.
- Sánchez, M. & García, M. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una
exploración cualitativa para su estudio (Artículo). Repositorio digital de la
Universidad Tecnológica de Pereira. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>
- Sánchez, N. (2006). Necesidad de un sistema de gestión de la calidad y su certificación en
las empresas merideñas (Artículo) Repositorio digital de la Universidad de los
Andes Mérida. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465546017004.pdf>
- Scott, R. (2005) Organizaciones: características duraderas y cambiantes (Artículo).
Repositorio digital del Centro de Investigación y Docencia Económicas.
Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/133/13314302.pdf>
- Sílíceo, A. (2003). Capacitación y desarrollo personal. Editorial Limusa
- Simancas, R., Silvera, A., Garcés, L., Hernández, H. (2018). Administración de recursos
humanos: factor estratégico de productividad empresarial en pymes de Barranquilla
(Artículo). Repositorio Digital de la Universidad del Zulia. Recuperado de
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29056115008>
- Simons, R. (1994). How New Top Managers Use Control Systems as Levers of Strategic
Renewal. Strategic Management Journal (Artículo) Recuperado de:
<http://www.jstor.org/stable/2486965>
- Sirota, L. & Alper, A. (1993). Employee Survey Research. En Hiam, A. (ed.1993), Does
Quality Work? A Review of Relevant Studies. The Conference Board, Nueva York.



Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento [SUNASS]. (2015). Diagnóstico de las plantas de tratamiento de aguas residuales en el ámbito de operación de las entidades prestadoras de servicios de saneamiento.

<https://www.sunass.gob.pe/doc/Publicaciones/ptar.pdf>

Taylor, F. (1987). Principios de la administración científica. Editorial Orbis.

Torres, F. (2018). Calidad de los servicios de saneamiento y su relación con la satisfacción del usuario en el distrito de Morales-provincia de San Martín-2018. (tesis para optar al grado e maestro) Universidad César Vallejo – Perú.

Torres, H. (2022). Gestión administrativa y desempeño laboral en la universidad nacional Autónoma de alto Amazonas, Yurimaguas – 2021. (tesis para optar grado de maestro) Universidad César Vallejo – Perú

Trejo, C. (2021). Gestión de la calidad y desempeño laboral del servidor público en el Hospital San Bartolomé Herrera, 2020. (tesis para optar grado de maestro) Universidad César Vallejo – Perú

Triginé, J., & Gan, F. (2012). Clima Laboral. Editorial Ediciones Díaz de Santos.

Urdaneta, O., Urdaneta, M. (2013). Evaluación del desempeño y motivación del personal en los Institutos de Investigaciones de Salud (Artículo). Repositorio digital de la Universidad del Zulía. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/280/28029474006.pdf>

Varela, O., Puhl, S., & Izcurdia, M. (2013). Clima Laboral y Mobbing (Artículo) Anuario de Investigaciones. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/pdf/3691/369139949055.pdf>

Vargas, J., Chumpitaz, L., Suárez, G., Badia, A. (2014). Relación entre las competencias digitales de docentes de educación básica y el uso educativo de las tecnologías en



las aulas (artículo). Repositorio Digital de la Universidad de Granada. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/567/56733846020.pdf>

Vásquez, R. (2017). Cambio estructural y productividad laboral en la industria. Un análisis global (Artículo). Repositorio digital de la Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/313/31358145003/html/>



ANEXOS



Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: ENDOMARKETING Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
Problema general ¿Cuál es la relación entre el endomarketing y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024? Problemas específicos a. ¿Cuál es la relación entre la integración y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024? b. ¿Cómo es la relación entre la comunicación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024? c. ¿Cuál es la relación entre la motivación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024?	Objetivo general Determinar la relación entre el endomarketing y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024 Objetivos específicos a. Determinar la relación entre la integración y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024 b. Conocer la relación entre la comunicación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024 c. Identificar la relación entre la motivación y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024	Hipótesis general Existe una relación significativa entre el endomarketing y la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024 Hipótesis específicas a. La integración se relaciona significativamente con la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024 b. La comunicación se relaciona significativamente con la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024 c. La motivación se relaciona significativamente con la productividad laboral de los trabajadores del hotel ciudad del lago empresa individual de responsabilidad limitada de la ciudad de Puno, 2024	Variable endomarketing Dimensiones - Integración - Comunicación - Motivación Variable Productividad laboral Dimensiones - Capacidad - Responsabilidad - Esfuerzo	Enfoque: Cuantitativo Método: Deductivo Tipo: Aplicado Nivel de estudio: Correlacional Diseño: No experimental. Población 18 trabajadores Muestra 18 trabajadores Técnica Encuesta Instrumento: Cuestionario

Anexo 2: MATRIZ DE DATOS

N	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	2	1	2	3	2	1	2	2	3	4	5	1	1	2	2
2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2
3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2
4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3
5	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2
6	2	2	3	3	5	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
7	2	2	2	4	5	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2
8	1	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
9	2	3	1	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
10	3	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
11	4	1	2	5	3	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2
12	5	4	1	1	2	3	3	3	3	1	1	4	3	3	3
13	1	5	2	3	3	5	3	5	4	2	1	1	1	2	2



14	1	2	1	2	3	2	1	2	2	3	4	5	1	1	2
15	1	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2
16	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2
17	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	4	3	3	3
18	2	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2



Anexo 3: INSTRUMENTO(S) DE INVESTIGACIÓN

Título: ENDOMARKETING Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024

Instrucciones: Marque con una X la alternativa que considere de acuerdo al ítem en los siguientes casilleros.

Escala de medición

Totalmente insatisfecho	Muy satisfecho	Neutral	Poco satisfecho	Nada satisfecho
5	4	3	2	1

		1	2	3	4	5
1	Se siente comprometido con la misión y visión de la empresa					
2	Se siente comprometido con los objetivos de la empresa					
3	Se siente identificado con la empresa					
4	Se siente participe de los fracasos y éxitos de la empresa					
5	Existe una buena relación con su jefe					
6	Es un adecuado clima laboral					
7	En su empresa que labora brinda oportunidades de expresar sus opiniones					
8	Considera que existe confianza en la capacidad de los demás integrantes					
9	Considera idóneo el estilo de liderazgo en la directiva de la empresa.					
10	La empresa mantiene informado de las remuneraciones o incentivos					
11	Se elaboran programas de capacitación impulsados por la dirección de la empresa					
12	Se promueve un buen clima laboral por parte de la dirección de la empresa.					
13	Tiene claro sobre los indicadores de desempeño de su empresa					
14	El soporte brindado por su organización influye en su compromiso					
15	Evalúa periódicamente su productividad laboral en la empresa.					

Nota: Elaboración propia.



Anexo 4: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Título: ENDOMARKETING Y SU RELACION CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024

I. REFERENCIAS

1.1. Nombre del experto : ROBERTO PAYE COCQUEHANCA
1.2. Profesión : LIC. ADM.
1.3. Cargo actual : DOCENTE
1.4. Grado académico : DOCTOR

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

1	2	3	4	5
Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente

INDICADORES	CRITERIOS	VALORES				
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado					✓
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables					+
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia					+
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables					✓
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficiente				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para cumplir los objetivos de la investigación				✓	
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores, ítems e índices					✓
9. METODOLOGIA	Responde al propósito de la investigación					✓
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación					✓

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

IV. RESOLUCIÓN

Aprobado ($C > 75\% = 0.75$) 0.96

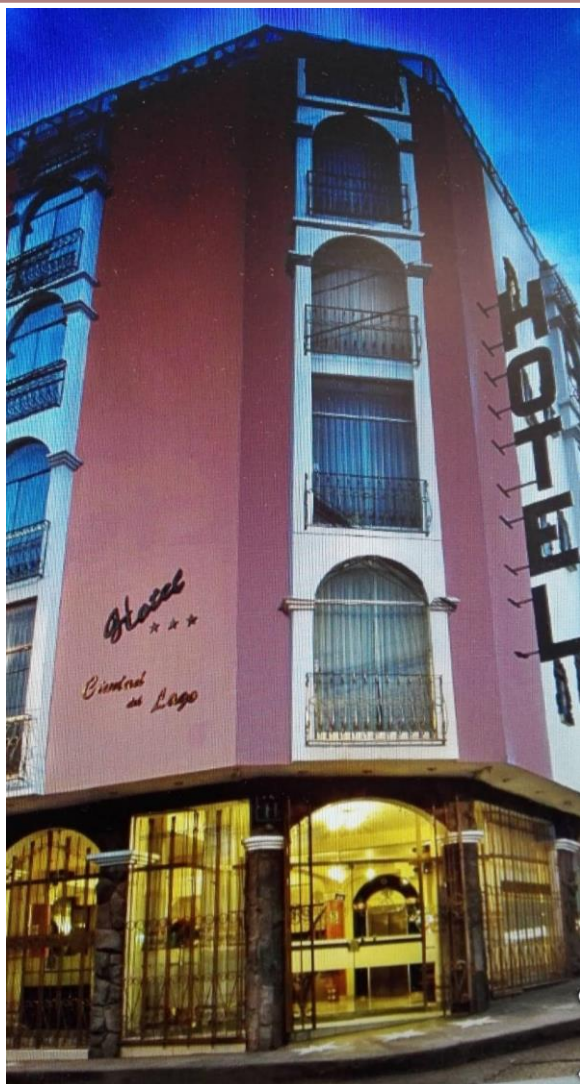
Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$)

Lugar y fecha 22-NOV-2024

[Firma]
Firma
DNI° 02145441
N° Celular 996-993377

Anexo 5: EVIDENCIAS







ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 02 /01/2026

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: CORINA MONROY QUIROZ

Dirección: Jr. 9 de diciembre Nro. 364

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70201453

Teléfono: 970136251 email: corinamq1994@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

Asesor: Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐ Tesis ☒ Trabajo de Suficiencia Profesional ☐ Trabajo Académico ☐

Título: ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL HOTEL CIUDAD DEL LAGO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE LA CIUDAD DE PUNO, 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Comunicación, Endomarketing, Integración, Motivación, Productividad.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

☐ Bachiller ☒ Título ☐ 2da Especialidad ☐ Maestría ☐ Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- ☒ Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- ☐ Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- ☐ No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- ☒ Sí autorizo.
- ☐ No autorizo.



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

☐ Internacional

☒ Nacional

Línea de investigación: Organización y dirección de empresas (5311-UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

02 - ENERO - 2026

Fecha