



FACULTAD DE NEGOCIOS  
Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“ENDOMARKETING Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS  
COLABORADORES DE LA EMPRESA EL ASADOR DE LA  
CIUDAD DE CAJAMARCA EN EL AÑO 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administracion**

**Autor:**

Claudia Gabriela Aliaga Silva

**Asesor:**

Mg. Saraí Nelly Samán Chingay  
<https://orcid.org/0000-0001-5322-1497>

Cajamarca - Perú

“Endomarketing y Desempeño laboral de los  
colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad  
de Cajamarca en el año 2023”

### **JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	Jhaquelin Mareli Mendoza Castañeda	47672798
	Nombre y Apellidos	N° DNI

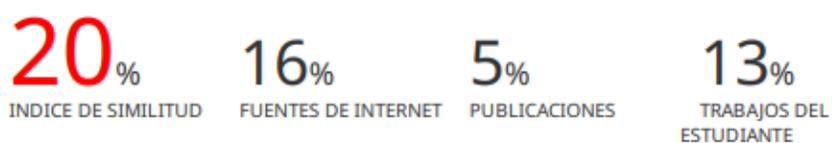
Jurado 2	Juan Romelio Mendoza Sánchez	43679106
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 3	Cristhian Paúl Céspedes Ortiz	26732973
	Nombre y Apellidos	N° DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### ENDOMARKETING Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA EL ASADOR DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA EN EL AÑO 2023

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.unesum.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Femenina del Sagrado Corazón</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Cranfield University</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>scielo.iics.una.py</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>distancia.udh.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>www.scielo.org.mx</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>www.scribd.com</b>	

“Endomarketing y Desempeño laboral de los  
colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad  
de Cajamarca en el año 2023”

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar esta investigación a mis  
padres y hermanos por el amor  
incondicional que me han demostrado y  
el apoyo que me brindaron, por ser mis  
guías que me motivan a seguir adelante  
con cada meta trazada.

“Endomarketing y Desempeño laboral de los  
colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad  
de Cajamarca en el año 2023”

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por iluminar mi camino y nunca abandonarme. A mis padres, quienes me demostraron su esfuerzo y apoyo en todo el proceso de mi formación profesional, a la Universidad Privada del Norte por permitirme ser parte de ella y a mi asesora, quien fue mi guía para poder culminar esta investigación.

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO CALIFICADOR	2
JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
<b>1.1. Realidad problemática</b>	<b>9</b>
<b>1.2. Formulación del problema</b>	<b>19</b>
<b>1.3. Objetivos</b>	<b>19</b>
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	21
CAPÍTULO III: RESULTADOS	29
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	39
REFERENCIAS	47
ANEXOS	55

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Colaboradores de la empresa.....	22
Tabla 2 Confiabilidad del instrumento.....	25
Tabla 3 Prueba de normalidad.....	25
Tabla 4 Intervalos de correlación de Pearson.....	26
Tabla 5 Participación de la dimensión Cultura organizacional.....	28
Tabla 6 Participación de la dimensión Desarrollo del colaborador .....	29
Tabla 7 Participación de la dimensión Fidelizacion y retención de colaboradores.....	30
Tabla 8 Participación de la dimensión Trabajo en equipo.....	31
Tabla 9 Participación de la dimensión Responsabilidad laboral.....	32
Tabla 10 Participación de la dimensión Moticación.....	33
Tabla 11 Correlación entre la variable Endomarketing y Desempeño laboral.....	34
Tabla 12 Correlación entre la variable Endomarketing y Trabajo en equipo.....	35
Tabla 13 Correlación entre la variable Endomarketing y Responsabilidad Laboral.....	36
Tabla 14 Correlación entre la variable Endomarketing y Motivación.....	37

## RESUMEN

En el presente estudio se estableció como objetivo principal determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral de los trabajadores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023. Se empleó un diseño metodológico no experimental de corte transversal y enfoque cuantitativo. La población objeto de estudio estuvo conformada por 30 colaboradores del restaurante El Asador, asimismo, se trabajó con el total de la población, es decir se trabajó con una muestra censal. La técnica empleada fue la encuesta, y el instrumento utilizado fue el cuestionario en escala ordinal tipo Likert, el mismo que presentó un alto nivel de confiabilidad (Alfa de Cronbach = 0,711) para la variable Endomarketing y (Alfa de Cronbach = 0,826) para la variable Desempeño laboral. Finalmente se concluye a nivel general que, si existe una relación significativa entre el endomarketing y desempeño laboral ya que, ante una buena gestión del endomarketing, se dará un alto nivel de desempeño laboral por parte de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca, demostrada a través de la prueba inferencial R de Pearson siendo este de .765 denotando además una relación positiva alta.

**PALABRAS CLAVES:** Endomarketing, Desempeño laboral.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

La aplicación de los planes de Endomarketing dependen siempre de los directivos de la organización, ya que si este directivo no pone a prueba la idea y asume el reto de comprometer al cliente interno, no podrá evidenciar el resultado y dejará en una intención una buena estrategia de negocio (Chirinos, 2019).

El endomarketing juega un rol muy importante en las empresas, pues busca optimizar rendimiento y producción al generar compromiso en sus colaboradores buscando el impacto positivo de un buen clima laboral. Esto es respaldado por Honores y Noriega (2019), quienes consideran que la importancia del endomarketing radica en el hecho de que permite a la dirección encaminar todas las actividades interfuncionales para alcanzar un objetivo en común desde una perspectiva mucho más constante y estratégica en la cual los colaboradores son reconocidos por su labor diaria.

Asimismo, es necesario que el impacto de las buenas estrategias de endomarketing se vean reflejadas en el aumento del desempeño de los colaboradores, según lo argumentan Guarniz et al. (2019), el buen rendimiento hoy en día es una dimensión primordial para el cumplimiento de los objetivos empresariales, es por ello que las organizaciones cada día están tomando más interés por valorar las competencias, comportamientos, actitudes y habilidades de cada uno de sus empleados.

El endomarketing según Villa y Gómez (2018), está orientado a generar motivación en los trabajadores con la finalidad de que la empresa logre trabajar entorno al bienestar laboral, con el fin de brindar al cliente interno las condiciones adecuadas para aumentar su productividad y así cumplir los objetivos trazados.

En tal sentido, las empresas ya se han dado cuenta de que tener a sus colaboradores como herramientas principales les genera mejores resultados, mayor productividad, innovación y evolución en sus distintos modelos de negocio. De acuerdo con Marín (2019) y Paz (2020), el endomarketing tiene una estrecha relación con el compromiso organizacional (fundamental para alcanzar el éxito de la compañía) y la satisfacción laboral, la cual se ve favorecida por la motivación intrínseca (por ejemplo, reconocimientos a los colaboradores por alcanzar óptimos niveles de desempeño).

Por otro lado, Rojas (2018) menciona que el desempeño laboral es la forma en como cada trabajador lleva a cabo sus tareas o labores, teniendo como fuente a la motivación que es la que permite desarrollar la realidad y el éxito de la organización más aún cuando el recurso humano se encuentra como factor determinante en un excelente desempeño.

A nivel internacional, en Colombia la empresa Burgen King la cual es la segunda cadena más grande del mundo de restaurantes de comida rápida de hamburguesas, en su modelo de negocio dependen mucho de su personal a cargo, pues se destacan por el servicio amable, rápido y de buena calidad a sus clientes. La totalidad de sus colaboradores tiene conocimiento de las metas que deben alcanzar, la empresa está al pendiente de que se sientan motivados mediante

reconocimientos debido a su buen desempeño pues, este cuenta con una estructura organizacional que les permite tener claro cuáles son las funciones de cada uno de acuerdo al puesto que desempeña, generando así una buena distribución de las tareas y responsabilidades entre los distintos niveles jerárquicos (Camelo et al, 2015).

En Perú, las MYPES formales del sector alimentos rubro panaderías y pastelerías del distrito de Abancay, enfrentaron serios problemas respecto a la evaluación del personal llegando a descuidar aspectos del endomarketing como la comunicación interna. Finalmente y de acuerdo a los resultados estadísticos obtenidos de las encuestas aplicadas a los colaboradores, es posible afirmar que si se fomentan correctamente las acciones del endomarketing, el nivel de compromiso de los colaboradores tenderá a mejorar de manera significativa (Cuellar, 2022).

En Cajamarca, el restaurante El Asador, muestra algunos problemas que son de interés a analizar. Se ha logrado detectar falencias en la comunicación entre jefes y colaboradores, lo cual necesita reforzarse debido a que no pueden expresar sus necesidades libremente, así también pocas oportunidades de ascenso, lo que dificulta que el personal se sienta comprometido con la empresa y tenga un bajo desempeño en sus labores.

Para afianzar las variables estudiadas, se presenta el siguiente marco teórico. El endomarketing refiere al esfuerzo de mercadeo realizado en las empresas para promover entre las personas de la organización un objetivo conjunto el cual es la acción de servir al cliente. Así pues, con base en Bohnenberger et al. (2018), constituye una herramienta que permite la mejora de tres

aspectos fundamentales: respeto a los valores organizacionales, aumento del nivel de cumplimiento de los colaboradores y posibilitar la satisfacción de los clientes.

Por otro lado, Mino (2016) menciona que todo plan de acción de marketing dirigido al personal interno repercutirá en en diversos aspectos, tales como rendimiento y productividad, por ende en el valor competitivo de la empresa.

Asimismo, Peña y Marin (2019), describen que son muy variadas las actividades que actualmente se desarrollan como parte de la estrategia de endomarketing en las distintas organizaciones, y algunas de las semejanzas pueden estar relacionadas con la comunicación, además todas las empresas son conscientes del papel de liderazgo y apoyo que debe tener el área de recursos humanos para orientar y garantizar una correcta ejecución de estas iniciativas con los colaboradores.

La variable expuesta anteriormente se compone de tres dimensiones, las cuales son: cultura organizacional, Desarrollo del colaborador y finalmente Fidelización y Retención del colaborador.

Según Serrate et al. (2014), la cultura organizacional son los valores, filosofía, mitos y otros conceptos que los miembros de la organización comparten, así mismo, es la forma en que comparten e interactúan.

El desarrollo del colaborador se refiere a los procesos, programas y actividades a través de los cuales cada organización evoluciona, incrementa y mejora las habilidades, competencias y rendimiento general de sus trabajadores (Dutta, 2021).

Finalmente la fidelización y retención del colaborador, el cual es un pilar fundamental para el éxito de cualquier compañía, ya que es ahí donde se fomenta y gestiona el talento de los trabajadores, además de comprometerlos y hacerlos sentir parte de la empresa (López, 2012).

Es importante resaltar que una buena aplicación del endomarketing favorece a la eficacia dentro de una organización y a su vez influye en el desempeño laboral, debido a que la motivación que obtenga el colaborador repercutirá en las labores diarias de su trabajo.

Por otro lado, Acosta (2018) define al desempeño laboral como el reflejo de la actitud del trabajador durante la ejecución de su tarea, esta evaluación es individual basada en el esfuerzo personal. Otro aspecto a considerar es la realización de evaluaciones de desempeño, pues permitirá medir las capacidades y habilidades de los colaboradores con el fin de poder orientarlos y guiarlos hacia su objetivo.

La variable expuesta anteriormente se compone de tres dimensiones, las cuales son: Trabajo en equipo, Responsabilidad laboral y Motivación, de esta manera se logrará descubrir que tan identificado y comprometido está el personal con la empresa.

Según Barroso (2014), en lo atinente a los equipos es importante la integración de esfuerzos y el fomentar una asociación efectiva, convirtiendo escenarios de estructuras jerárquicas. Los beneficios del trabajo en equipo es que aumenta la competitividad, disminuyendo el estrés en el trabajo, desarrolla la autodisciplina y el autoconcepto.

La responsabilidad laboral es la obligación que tienen los sujetos de las relaciones laborales para conducirse con respeto y en beneficio de la sociedad, lo cual implica por una parte, no afectar

con motivo de su actividad laboral ni a los miembros del grupo social ni al entorno en que se ubica el centro de trabajo (Puig, 2020).

Finalmente a la motivación, Naranjo (2009) lo define como un aspecto de mucha relevancia para diversos aspectos de la vida, entre ellas la laboral, por cuanto orienta las acciones que conduce a la persona a cumplir sus objetivos.

En este sentido, es importante abordar antecedentes de investigación a nivel internacional, de esta manera Camelo et al. (2015) en su tesis titulada “Diseño de una propuesta de un modelo de endomarketing para el restaurante Burger King del centro comercial el tesoro en la ciudad de Medellín para el segundo semestre del año 2015”, tuvo como objetivo general establecer una propuesta de un modelo de endomarketing para el restaurante Burger King. La investigación fue cuantitativa. La técnica empleada fue la encuesta con la cual se pretendía conocer las posibles causas que conllevan a los empleados a presentar bajo rendimiento con sus labores, así como reconocer las necesidades del restaurante para la elaboración del modelo de Endomarketing. Finalmente se concluyó que actualmente son positivos los métodos y técnicas para realizar las tareas, el restaurante inserta políticas y procedimientos nuevos que ayudan al colaborador a corregir su trabajo. Así también, señalaron que el ambiente laboral es bueno, pero a veces se carga de estrés en el mismo, eso evita que el personal se sienta a gusto en el espacio donde de desenvuelve.

Velazco y Dávila (2013) en su tesis “La satisfacción del cliente interno a través del endomarketing” – Bogotá, tuvo como objetivo principal destacar el endomarketing como un medio

generador de cambios al interior de las organizaciones independientes al sector económico que pertenezcan. Como parte de la metodología, se realizaron los procesos de análisis de información y la identificación de planes de endomarketing, además se elabora la matriz que incluye el sector económico, el tamaño de la empresa, y el área de gestión en que se aplican las estrategias de endomarketing. Concluyendo de esta forma en que no existe motivación en los empleados, esto hace que sus labores se conviertan en acciones repetitivas que no están ligadas a ningún resultado, responden simplemente a acciones independientes. A partir de ello, se planteó añadir, generar e implementar estrategias efectivas proyectadas al público interno, tales como espacios de interacción entre áreas, programas de bonificación e incentivos personales y familiares, así también espacios de capacitación personal y profesional, a través de sesiones de coaching, talleres de trabajo en grupo, logrando un incremento en los niveles de empeño y confianza de los empleados con la compañía.

En el ámbito nacional, Honores y Noriega (2019) en su tesis titulada “Estrategia de Endomarketing para mejorar las ventas del restaurante Mar Picante S.R.L., Trujillo - Año 2018”, tuvo como objetivo determinar si la estrategia de endomarketing mejora las ventas del restaurante Mar Picante S.R.L. en la ciudad de Trujillo, año 2018. La investigación tuvo un enfoque semi-experimental descriptiva, se aplicó la técnica de la encuesta en escala de Likert. Finalmente se concluye que la empresa en estudio no aplicaba endomarketing, así también, posteriormente a la evaluación se llevaron a cabo estrategias de endomarketing que fueron adecuadas al trabajo y la

comunicación interna, estos se desarrollaron de manera eficaz encontrando un aumento de un 18.74% en sus ventas.

Gutierrez (2021) en su tesis titulada “Endomarketing en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías: caso pollería D`rocky, distrito Ayacucho, 2021” tuvo como objetivo establecer características del endomarketing en una empresa del rubro de restaurantes. La investigación fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, así mismo la técnica empleada fue la encuesta. Finalmente se concluye que de acuerdo a los resultados, los colaboradores de la empresa tienen conocimiento respecto a la variable en estudio, por lo que se indica lo siguiente respecto a las dimensiones, sobre desarrollo personal, estas se encuentran en favorecimiento para la empresa, pero no todos tienen un buen desarrollo pues ya no se los capacita, muchas veces el personal desconoce sus funciones, lo que repercute en el cumplimiento de las mismas. De acuerdo al objetivo consideran que la comunicación interna y la adecuación al trabajo son necesarias para el buen desarrollo de sus labores, puesto que sus habilidades deberían permitirles realizar de manera eficaz sus tareas.

Zuñiga (2020) en su tesis titulada “El Endomarketing para la motivación laboral del cliente interno del restaurante Kentucky Fried Chicken de la ciudad de Chiclayo, 2020” el cual tuvo como objetivo la elaboración de estrategias de endomarketing para la motivación laboral del cliente interno del Restaurante Kentucky Fried Chicken de la ciudad de Chiclayo en el año 2020. La investigación fue de tipo descriptivo, así mismo la población objeto de la investigación estuvo constituida por 42 colaboradores pertenecientes a KFC en la ciudad de Chiclayo, la técnica de

investigación empleada fue la encuesta tipo Likert y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario. Finalmente se concluye que, no se está brindando incentivos los cuales motiven a los colaboradores del Restaurante Kentucky Fried Chicken, así mismo se proponen estrategias de endomarketing, para la mejora de la motivación tales como: Combatir las actividades monótonas y repetitivas a través de la implementación de nuevas tareas, de esta manera se evitará la rotación de empleados, se incrementa su desarrollo profesional y personal y se incentiva el autoaprendizaje.

Agurto (2020) en su investigación titulada “Endomarketing para la gestión del clima laboral del restaurante Itadakimasu, Chiclayo 2019” tiene como objetivo identificar de qué manera el marketing interno mejorará el ambiente laboral en restaurantes, tomando como ejemplo el restaurante Itadakimasu para estudiar los elementos existentes en la actualidad. El estudio es cualitativo, descriptivo y no experimental. La muestra está formada por siete colaboradores. El instrumento utilizado fue la encuesta y se concluyó que para diseñar estrategias de endomarketing se tiene que tener en cuenta el nivel de confianza de los trabajadores, puesto que un 43% de ellos afirmó que el nivel de confianza es regular, así también se tiene que crear estrategias para medir la productividad y ver la forma de reconocer su labor, es necesario además capacitarlos, puesto que un 43% de los encuestados se mostró indiferente a las capacitaciones, lo cual muestra poco interés y compromiso con la organización.

Monsefu (2019) en su tesis titulada “El endomarketing y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Fusión Mediterránea, Villa el salvador - 2019”, tuvo como objetivo general determinar qué relación existe entre el endomarketing y el desempeño laboral de los

colaboradores de la empresa Fusión Mediterránea, Villa El Salvador – 2019. La investigación tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa. El estudio fue de tipo descriptivo correlacional, con corte transversal, ya que busca describir las características de las variables de estudio y a su vez conocer la relación existente entre ellas, a su vez el enfoque bajo el cual se desarrolla es cuantitativo porque se realiza el procesamiento de datos con una población de 31 colaboradores. Así mismo los instrumentos elaborados y utilizados fueron dos, el cuestionario de endomarketing que cuenta con 27 ítems y el cuestionario de desempeño laboral con 26 ítems. Finalmente se llegó a la conclusión de que existe correlación positiva alta entre las variables endomarketing y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Fusión Mediterránea, Villa El Salvador – 2019, por medio de un Rho de Spearman de 0,745, en tal sentido, se determina que cuando el endomarketing es eficiente, los colaboradores se sienten más a gusto y comprometidos con la organización, es decir, el desempeño laboral del colaborador se va a ver elevado.

De tal manera esta investigación, se justifica teóricamente mediante fuentes confiables y antecedentes, tomando las bases conceptuales para la variable Endomarketing la cual según Regalado et al. (2011) es un conjunto de técnicas de promoción, estrategias y acciones destinadas a la planificación y ejecución al interior de las empresas con la finalidad de motivar a sus colaboradores o clientes internos. la aplicación de una herramienta utilizada para vincular a los empleados con los objetivos, en lo primordial de mercadeo, en la empresa. Para la variable

Desempeño laboral, según Rojas (2018) menciona que el desempeño laboral es la forma como cada trabajador lleva a cabo sus tareas o labores.

Desde el punto de vista metodológico, se pretende lograr los objetivos utilizando las diferentes herramientas, métodos y técnicas propias de esta disciplina, se procederá a aplicar la técnica de la encuesta, ya que contribuirán a encontrar la relación del Endomarketing y el desempeño laboral con sus respectivas dimensiones.

Finalmente, desde el punto de vista práctico, a partir de los resultados obtenidos de esta investigación se espera que sea de utilidad para que la empresa pueda analizar los resultados obtenidos, y desarrollar estrategias a fin de generar estrategias de Endomarketing y así poder incrementar el desempeño de sus colaboradores y lograr los objetivos de la empresa.

## **1.2. Formulación del problema**

Por lo planteado se formula la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023?

## **1.3. Objetivos**

Como objetivo general se plantea:

Determinar la relación entre el Endomarketing y el Desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Como objetivos específicos se plantean:

Identificar la relación entre el Endomarketing y el trabajo en equipo de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Identificar la relación entre el Endomarketing y la responsabilidad laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Identificar la relación entre el Endomarketing y la motivación de de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

### Hipótesis

Asimismo, comprobar la hipótesis general:

Hi: Existe una relación positiva entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

H0: No existe una relación positiva entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

Seguidamente, las hipótesis específicas las cuales afirman que:

H1E: Existe relación positiva entre el Endomarketing y el trabajo en equipo de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

H2E: Existe relación positiva entre el Endomarketing y la responsabilidad laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

H3E: Existe relación positiva entre el Endomarketing y la motivación de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El tipo de investigación es descriptivo - correlacional. Según Alvarez (2022), se caracteriza porque pretende especificar propiedades y perfiles de personas, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis.

La presente investigación posee un enfoque cuantitativo, porque se realiza el procesamiento de datos estadísticos y está vinculada a métodos matemáticos. Según Hernández et al. (2018) en lo que se basa dicho enfoque, es en examinar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar pronósticos de comportamiento del problema planteado. Se optó por este enfoque puesto a que permite obtener un estudio más extenso, así también tener mayor objetividad y precisión en los resultados.

La investigación se enmarca en el nivel correlacional, puesto que según Martínez (2015) afirma que este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular, en caso de esta investigación se buscó la relación entre el Endomarketing y el Desempeño laboral.

El diseño utilizado para la presente investigación es no experimental, ya que como señala Hernández et al. (2018) la investigación no experimental se da en su contexto natural, para posteriormente ser evaluados por el investigador quien observa situaciones ya existentes sin realizar ninguna manipulación en las variables.

Asimismo, presenta un corte transversal. El diseño de la presente investigación es de diseño no experimental – transversal, dado que la variable independiente y la variable dependiente no se manipularán en ningún momento y la información será obtenida en un momento único a través de la obtención de datos, para la presente investigación el único momento en el que se recolectan datos es en el año 2023.

A su vez, la población según Franco (2011) es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. La población considerada para el presente estudio estuvo conformada por un total de 30 personas entre hombres y mujeres que laboran en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca.

La muestra, según Tamayo (2006) lo refieren como un conjunto de individuos, utilizados para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad o colectivo. Al ser la población reducida, se decidió trabajar con las 30 personas que laboran en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca distribuidos en los distintos puestos de trabajo, considerándose como un muestreo censal donde, Hernández et al. (2014) mencionan que este tipo de muestra debe incluir a todos los individuos como personas, animales, plantas y objetos que están dentro de la población.

**Tabla 1**

*Colaboradores de la empresa*

<b>Puesto de trabajo</b>	<b>Cantidad de trabajadores</b>
Gerente general	1
Administrador	1
Jefe de cocina	1
Jefe de servicio	1
Cajero	3
Almacén y compras	4
Cocinero	4
Barman	3
Misanplas	2
Mesero	8
Anfitriona	2
Ayudantes	3
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>

Nota: Según información de la empresa

Según Rodriguez (2015) define que las técnicas son medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, encuesta, entrevistas.

Para la medición de endomarketing y el desempeño laboral se usó como técnica la encuesta, el cual Hernández et al. (2018) la definen como la técnica más utilizada para recolectar datos, y consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.

En consecuencia, el instrumento utilizado fue el cuestionario, siendo la unidad de estudio, cada trabajador que labora en la empresa el asador, este se elaboró con 20 preguntas aplicadas a

30 colaboradores con la finalidad de obtener información sobre cada una de las variables planteadas, las cuales son Endomarketing y Desempeño laboral.

El cuestionario está dividido en dos partes, la primera está conformado por 10 preguntas que evalúan el Endomarketing en tres dimensiones: Cultura organizacional, Desarrollo del colaborador, Fidelización y Retención de colaboradores, y la segunda parte consta también de 10 preguntas que evalúan el Desempeño laboral en tres dimensiones: Trabajo en equipo, Responsabilidad laboral y Motivación.

Las respuestas a las preguntas planteadas están organizadas en una escala de Likert, que va desde (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Arbaiza (2019) explica la validez como el nivel en que el instrumento revela un dominio del argumento de lo que se evalúa, para dicha validez se tomó de referencia el instrumento validado previamente en la investigación de Moza (2020) titulada “Relación entre el Endomarketing y el Desempeño laboral de la empresa Avícola Modesto Florian de Chicama, Trujillo 2020”

A su vez, el instrumento se validó mediante el juicio de 3 expertos acreditados en el conocimiento de las variables en estudio, quienes evaluaron en base a los criterios de relevancia, coherencia y claridad del contenido como se puede evidenciar en el anexo 3.

Según López (2019), la confiabilidad de un instrumento responde a la estabilidad de los datos obtenidos y la anulación de riesgos de variación entre los distintos casos y momentos de aplicación.

Para la confiabilidad del instrumento, se ha verificado mediante la realización de una prueba piloto con 20 trabajadores de la muestra del estudio de la empresa, se procedió a aplicar la prueba estadística del coeficiente Alfa de Cronbach donde se obtiene 0,711 para la variable Endomarketing y 0,826 para la segunda variable desempeño laboral, de igual forma la confiabilidad de ambas variables arrojó 0,870, esto quiere decir que es de alta confiabilidad.

**Tabla 2**

*Confiabilidad de los instrumentos*

<b>Instrumentos</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Condición</b>
Cuestionario 1 – Endomarketing	0,711	Confiable
Cuestionario 2 - Desempeño laboral	0,826	Confiable
Cuestionario Global	0,870	Confiable

Nota: Elaboración propia con base a IBM SPSS

Para el análisis estadístico de datos se emplearon tablas de frecuencia las cuales permitieron ordenar los datos que se obtuvieron tras la encuesta aplicada realizando la interpretación y análisis de los resultados en una base de datos en la herramienta Excel, posterior a ello, se pasaron los datos de Excel al programa estadístico Statistical Package for the Social Sciencess (SPSS) y una tabla del método correlación R de Pearson con un nivel de confianza del 95% para determinar la relación entre las variables Endomarketing y Desempeño laboral .

**Tabla 3**

*Prueba de normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
<b>Endomarketing</b>	0.113	30	.200*	0.977	30	0.749
<b>Desempeño laboral</b>	0.134	30	0.181	0.931	30	0.053

Nota:\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 4, se observa la prueba de normalidad de la presente investigación, donde se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk debido a que posee una muestra conformada por 30 personas, siendo esta menor a 50 personas, así también presenta un nivel de significancia de 0,749 para la variable Endomarketing y 0,053 para la variable Desempeño laboral, ambos mayores a 0.05, es decir los datos presentan una distribución normal y por lo tanto el estadístico que se trabajará es la correlación paramétrica de Pearson.

**Tabla 4**

*Intervalos de correlación de Pearson*

Rango	Relación
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta

-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a - 0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a - 0.19	Correlación negativa muy baja
0.0	Correlación nula
+0.01 a + 0.19	Correlación positiva muy baja
+0.2 a +0.39	Correlación positiva baja
+0.4 a +0.69	Correlación positiva moderada
+0.7 a +0.89	Correlación positiva alta
+0.9 a +0.99	Correlación positiva muy alta
+1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Basada en Hernández Sampieri, 2014

Los aspectos éticos que fueron considerados en la presente investigación fueron los siguientes:

Se aplicó el criterio de confidencialidad y anonimato, por el cual se evitó revelar la identidad de los participantes.

Se aplicó el criterio de consentimiento informado, ya que se cuenta con el permiso de la empresa.

Se aplicó el criterio de responsabilidad, ya que la información brindada tendrá fines solamente para la presente investigación.

“Endomarketing y Desempeño laboral de los  
colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad  
de Cajamarca en el año 2023”

Se aplicó el criterio de inalterabilidad, ya que se respetó y se emitió tal cual las respuestas brindadas por los colaboradores a la base de datos.

Se respetaron las fuentes usadas consignado en las indicaciones de American Psychological Association (APA).

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

En el presente capítulo se presentan los resultados de la recopilación de datos obtenida al encuestar a las personas involucradas dentro de la organización la cual estuvo conformada por un total de 30 colaboradores de la empresa El Asador de la ciudad de Cajamarca.

A continuación, se presenta la información descriptiva:

#### Estadística descriptiva – variable Endomarketing

**Tabla 5**

*Participación de la dimensión “Cultura organizacional”*

CULTURA ORGANIZACIONAL	ESCALA				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1. ¿Considera que existe una comunicación asertiva entre jefes y colaboradores?	40.00%	26.70%	30.00%	0.00%	3.30%
2. ¿Cree que la empresa promueve la comunicación interna adecuadamente ?	46.70%	43.30%	10.00%	0.00%	0.00%
3. ¿Con que frecuencia se habla sobre la misión, visión y valores de la empresa?	36.70%	36.70%	26.70%	0.00%	0.00%
<b>Total %</b>	41.13%	35.57%	22.23%	0.00%	1.10%

Nota: Elaboración propia con base a IBM SPSS

De acuerdo con la tabla 5, para la variable Endomarketing en la dimensión cultura organizacional se muestra que el 40,00% de la población menciona que “Siempre” consideran que existe una comunicación asertiva entre jefes y colaboradores, el 46.70% consideran que “siempre” la empresa promueve la comunicación interna adecuadamente, el 36.70% consideran que

“Siempre y Casi siempre” se habla de la misión y visión de la empresa. Finalmente, el 41.13% del total de la población manifiesta que “Siempre” está de acuerdo con los aspectos de la dimensión cultura organizacional en la empresa El Asador de la ciudad de Cajamarca.

**Tabla 6**

*Participación de la dimensión “Desarrollo del colaborador”*

DESARROLLO DEL COLABORADOR	ESCALA				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
4. ¿Considera que existe oportunidad de ascenso?	50.00%	26.70%	16.70%	33.30%	33.30%
5. ¿Con que frecuencia asiste a las capacitaciones que brinda la empresa ?	73.30%	16.70%	10.00%	0.00%	0.00%
6. ¿Usted participa de las actividades integradoras en la empresa?	63.30%	30.00%	6.70%	0.00%	0.00%
<b>Total %</b>	62.20%	24.47%	11.13%	11.10%	11.10%

Nota: Elaboración propia con base a IBM SPSS

De acuerdo con la tabla 6, para la variable Endomarketing en la dimensión Desarrollo del colaborador se muestra que el 50,00% de la población menciona que “Siempre” consideran que existe oportunidad de ascenso en el trabajo, el 73.30% señala que “Siempre” asisten con frecuencia a las capacitaciones que brinda la empresa, el 63.30% menciona que “Siempre” participa de las actividades integradoras de la empresa. Finalmente, el 62.20% del total de la población manifiesta que “Siempre” está de acuerdo con los aspectos de la dimensión desarrollo del colaborador en la empresa El Asador de la ciudad de Cajamarca.

**Tabla 7**

*Participación de la dimensión “Fidelización y retención de colaboradores”*

<b>FIDELIZACION Y RETENCION DEL COLABORADOR</b>	<b>ESCALA</b>				
	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>Nunca</b>
7. ¿Siente que la empresa le brinda su apoyo en temas personales?	50.00%	26.70%	20.00%	0.00%	3.30%
8. ¿Cree que su remuneración esta de acorde con las actividades realizadas por usted?	30.00%	46.70%	23.30%	0.00%	0.00%
9. ¿Las necesidades en su puesto de trabajo son atendidas a la brevedad?	33.30%	53.30%	13.30%	0.00%	0.00%
10. ¿Opina usted que ha tenido algún motivo trascendental por el cual haya pensado en renunciar?	6.70%	3.30%	26.70%	26.70%	36.70%
<b>Total %</b>	<b>30.00%</b>	<b>32.50%</b>	<b>20.83%</b>	<b>6.68%</b>	<b>10.00%</b>

Nota: Elaboración propia con base a IBM SPSS

De acuerdo con la tabla 7, para la variable Endomarketing en la dimensión Fidelización y retención del colaborador se muestra que el 50,00% de la población menciona que “Siempre” siente que la empresa lo apoya en temas personales, el 46.70% menciona que “Casi siempre” su remuneración está acorde con las actividades que realiza, el 53.30% menciona que “Casi siempre” las necesidades de su puesto son atendidas a la brevedad, el 36.70% de la población menciona que “Nunca” a tenido un motivo por el cual haya pensado en renunciar. Finalmente, el 32.50% del total de la población manifiesta que “Casi siempre” está de acuerdo con los aspectos de la

dimensión Fidelización y retención del colaborador en la empresa El Asador de la ciudad de Cajamarca.

### Estadística descriptiva - variable Desempeño laboral

**Tabla 8**

*Participación de la dimensión “Trabajo en equipo”*

TRABAJO EN EQUIPO	ESCALA				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
11. ¿Le agrada realizar actividades laborales en grupo?	70.00%	30.00%	0.00%	0.00%	0.00%
12. ¿Se siente comprometido con el éxito de la empresa?	96.70%	3.30%	0.00%	0.00%	0.00%
13. ¿Considera que los problemas laborales se resuelven con eficacia?	46.70%	40.00%	10.00%	3.30%	0.00%
14. ¿Considera que el trabajo se realiza en función a planes o coordinación previamente establecida?	50.00%	30.00%	20.00%	0.00%	0.00%
<b>Total %</b>	<b>65.85%</b>	<b>25.83%</b>	<b>7.50%</b>	<b>0.83%</b>	<b>0.00%</b>

Nota: Elaboración propia con base a IBM SPSS

De acuerdo con la tabla 8, para la variable Desempeño laboral en la dimensión Trabajo en equipo se muestra que el 70,00% de la población menciona que “Siempre” le agrada realizar actividades laborales en grupo, el 96.70% menciona que “Siempre” se siente comprometido con el éxito de la empresa, el 46.70% menciona que “Siempre” consideran que los problemas laborales se resuelven con eficacia, el 46.70% de la población menciona que “Siempre” consideran que el trabajo se resuelve en función a coordinación previa establecida. Finalmente, el 65.85% del total

de la población manifiesta que “Siempre” está de acuerdo con los aspectos de la dimensión Trabajo en equipo en la empresa El Asador de la ciudad de Cajamarca.

**Tabla 9**

*Participación de la dimensión “Responsabilidad laboral”*

RESPONSABILIDAD LABORAL	ESCALA				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
15. ¿ Realiza sus tareas designadas en el tiempo establecido?	50.00%	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%
16. ¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?	50.00%	26.70%	16.70%	6.70%	0.00%
17. ¿Cumple con el horario y registra puntualidad?	53.30%	43.30%	3.30%	0.00%	0.00%
<b>Total %</b>	51.10%	40.00%	6.67%	2.23%	0.00%

Nota: Elaboración propia con base a IBM SPSS

De acuerdo con la tabla 9, para la variable Desempeño laboral en la dimensión Responsabilidad laboral se muestra que el 50,00% de la población menciona que “Siempre y Casi siempre” realizan sus tareas designadas a tiempo, el 50.00% señala que “Siempre” reacciona de forma calmada frente a situaciones conflictivas, el 53.30% menciona que “Siempre” cumple con el horario y registra puntualidad. Finalmente, el 51.10% del total de la población manifiesta que “Siempre” está de acuerdo con los aspectos de la dimensión Responsabilidad laboral en la empresa El Asador de la ciudad de Cajamarca.

**Tabla 10**

*Participación de la dimensión “Motivación”*

MOTIVACIÓN	ESCALA				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
18. ¿Existen reconocimientos públicos a los colaboradores por la labor que desempeñan?	53.30%	23.30%	16.70%	6.70%	0.00%
19. ¿Considera que los objetivos de trabajo son retadores para usted?	33.30%	30.00%	30.00%	3.30%	3.30%
20. ¿Su trabajo le permite desarrollarse y lograr sus metas?	63.30%	23.30%	13.30%	0.00%	0.00%
<b>Total %</b>	<b>49.97%</b>	<b>25.53%</b>	<b>20.00%</b>	<b>3.33%</b>	<b>1.10%</b>

Nota: Elaboración propia con base a IBM SPSS

De acuerdo con la tabla 10, para la variable Desempeño laboral en la dimensión motivacion se muestra que el 53.30% de la población menciona que “Siempre” existen reconocimientos públicos por la labor que desempeñan, el 33.30% menciona que “Siempre” consideran que los objetivos de trabajo son retadores, el 63.30% menciona que “Siempre” su trabajo le permite desarrollarse y lograr sus metas. Finalmente, el 49.97% del total de la población manifiesta que ”Siempre” está de acuerdo con los aspectos de la dimensión motivación del colaborador en la empresa El Asador de la ciudad de Cajamarca.

La hipótesis general es:

Hi: Existe una relación positiva entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

H0: No existe una relación positiva entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.

**Tabla 11**

*Correlación entre la variable Endomarketing y Desempeño laboral*

<b>Correlaciones</b>			
		ENDOMARKETING	DESEMPEÑO LABORAL
ENDOMARKETING	Correlación de Pearson	1	.765**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	30	30
DESEMPEÑO LABORAL	Correlación de Pearson	.765**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	30	30

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

En la tabla 12, se muestra la correlación con un coeficiente de Pearson de 0,765; por lo tanto, existe una correlación positiva alta ya que está en el intervalo +0.7 a +0.89, esto quiere decir que cuando se gestione adecuadamente el Endomarketing tendrá relevancia en el desempeño laboral en la empresa El Asador. Así mismo posee un nivel de significancia 0,000 menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis general planteada y se rechaza la hipótesis nula.

Seguidamente, como primera hipótesis específica se plantea que: “Existe relación positiva entre el Endomarketing y el trabajo en equipo de los colaboradores en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2023”. Después de realizar el análisis, se tiene los siguientes resultados:

**Tabla 12**

*Correlación entre la variable Endomarketing y Trabajo en equipo*

<b>Correlaciones</b>			
		ENDOMARKETING	TRABAJO EN EQUIPO
ENDOMARKETING	Correlación de Pearson	1	.672**
	Sig. (bilateral)		0.001
	N	30	30
TRABAJO EN EQUIPO	Correlación de Pearson	.672**	1
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	30	30

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

En la tabla 13, se muestra la correlación con un coeficiente de Pearson de 0,672; por lo tanto, existe una correlación positiva moderada ya que está en el intervalo +0.4 a +0.69, esto quiere decir que cuando se gestione adecuadamente el Endomarketing tendrá relevancia en el trabajo en equipo en la empresa El Asador. Así mismo posee un nivel de significancia 0,001 menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1 planteada y se rechaza la hipótesis nula.

Como segunda hipótesis específica se plantea que: “Existe relación positiva entre el Endomarketing y la responsabilidad laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023”. Después de realizar el análisis, se tiene los siguientes resultados:

**Tabla 13**

*Correlación entre la variable Endomarketing y la Responsabilidad laboral*

<b>Correlaciones</b>			
		ENDOMARKETING	RESPONSABILIDAD LABORAL
ENDOMARKETING	Correlación de Pearson	1	.784**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	30	30
RESPONSABILIDAD LABORAL	Correlación de Pearson	.784**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	30	30

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

En la tabla 14, se muestra la correlación con un coeficiente de Pearson de 0,784; por lo tanto, existe una correlación positiva alta ya que está en el intervalo +0.7 a +0.89, esto quiere decir que cuando se gestione adecuadamente el Endomarketing tendrá relevancia en la responsabilidad laboral en la empresa El Asador. Así mismo posee un nivel de significancia 0,000 menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2 planteada y se rechaza la hipótesis nula.

Como tercera hipótesis específica se plantea que: “Existe relación positiva entre el Endomarketing y la motivación en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2023”. Después de realizar el análisis, se tiene los siguientes resultados:

**Tabla 14**

*Correlación entre la variable Endomarketing y Motivación*

<b>Correlaciones</b>			
		ENDOMARKETING	MOTIVACION
ENDOMARKETING	Correlación de Pearson	1	.794**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	30	30
MOTIVACION	Correlación de Pearson	.794**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	30	30

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

En la tabla 15, se muestra la correlación con un coeficiente de Pearson de 0,794; por lo tanto, existe una correlación positiva alta ya que está en el intervalo +0.7 a +0.89, esto quiere decir que cuando se gestione adecuadamente el Endomarketing tendrá relevancia en la motivación en la empresa El Asador. Así mismo posee un nivel de significancia 0,000 menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3 planteada y se rechaza la hipótesis nula.

## **CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

A partir de los resultados encontrados, se presentan los siguientes puntos fundamentales en comparación a estudios previos y contrastándolos con bases teóricas referentes.

Con respecto al objetivo general y la hipótesis, se determinó que existe relación positiva alta entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, dado al coeficiente R de Pearson = 0,765 y encontrar el valor de significancia (significancia = 0,000 < 0,05), esto quiere decir que cuando se gestione adecuadamente el endomarketing, reflejará un mayor desempeño laboral en los colaboradores, puesto que su conducta estará enfocada en el cumplimiento de los objetivos de la empresa y su crecimiento laboral.

Estos resultados coinciden con lo afirmado en la investigación de Honores y Noriega (2019), quienes determinaron y aplicaron estrategias de endomarketing que fueron adecuadas al colaborador, tales como reconocimientos, área de trabajo e implementos adecuados, los cuales se desarrollaron con éxito encontrando un aumento de un 18.74% en sus ventas, esto es importante puesto que si una organización desea lograr resultados más fructíferos, primero necesita que su factor interno se sienta satisfecho en su puesto de trabajo y además les permita alcanzar las metas y propósitos planteados.

Asi mismo, guardan semejanza con los aportes teóricos de Guarniz et al. (2019), quienes mencionan que el buen rendimiento hoy en día es muy sustancial para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, es por eso que las empresas toman mayor importancia por valorar las

competencias y habilidades de cada uno de sus empleados. Por otro lado, Mino (2016) menciona que todo plan de acción de marketing dirigido al personal interno repercutirá en en diversos aspectos, tales como rendimiento y productividad, por ende en el valor competitivo de la empresa.

Igualmente, lo obtenido presenta similitud con la investigación de Velazco y Dávila (2013), quienes plantearon la ejecución de estrategias efectivas proyectadas en el cliente interno, tales como espacios de interacción entre áreas, programas de incentivos, así también espacios de capacitación personal y profesional, a través de sesiones de coaching y talleres de trabajo grupales, logrando un aumento en los niveles de compromiso y confianza de los colaboradores.

Finalmente, coincide con lo señalado por Zuñiga (2020), quien propone estrategias de endomarketing, para la mejora de la motivación tales como: Combatir las actividades monótonas a través del desarrollo de nuevos roles, de esta manera se evitará la rotación de empleados.

Se consideraron las variables endomarketing y desempeño laboral en sus distintas dimensiones, con el fin de analizar los resultados obtenidos y siendo reforzados por estudios previos.

Con respecto a la variable Endomarketing en la dimensión cultura organizacional se encontró un promedio del 30% de los trabajadores quienes indicaron que “A veces” consideran que existe una comunicación asertiva entre jefes y colaboradores, un 43.30% considera que “Casi siempre” promueven la comunicación interna adecuadamente (Tabla N°5).

Así también, se debe hacer énfasis en cuanto a aspectos de mejora con respecto a la dimensión fidelización y retención del colaborador, puesto que un 20% de los colaboradores

señalaron que “A veces” sienten que la empresa no les brinda apoyo en temas personales, así también un 6.70% de los colaboradores indicaron que “Siempre” han tenido un motivo por el cual han pensado en renunciar (Tabla N°7).

De acuerdo al estudio de Gutierrez (2021), considera que la comunicación interna y la adecuación al trabajo son fundamentales para el buen desarrollo de las tareas, puesto que sus habilidades deberían permitirles realizar de manera competente sus tareas.

En cuanto a la variable Desempeño laboral, cabe recalcar que la dimensión trabajo en equipo se debe mejorar puesto que un 20% de los colaboradores consideran que “A veces” considera que el trabajo se realiza en función a coordinación previa (Tabla N° 8).

Así mismo, se hace énfasis en la dimensión motivación puesto que solo el 30% considera que “A veces” sus objetivos de trabajo son retadores (Tabla N°10).

De acuerdo al estudio de Zuñiga (2020), considera importante la ejecución de nuevos roles e incentivar el autoaprendizaje, para no caer en actividades monótonas.

Tomando en cuenta la primera hipótesis y objetivo específico planteado, se obtuvo que existe una correlación positiva moderada entre el Endomarketing y el trabajo en equipo de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, al obtener ( $R$  de Pearson = 0,672; significancia = 0,000 < 0,05). Por lo cual, quiere decir que cuando se gestione adecuadamente el endomarketing, tendrá relevancia en el trabajo en equipo. En conclusión, se acepta la hipótesis alterna la cual afirma que existe relación positiva entre el Endomarketing y el

trabajo en equipo de los colaboradores del estaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023 y se rechaza la hipótesis nula.

Según Barroso (2014), los beneficios del trabajo en equipo es que aumentan la competitividad, disminuyendo el estrés en el trabajo, desarrolla la autodisciplina y el autoconcepto.

De acuerdo a la Tabla N° 8, se ha obtenido que un 65.85% de trabajadores indicaron que “Siempre” están conformes con el trabajo en equipo y un 25.83% indica que “Casi siempre”. Esto quiere decir, que el desempeño laboral se debe a que los trabajadores se sienten cómodos con el equipo de trabajo y puede reflejarse en los resultados mostrados.

Evaluando la segunda hipótesis y objetivo específico, se determinó que existe una correlación positiva alta entre endomarketing y responsabilidad laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, contrastando que el endomarketing tiene gran relevancia en la responsabilidad laboral al obtener ( $R$  de Pearson = 0,784; significancia =  $0,000 < 0,05$ ). Por lo cual, quiere decir que cuando se gestione adecuadamente el endomarketing, tendrá relevancia en la responsabilidad laboral. En conclusión, se acepta la hipótesis alterna la cual afirma que existe relación positiva entre el Endomarketing y la responsabilidad laboral de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023 y se rechaza la hipótesis nula.

Según Puig (2020), menciona que la responsabilidad laboral es la obligación que tienen los sujetos de las relaciones laborales para conducirse con respeto, lo cual implica, no afectar con

su actividad laboral ni a los miembros de la empresa ni al entorno en que se ubica el centro de trabajo.

En la Tabla N° 9 se ha obtenido que un 51.10% de trabajadores indicaron que “Siempre” están conformes con la responsabilidad laboral en la empresa frente a un 40.00% el cual indica que “Casi siempre” lo están. Esto quiere decir, que el desempeño laboral se debe a que los trabajadores se sienten comprometidos con la organización y son responsables con sus labores como puede reflejarse en los resultados mostrados.

Al considerar la tercera hipótesis y objetivo específico, se obtuvo que existe una relación positiva alta entre el endomarketing y la motivación de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, contrastando que el endomarketing tiene gran relevancia en la motivación del colaborador al obtener ( $R$  de Pearson = 0,794; significancia = 0,000 < 0,05). Por lo cual, es decir, que cuando se direcciona adecuadamente el endomarketing, tendrá relevancia en la motivación de los colaboradores. En conclusión, se acepta la hipótesis alterna la cual afirma que existe relación positiva entre el Endomarketing y la motivación de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023 y se rechaza la hipótesis nula.

Según Naranjo (2009), la motivación la define como un aspecto de mucha importancia para muchos aspectos de la vida, entre ellas la laboral, por cuanto encamina las acciones que conduce a la persona a cumplir sus objetivos.

En la Tabla N° 10 se ha obtenido que un 49.97% de trabajadores indicaron que “Siempre” están conformes con la motivación, mientras que un 3.33% indica que “Casi nunca” lo está. Se

precisa que en este aspecto se debe mejorar, debido a que el desempeño laboral se debe a que los trabajadores se sientan motivados y esto pueda reflejarse en los resultados mostrados.

Finalmente, con respecto a la primera variable, se considera enfocarse en la dimensión desarrollo del colaborador, debido a que se encontró que existe personal que considera que casi nunca existen oportunidades de ascenso, lo que implicaría que el personal se sienta estancado y no tenga las ganas ni la motivación suficiente para continuar en la empresa, además se identificó que gran parte del grupo no está conforme con la remuneración dada, por ello, se plantea que se realicen charlas que tengan que ver con un buen clima laboral, además de medir la productividad de los colaboradores y premiarlos, ya sea salarialmente o en ascensos.

Por otro lado, en cuanto a la segunda variable, se considera que la dimensión motivación, debido a que no consideran que los objetivos los hagan crecer profesionalmente y muchas veces no tengan la iniciativa de realizarlas, para ello se deben plantear objetivos directos y retadores, además de poner en práctica la escucha activa, de esta forma que los colaboradores puedan gestionar diferentes inquietudes, mantengan contacto permanente con la empresa y cumplir los objetivos.

### **Conclusiones:**

Siendo el objetivo general determinar la relación que existe entre el endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, sometido al análisis estadístico del coeficiente de Pearson se determinó que existe una relación positiva alta demostrada a través de la prueba de R de Pearson con un coeficiente de

“Endomarketing y Desempeño laboral de los  
colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad  
de Cajamarca en el año 2023”

correlación de 0.765 y nivel de significancia de 0.000, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula. Por lo cual una gestión adecuada del endomarketing genera un buen desempeño laboral.

De acuerdo al primer objetivo específico, determinar la relación que existe entre el endomarketing y el trabajo en equipo de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se identificó que existe una relación positiva moderada demostrada a través de la prueba de R de Pearson con un coeficiente de correlación de 0,672 y un nivel de significancia de 0.001, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula. Por lo cual una gestión adecuada del endomarketing genera mayor compenetración en el trabajo en equipo.

Siendo el segundo objetivo específico, determinar la relación que existe entre el endomarketing y la responsabilidad laboral de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se determinó que existe una relación positiva alta demostrada a través de la prueba de R de Pearson con un coeficiente de correlación de 0,784 y un nivel de significancia de 0.000, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula. Por lo cual una gestión adecuada del endomarketing genera una mayor responsabilidad laboral por parte de los colaboradores.

Finalmente, siendo el tercer objetivo específico, determinar la relación que existe entre el endomarketing y la motivación de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023, se estableció que existe una relación positiva alta demostrada a través de la prueba de R de Pearson con un coeficiente de correlación de 0,794 y un nivel de significancia

de 0.005, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula. Por lo cual que una gestión adecuada del endomarketing genera una mayor motivación en los colaboradores de la organización.

Es de suma importancia señalar que hubo limitaciones a la hora de elaborar el presente estudio, pues se identificó escasez de investigaciones que contengan las dos variables de estudio (endomarketing y desempeño laboral) en una misma investigación que pertenezcan al rubro de restaurantes, sin embargo, se superó revisando información internacional, nacional y local de fuentes confiables que apoyaron a realizar el estudio.

Se recomienda, a la gerencia general del restaurante El Asador que considere los resultados de la presente investigación como un marco de referencia a ser discutido entre los socios de la empresa, con el fin de medir la importancia de la capacitación del personal y de esta manera lograr mejorar su desempeño de manera eficiente y eficaz. Asimismo, se recomienda elaborar un plan de desarrollo del personal que considere el logro de competencias en la formación con visión a la mejora del desempeño de los colaboradores.

Se recomienda seguir profundizando en este tema y temas relacionados, con el fin de conocer el comportamiento de las variables utilizadas en la presente investigación en otros contextos, con el objetivo de ayudar a otras organizaciones que requieran obtener mayor información y generalizar los resultados que se encuentren.

## Referencias

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- ZUÑIGA MENDOZA, C. (2020). "EL ENDOMARKETING PARA LA MOTIVACIÓN LABORAL DEL CLIENTE INTERNO DEL RESTAURANTE KENTUCKY FRIED CHICKEN DE LA CIUDAD DE CHICLAYO 2020". CHICLAYO .
- Acosta, N. (29 de Diciembre de 2018). *¿Cual es la definicion de desempeño laboral?* Obtenido de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13098642/cual-es-la-definicion-de-desempeno-laboral>
- Agurto Padilla , Y. (2020). "Endomarketing para la gestión del clima laboral del resturante Itadakimasu, Chiclayo 2019". Chiclayo: Universidad de Lambayeque.
- Alvarez Risco, A. (2022). *Clasificación de las Investigaciones*. Lima: Universidad de Lima.
- Arbaiza Fermi , L. (2019). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Lima: ESAN Ediciones.
- Barroso Tanoira, F. (2014). *FACTORES DETERMINANTES PARA EL TRABAJO EN EQUIPO EN EMPRESAS MANUFACTURERAS*. MÉXICO: ANFECA.
- Bohnenberger, M., Schmidt, S., Damacena, C., & Batle-Lorente, F. (2018). Internal marketing: A model for implementation and development. . *Dimensión Empresarial*, 7-22.
- BUK. (2023). *¿Por qué es importante evaluar el desempeño laboral en tu empresa?* Obtenido de BUK: <https://www.buk.cl/blog/por-que-es-importante-evaluar-el-desempeno-laboral-en-tu->



Cuellar Martinez, V. (2022). *El Endomarketing y su relacion con el engagement en las MYPES formales del sector alimentos rubro panaderías y pastelerías del distrito de Abancay - 2021*. Abancay : Repositorio Institucional - UNAMBA PERU .

Dutta, P. (2021). ¿Cuál es la definición de desarrollo del personal? *Ehowenespañol*, 1.

Evangelista Polo , N. (2017). *Correlación entre el clima organizacional y desempeño en los trabajadores del Restaurant Sabor Cajabambino 2017*. Cajamarca: Universidad San Pedro.

Franco, Y. (1 de Junio de 2011). *Metodología de la investigacion* . Obtenido de

Metodologíaeinvestigacion.blogspot: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/>

GESTION. (2018). ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE TRABAJAR EN EQUIPO? *GESTION.PE*, 1.

Guarniz Poquioma, K., & Palomino Samamé, K. (2019). *EL ENDOMARKETING COMO ESTRATEGIA PARA FORTALECER EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA MUNICIPALIDAD DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ - CHICLAYO 2019*. CHICLAYO.

Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173.

Guevara Zoria, A. (2017). *El diseño de los instrumentos organizativos y su relación con el desempeño del personal del restaurante turístico el mesón del marqués de Cajamarca*

2015. Obtenido de Renati.Sunedu.gob.pe:

<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/140489/browse?type=author&order=DESC&rpp=55&value=Guevara+Zoria%2C+Ana+Raquel>

Gutierrez Ccasani, I. (2021). *ENDOMARKETING EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO POLLERÍAS: CASO POLLERÍA D`ROCKY, DISTRITO AYACUCHO, 2021. AYACUCHO.*

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill .

Honores Alvarado , D., & Noriega Álvarez, S. (2019). “*ESTRATEGIA DE ENDOMARKETING PARA MEJORAR LAS VENTAS DEL RESTAURANTE MAR PICANTE S.R.L., TRUJILLO – AÑO 2018*”. Trujillo: Universidad Privada del Norte.

Honores Alvarado, D., & Noriega Alvarez, S. (2019). “*Estrategia de endomarketing para mejorar las ventas del restaurante Mar Picante S.R.L, Trujillo- Año 2018*”. Trujillo:  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21605/Honores%20Alvarado%20Diana%20Lorena%20-%20Noriega%20%20C3%81lvarez%20Stephanie%20Milagros.pdf?sequence=3>.

Honores Alvarado, D., & Noriega Álvarez, S. (2019). *ESTRATEGIA DE ENDOMARKETING PARA MEJORAR LAS VENTAS DEL RESTAURANTE MAR PICANTE S.R.L., TRUJILLO – AÑO 2018*”. Trujillo.

- López Fernández , R., Avello Martinez, R., Palmero Urquiza, D., Sánchez Galvez, S., & Quintana Alvarez, M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas. *Scielo*, 1.
- López, R. (2012). Estrategia de fidelización y retención de personal: adquisición y gestión del talento. *Equiposy talento.com*, 1.
- Marín-Pérez, B. (2019). Convertir a los colaboradores en embajadores de la marca: plan de comunicación interna para la televisión autonómica valenciana À punt. *Profesional de la información*, 1-11.
- Martinez, C. (Febrero de 2015). *Diseños de Investigación*. Obtenido de Slideshare:  
<https://es.slideshare.net/uabcpsique/diseos-no-experimentales-transversales-transversales-descriptivos-y-exploratorios>
- Mino Perez, E. (2016). "Correlacion entre el clima organizacional y el desempeño de los trabajadores del restaurante de parrillas Marakos 490 del departamento de Lambayeque". Chiclayo.
- MONSEFU PEÑA, T. (2019). *EL ENDOMARKETING Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA FUSIÓN MEDITERRANEA, VILLA EL SALVADOR - 2019* . LIMA.
- Moreno Montoya, D. (2017). *DISEÑO DE UNA HERRAMIENTA DE ENDOMARKETING PARA EMPRESAS*. Medellin: UNIVERSIDAD EAFIT.

Moza Castañeda, S. (2020). “*RELACIÓN ENTRE EL ENDOMARKETING Y EL DESEMPEÑO LABORAL DE LA EMPRESA AVÍCOLA MODESTO FLORIAN LESCOANO DE CHICAMA, TRUJILLO 2020*”. Trujillo: Universidad Privada del Norte.

Naranjo Pereira, M. (2009). *MOTIVACIÓN: PERSPECTIVAS TEÓRICAS Y ALGUNAS CONSIDERACIONES DE SU IMPORTANCIA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO*. Costa Rica: Sistema de Información Científica.

Paz Vilchez, J., Huamán Moreto, S., & Tarrillo Paredes, J. (2020). Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral en colaboradores de una asociación educativa. *Apuntes universitarios*, 108-125.

Peña, M., & Marin, G. (2019). *¿ES EL ENDOMARKETING UNA HERRAMIENTA DE VALOR EN LA COOPERACIÓN ENTRE ÁREAS INTERNAS DE UNA ORGANIZACIÓN?* Bogotá.

PostgradoUTP. (12 de Abril de 2020). *Endomarketing: ¿Qué es y por qué es importante en el mercado actual?* Obtenido de PostgradoUTP.edu.pe:  
<https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/endomarketing-que-es-y-por-que-es-importante-en-el-mercado-actual/>

Puig Hernández, C. (2020). La responsabilidad social en el derecho del trabajo. *Scielo*.

Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2011). *Endomárketing: estrategias de relación con el cliente interno*. Lima : ESAN Ediciones.

Rodriguez del Castillo , C. (2015). *Manual. Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. Madrid: Editorial CEP.

Rojas Zelaya , K. (2018). “*El desempeño laboral y su influencia en la gestión administrativa de la subprefectura distrital de Independencia, Lima 2018*”. Lima: Universidad Cesar Vallejo.

Rojas Zelaya , K. (2018). *El desempeño laboral y su influencia en la gestión administrativa de la Subprefectura Distrital de Independencia, Lima 2018*. Lima: Universidad César Vallejo.

Serrate Alfonso, A., Portuondo Vélez, A., Sánchez Puirbert, N., & Suarez Ojeda, R. (2014). Evaluación de la cultura organizacional y su incidencia en la efectividad grupal . *Ingenieria Industrial, 2*.

Tamayo y Tamayo , M. (2006). *Técnicas de Investigación. (2ª Edición)*. México: Editorial Mc Graw Hill.

Velazco Duarte, A., & Dávila Sarmiento , A. (Enero de 2013). *LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO A TRAVÉS DEL ENDOMARKETING*. Obtenido de repository.universidadean.edu.co:  
[https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/3831/DavilaAna2013.pdf](https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/3831/DavilaAna2013.pdf?f?sequence=1)  
f?sequence=1

Villa Gil, L., & Gómez Ospina, D. (2018). Endomarketing: una herramienta de integración del cliente interno con la estrategia organizacional. *Hojas y Hablas, 15*. 1443-156.

“Endomarketing y Desempeño laboral de los  
colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad  
de Cajamarca en el año 2023”

Vixonic. (11 de Marzo de 2022). *Endomarketing la mejor estrategia para fidelizar*

*colaboradores*. Obtenido de Vixonic: <https://www.vixonic.com/endomarketing-la-mejor-estrategia-empresarial-para-fidelizar-colaboradores/>

Zuñiga Mendoza, C. (2020). *EL ENDOMARKETING PARA LA MOTIVACIÓN LABORAL DEL CLIENTE INTERNO DEL RESTAURANTE KENTUCKY FRIED CHICKEN DE LA CIUDAD DE CHICLAYO*. Chiclayo : UNIVERSIDAD DE LAMBAYEQUE.

## ANEXOS

### ANEXO N° 1. Matriz de consistencia

Titulo	Problema de investigación	Objetivo general	Hipotesis	Operacionalización de variables			Metodología	Instrumento	Población y Muestra
				Variables	Dimensiones	Indicadores			
“Endomarketing y desempeño laboral de los colaboradores en e restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023”	¿Cuál es la relación entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2022?	Determinar la relación entre el Endomarketing y el Desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2022.	<p><b>H1:</b> Existe una relación positiva entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2022.</p> <p><b>H0:</b> No existe una relación positiva entre el Endomarketing y el desempeño laboral de los colaboradores en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2022.</p>	V. Independiente Endomarketing	Cultura oraganizacional	Comunicación asertiva	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Básica</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p>	Cuestionario	<p><b>Población:</b> 30 colaboradores del restaurante "El Asador"</p> <p><b>Muestra:</b> 30 colaboradores del restaurante "El Asador"</p>
						Comunicación interna			
						Conocimiento de la empresa			
						Línea de carrera			
						Capacitaciones			
						Integración laboral			
		<p align="center"><b>Hipotesis Específicas</b></p> <p><b>H1E:</b> Existe relación positiva entre el Endomarketing y el trabajo en equipo de los colaboradores en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.</p> <p><b>H2E:</b> Existe relación positiva entre el Endomarketing y la responsabilidad laboral de los colaboradores en el restaurante El</p>	V. Dependiente Desempeño laboral	Trabajo en equipo	Flexibilidad				
					Remuneración				
					Bienestar laboral				
					Renuncias				
					Adaptación				
					Compromiso				
Conflictos interpersonales									
Organización laboral									
Eficiencia laboral									

		Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.	Responsabilidad laboral	Horario laboral		
		<p><b>H3E:</b> Existe relación positiva entre el Endomarketing y la motivacion en el restaurante El Asador en la ciudad de Cajamarca en el año 2023.</p>	Motivacion	Motivación intrínseca		
				Superación profesional		

## ANEXO N° 2. Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Endomarketing	Según Villa y Gómez (2018), está orientado a generar motivación en los trabajadores con la finalidad de que la empresa logre trabajar entorno al bienestar laboral, con el fin de brindar al cliente interno las condiciones adecuadas para maximizar su productividad y así cumplir los objetivos organizacionales.	La variable Endomarketing se midió a través de un cuestionario, para posteriormente se analizarán los datos con el fin de medir su confiabilidad	Cultura organizacional	Comunicación asertiva	Ordinal
				Comunicación interna	
				Conocimiento de la empresa	
			Desarrollo del colaborador	Línea de carrera	
				Capacitaciones	
				Integración con la empresa	
			Fidelización y retención de colaborador	Flexibilidad	
				Remuneración	
				Bienestar laboral	
				Renuncias	

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Desempeño Laboral	Rojas (2018) menciona que es la forma como cada trabajador lleva a cabo sus tareas o labores, teniendo como fuente a la motivación que es la que permite desarrollar la realidad y el éxito de la organización más aún cuando el recurso humano se encuentra como factor determinante en un excelente desempeño.	La variable Desempeño laboral se midió a través de un cuestionario, para posteriormente se analizarán los datos con el fin de medir su confiabilidad	Trabajo en equipo	Adaptación	Ordinal
				Compromiso	
				Conflictos interpersonales	
				Organización laboral	
			Responsabilidad laboral	Eficiencia laboral	
				Horario laboral	
			Motivación	Motivación intrínseca	
Superacion profesional					

### **ANEXO N° 3. Cuestionario de variables**

#### **CUESTIONARIO**

Mediante el presente cuestionario se está realizando un estudio con el objetivo de identificar la relación entre el clima organizacional y el desempeño laboral de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023. Le solicitamos responder de forma voluntaria y con sinceridad al siguiente cuestionario, la información obtenida será utilizada para fines exclusivamente académicos. Marque ( X ) la casilla que corresponde.

Sexo:

Masculino ( )

Femenino ( )

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
ENDOMARKETING	Cultura organizacional	Comunicación asertiva	1.¿Considera que existe una comunicación asertiva entre jefes y colaboradores?					
		Comunicación interna	2.¿Cree que la empresa promueve la comunicación interna adecuadamente?					
		Conocimiento de la empresa	3.¿Con que frecuencia se habla sobre la misión, visión y valores de la empresa?					
	Desarrollo del colaborador	Línea de carrera	4.¿Considera que existe oportunidad de ascenso?					
		Capacitaciones	5.¿Con que frecuencia asiste a las capacitaciones que brinda la empresa ?					
		Integración laboral	6.¿Usted participa de las actividades integradoras en la empresa?					
	Fidelización y retención del colaborador	Flexibilidad	7.¿Siente que la empresa le brinda su apoyo en temas personales?					
		Remuneración	8.¿Cree que su remuneración va acorde con las actividades realizadas por usted?					
		Bienestar laboral	9.¿Las necesidades en su puesto de trabajo son atendidas a la brevedad?					
		Renuncias	10.¿Opina usted que ha tenido algún motivo trascendental por el cual haya pensado en renunciar?					
DESEMPEÑO LABORAL	Trabajo en equipo	Adaptación	11.¿Le agrada realizar actividades laborales en grupo?					
		Compromiso	12.¿Se siente comprometido con el éxito de la empresa?					
		Conflictos interpersonales	13.¿Considera que los problemas laborales se resuelven con eficacia?					
		Organización laboral	14.¿Considera que el trabajo se realiza en función a planes o coordinación previamente establecida?					
	Responsabilidad laboral	Eficiencia laboral	15.¿Realiza sus tareas designadas en el tiempo establecido?					
			16.¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?					
		Horario laboral	17.¿Cumple con el horario y registra puntualidad?					
	Motivación	Motivación intrínseca	18.¿Existen reconocimientos públicos a los colaboradores por el labor que desempeñan?					
			19.¿Considera que los objetivos de trabajo son retos para usted?					
		Superación profesional	20.¿Su trabajo le permite desarrollarse y lograr sus metas?					

## ANEXO N° 4. Validacion juicio de expertos

Experto 1: Mg. David Boñón Díaz

### FORMATO DE VALIDEZ BASADO EN EL CONTENIDO: CUESTIONARIO DE ENDOMARKETING

Estimado(a) experto(a)

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir el Endomarketing. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 3 criterios: Relevancia, Coherencia y Claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

#### I. Datos Generales

Nombres y Apellidos:	DAVID BOÑÓN DÍAZ			
Sexo:	Varón	Mujer		
Años de experiencia profesional (desde la obtención del título)	10 años			
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor	Clinica
Área de formación académica	Educativa	Social	Organizacional	Otro:
Áreas de experiencia profesional	Docencia Universitaria			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más	

#### II. Breve explicación del constructo

Según Villa y Gómez (2018), el endomarketing está orientado a generar motivación en los trabajadores con la finalidad de que la empresa logre trabajar entorno al bienestar laboral, con el fin de brindar al cliente interno las condiciones adecuadas para maximizar su productividad y así cumplir los objetivos organizacionales.

#### III. Criterios de calificación

a) Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el Endomarketing se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar el endomarketing” (puntaje 0), “Poco relevante para evaluar el endomarketing” (puntaje 1), “Relevante para evaluar el endomarketing” (puntaje 2) y

ITEMS		RELEVANCIA			COHERENCIA			CLARIDAD			SUGERENCIA			
<b>Cultura Organizacional</b>														
1	¿Considera que existe una comunicación horizontal entre jefes y colaboradores?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	Dependiendo del público al cual se dirige podríamos cambiar el término horizontal
2	¿Cree que la empresa promueve la comunicación interna adecuadamente?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	¿Con que frecuencia se habla sobre la misión, visión y valores de la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Desarrollo del colaborador</b>														
4	¿Considera que existe oportunidad de ascenso?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
5	¿Con que frecuencia asiste a las capacitaciones que brinda la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
6	¿Usted participa de las actividades integradoras en la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	Integradoras, ¿se refiere a las sociales?
<b>Fidelización y retención de colaboradores</b>														
7	¿Siente que la empresa le brinda su apoyo en temas personales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
8	¿Cree que su remuneración va acorde con las actividades realizadas por usted?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
9	¿Las necesidades en su puesto de trabajo son atendidas a la brevedad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
10	¿Opina usted que ha tenido algún motivo trascendental por el cual haya pensado en renunciar?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

0	1	2	3
Nada claro	Poco claro	Claro	Totalmente claro



FIRMA DEL EXPERTO  
DNI: 43226538

Pág.

61

**FORMATO DE VALIDEZ BASADO EN EL CONTENIDO: CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO LABORAL**

Estimado(a) experto(a)

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir el Desempeño laboral. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 3 criterios: Relevancia, Coherencia y Claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**IV. Datos Generales**

Nombres y Apellidos:	DAVID BOÑÓN DÍAZ			
Sexo:	Varón	Mujer		
Años de experiencia profesional (desde la obtención del título)	10 años			
Grado académico:	Bachiller	Magíster	Doctor	Clínica
Área de formación académica	Educativa	Social	Organizacional	Otro:
Áreas de experiencia profesional	Docencia Universitaria			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más	

**V. Breve explicación del constructo**

Se conoce como desempeño laboral la demostración aptitudinal del trabajador durante la ejecución de su tarea. Esta evaluación es individual basada en el esfuerzo personal. Acosta (2018)

**VI. Criterios de calificación**

a) Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el Desempeño laboral se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 0), “Poco relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 1), “Relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 2) y “Completamente relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 3).

Nada relevante      Poco relevante      Relevante      Totalmente relevante

ITEMS	RELEVANCIA	COHERENCIA	CLARIDAD	SUGERENCIA									
<b>Trabajo en equipo</b>													
1 ¿Le agrada realizar actividades laborales en grupo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	También se podría incluir la temporalidad de las actividades en equipo que se desarrollan
2 ¿Se siente comprometido con el éxito de la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3 ¿Considera que los problemas laborales se resuelven con eficacia?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4 ¿Considera que el trabajo se realiza en función a planes o coordinación previamente establecida?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Responsabilidad laboral</b>													
5 ¿Realiza sus tareas designadas en el tiempo establecido?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
6 ¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	De acuerdo con las palabras "efectivamente y calmada" pueden ser dos preguntas
7 ¿Cumple con el horario y registra puntualidad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Motivación</b>													
8 ¿Existen reconocimientos públicos a los colaboradores por el labor que desempeñan?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
9 ¿Considera que los objetivos de trabajo son retadores para usted?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
10 ¿Su trabajo le permite desarrollarse y lograr sus metas?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

0	1	2	3
Nada claro	Poco claro	Claro	Totalmente claro



FIRMA DEL EXPERTO  
DNI: 43226538

Experto 2: Dr. Alex Miguel Hernández Torres

**FORMATO DE VALIDEZ BASADO EN EL CONTENIDO: CUESTIONARIO DE ENDOMARKETING**

Estimado(a) experto(a)  
Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir el Endomarketing. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 3 criterios: Relevancia, Coherencia y Claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**I. Datos Generales**

Nombres y Apellidos:		HERNANDEZ TORRES ALEX MIGUEL		
Sexo:	Varón	Mujer		
Años de experiencia profesional (desde la obtención del título)	15 años			
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor	Clinica
Área de formación académica	Educativa	Social	Organizacional	Otro:
Áreas de experiencia profesional	Docencia universitaria y administrativa			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más	

**II. Breve explicación del constructo**

Según Villa y Gómez (2018), el endomarketing está orientado a generar motivación en los trabajadores con la finalidad de que la empresa logre trabajar entorno al bienestar laboral, con el fin de brindar al cliente interno las condiciones adecuadas para maximizar su productividad y así cumplir los objetivos organizacionales.

**III. Criterios de calificación**

a) Relevancia

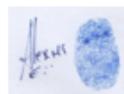
El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el Endomarketing se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar el endomarketing” (puntaje 0), “Poco relevante para evaluar el endomarketing” (puntaje 1), “Relevante para evaluar el endomarketing” (puntaje 2) y “Completamente relevante para evaluar el endomarketing” (puntaje 3).

Nada relevante      Poco relevante      Relevante      Totalmente relevante

ITEMS	RELEVANCIA			COHERENCIA			CLARIDAD			SUGERENCIA
	0	1	2	0	1	2	0	1	2	
<b>Cultura Organizacional</b>										
1	¿Considera que existe una comunicación horizontal entre jefes y colaboradores?									
2	¿Cree que la empresa promueve la comunicación interna adecuadamente ?									
3	¿Con que frecuencia se habla sobre la misión, visión y valores de la empresa?									
<b>Desarrollo del colaborador</b>										
4	¿Considera que existe oportunidad de ascenso?									
5	¿Con que frecuencia asiste a las capacitaciones que brinda la empresa ?									
6	¿Usted participa de las actividades integradoras en la empresa?									
<b>Fidelización y retención de colaboradores</b>										
7	¿Siente que la empresa le brinda su apoyo en temas personales?									
8	¿Cree que su remuneración va acorde con las actividades realizadas por usted?									
9	¿Las necesidades en su puesto de trabajo son atendidas a la brevedad?									
10	¿Opina usted que ha tenido algún motivo trascendental por el cual haya pensado en renunciar?									

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

0	1	2	3
Nada claro	Poco claro	Claro	Totalmente claro



FIRMA DEL EXPERTO  
Dr. Alex Miguel Hernández Torres  
DNI: 26697122

**FORMATO DE VALIDEZ BASADO EN EL CONTENIDO: CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO LABORAL**

Estimado(a) experto(a)  
 Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir el Desempeño laboral. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 3 criterios: Relevancia, Coherencia y Claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**IV. Datos Generales**

Nombres y Apellidos:		HERNANDEZ TORRES ALEX MIGUEL		
Sexo:	Varón	Mujer		
Años de experiencia profesional (desde la obtención del título)	15 años			
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor	Clinica
Área de formación académica	Educativa	Social	Organizacional	Otro:
Áreas de experiencia profesional	Docencia universitaria y administrativa			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más	

**V. Breve explicación del constructo**

Se conoce como desempeño laboral la demostración aptitudinal del trabajador durante la ejecución de su tarea. Esta evaluación es individual basada en el esfuerzo personal. Acosta (2018)

**VI. Criterios de calificación**

a) Relevancia

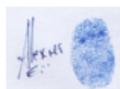
El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el Desempeño laboral se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem "Nada relevante para evaluar el desempeño laboral" (puntaje 0), "Poco relevante para evaluar el desempeño laboral" (puntaje 1), "Relevante para evaluar el desempeño laboral" (puntaje 2) y "Completamente relevante para evaluar el desempeño laboral" (puntaje 3).

Nada relevante 0      Poco relevante 1      Relevante 2      Totalmente relevante 3

ITEMS	RELEVANCIA			COHERENCIA			CLARIDAD			SUGERENCIA		
	0	1	2	3	0	1	2	3	0		1	2
<b>Trabajo en equipo</b>												
1 ¿Le agrada realizar actividades laborales en grupo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
2 ¿Se siente comprometido con el éxito de la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
3 ¿Considera que los problemas laborales se resuelven con eficacia?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
4 ¿Considera que el trabajo se realiza en función a planes o coordinación previamente establecida?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>Responsabilidad laboral</b>												
5 ¿Realiza sus tareas designadas en el tiempo establecido?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
6 ¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
7 ¿Cumple con el horario y registra puntualidad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
<b>Motivación</b>												
8 ¿Existen reconocimientos públicos a los colaboradores por el labor que desempeñan?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
9 ¿Considera que los objetivos de trabajo son retadores para usted?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
10 ¿Su trabajo le permite desarrollarse y lograr sus metas?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

0	1	2	3
Nada claro	Poco claro	Claro	Totalmente claro



FIRMA DEL EXPERTO  
 DNI:26697122

Experto 3: Mg. Fiorella Marilú Tacilla Becerra

**FORMATO DE VALIDEZ BASADO EN EL CONTENIDO: CUESTIONARIO DE ENDOMARKETING**

Estimado(a) experto(a)

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir el Endomarketing. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 3 criterios: Relevancia, Coherencia y Claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**I. Datos Generales**

Nombres y Apellidos:	FIORELLA MARILU TACILLA BECERRA			
Sexo:	Varón	Mujer		
Años de experiencia profesional (desde la obtención del título)	10			
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor	Clínica
Área de formación académica	Educativa	Social	Organizacional	Otro:
Áreas de experiencia profesional	Gestión empresarial, administración y finanzas.			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más	

**II. Breve explicación del constructo**

Según Villa y Gómez (2018), el endomarketing está orientado a generar motivación en los trabajadores con la finalidad de que la empresa logre trabajar entorno al bienestar laboral, con el fin de brindar al cliente interno las condiciones adecuadas para maximizar su productividad y así cumplir los objetivos organizacionales.

**III. Criterios de calificación**

a) Relevancia

ITEMS		RELEVANCIA			COHERENCIA			CLARIDAD			SUGERENCIA			
<b>Cultura Organizacional</b>														
1	¿Considera que existe una comunicación horizontal entre jefes y colaboradores?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	Especificar cuáles son los criterios que se toman en cuenta para precisar que la comunicación interna es adecuada
2	¿Cree que la empresa promueve la comunicación interna adecuadamente ?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	¿Con que frecuencia se habla sobre la misión, visión y valores de la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Desarrollo del colaborador</b>														
4	¿Considera que existe oportunidad de ascenso?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
5	¿Con que frecuencia asiste a las capacitaciones que brinda la empresa ?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
6	¿Usted participa de las actividades integradoras en la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Fidelización y retención de colaboradores</b>														
7	¿Siente que la empresa le brinda su apoyo en temas personales?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
8	¿Cree que su remuneración va acorde con las actividades realizadas por usted?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
9	¿Las necesidades en su puesto de trabajo son atendidas a la brevedad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
10	¿Opina usted que ha tenido algún motivo trascendental por el cual haya pensado en renunciar?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

0	1	2	3
Nada claro	Poco claro	Claro	Totalmente claro

  
 FIRMA DEL EXPERTO  
 DNI:

**FORMATO DE VALIDEZ BASADO EN EL CONTENIDO: CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO LABORAL**

Estimado(a) experto(a)  
 Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir el Desempeño laboral. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 3 criterios: Relevancia, Coherencia y Claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**IV. Datos Generales**

Nombres y Apellidos:		Fiorella Marilu Tacilla Becerra		
Sexo:	Varón	Mujer		
Años de experiencia profesional (desde la obtención del título)	10			
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor	Clinica
Área de formación académica	Educativa	Social	Organizacional	Otro:
Áreas de experiencia profesional	Gestión empresarial, administración y finanzas.			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a más	

**V. Breve explicación del constructo**

Se conoce como desempeño laboral la demostración aptitudinal del trabajador durante la ejecución de su tarea. Esta evaluación es individual basada en el esfuerzo personal. Acosta (2018)

**VI. Criterios de calificación**

a) Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el Desempeño laboral se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 0), “Poco relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 1), “Relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 2) y “Completamente relevante para evaluar el desempeño laboral” (puntaje 3).

Nada relevante 0      Poco relevante 1      Relevante 2      Totalmente relevante 3

ITEMS	RELEVANCIA			COHERENCIA			CLARIDAD			SUGERENCIA				
<b>Trabajo en equipo</b>														
1	¿Le agrada realizar actividades laborales en grupo?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	¿Se siente comprometido con el éxito de la empresa?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	¿Considera que los problemas laborales se resuelven con eficacia?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
4	¿Considera que el trabajo se realiza en función a planes o coordinación previamente establecida?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Responsabilidad laboral</b>														
5	¿Realiza sus tareas designadas en el tiempo establecido?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
6	¿Reacciona efectivamente y de forma calmada frente a dificultades o situaciones conflictivas?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
7	¿Cumple con el horario y registra puntualidad?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
<b>Motivación</b>														
8	¿Existen reconocimientos públicos a los colaboradores por el labor que desempeñan?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
9	¿Considera que los objetivos de trabajo son retadores para usted?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
10	¿Su trabajo le permite desarrollarse y lograr sus metas?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

0	1	2	3
Nada claro	Poco claro	Claro	Totalmente claro



FIRMA DEL EXPERTO  
 DNI:46459490

## ANEXO N° 5. Confiabilidad de los instrumentos

### Fiabilidad del instrumento 1

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.711	.769	10

Nota: Base de datos de IBM SPSS

En la tabla se muestra que el instrumento de confiabilidad para la variable Endomarketing tiene una consistencia interna con un alfa de Cronbach de 0.711, por lo que es apto para su aplicación.

### Fiabilidad del instrumento 2

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.826	.811	10

Nota: Base de datos de IBM SPSS

En la tabla se muestra que el instrumento de confiabilidad para la variable Desempeño laboral tiene una consistencia interna con un alfa de Cronbach de 0.826, por lo que es apto para su aplicación.

## Fiabilidad global

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.870	.880	20

Nota: Base de datos de IBM SPSS

En la tabla se muestra que al evaluar ambos instrumentos, se obtuvo una consistencia interna, con un alfa de Cronbach de 0,870.

## ANEXO N° 6. Evidencia de la aplicación de los instrumentos

### “Endomarketing y Desempeño laboral de los colaboradores del restaurante El Asador de la ciudad de Cajamarca en el año 2023”

La siguiente encuesta consta de dos cuestionarios los cuales identifican las variables de "Endomarketing" y "Desempeño Laboral", la información recaudada será únicamente de uso académico y confidencial.

[gabsaliaga28@gmail.com](#) [Cambiar cuenta](#) Se guardó el borrador

 No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Sexo: \*

Masculino

Femenino

ENDOMARKETING  
DIMENSION 1 " CULTURA ORGANIZACIONAL "

1. ¿Considera que existe una comunicación asertiva entre jefes y colaboradores?