



ENDOMARKETING COMO ESTRATEGIA DE EMPODERAMIENTO DE  
TALENTO HUMANO PARA EL ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO “CAMPESTRE  
SEMILLITAS DEL FUTURO” EN VILLA DEL ROSARIO (NORTE DE SANTANDER).

LEIDY STEPHANI JAIMES BLANCO

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa **Elija un elemento.**

abril de 2024

ENDOMARKETING COMO ESTRATEGIA DE EMPODERAMIENTO DE  
TALENTO HUMANO PARA EL ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO “CAMPESTRE  
SEMILLITAS DEL FUTURO” EN VILLA DEL ROSARIO (NORTE DE SANTANDER).

LEIDY STEPHANI JAIMES BLANCO

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de **Elija un elemento**.

Director(a)

LUDY AMIRA FLOREZ MONTAÑEZ

Título académico

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Norte de Santander)

Programa **Elija un elemento**.

abril de 2024

### **Dedicatoria**

A mi amada y valiente madre... Esta tesis es el resultado de tu amor, tu apoyo en los momentos buenos y no tan buenos, tu sacrificio en este mi camino educativo son lo que más valoro, tú quien admiro porque eres mi ejemplo, inculcándome la importancia del trabajo duro para avanzar y crecer profesionalmente. Cada día que trabajamos incansablemente y me brindabas la orientación y acompañamiento en este proyecto son tesoros que valoro profundamente y éste es el resultado de todo nuestro esfuerzo; mi éxito académico es un reflejo de tu inquebrantable dedicación....

A mis amados hijos Valeria y Juan Esteban: Ustedes son mi fuerza para seguir adelante, su apoyo y comprensión en los momentos que mamá por crecer profesionalmente estuvo ausente fueron de gran ayuda, lo cual nos fortaleció; pues mis logros son los de ustedes ya que soy el ejemplo en el camino de sus vidas mis pequeños.

## **Agradecimientos**

Primeramente, a ti mi buen Dios, mi roca eterna, gracias por guiarme en cada paso de este viaje académico y darme la fuerza para perseverar cada momento de angustia, cuando creía no poder, su luz fue guía y fortaleza.

A mi Docente de tesis Ludy Flórez Montañez por impulsarme a asumir este reto, Su orientación y apoyo han sido invaluable ya que logré superar mis miedos.

## Contenido

Lista de tablas .....	7
Lista de figuras .....	8
Lista de Ilustraciones.....	9
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción .....	13
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>14</b>
1 El Problema.....	14
1.1 Título.....	14
1.1.1 Planteamiento del problema.....	14
Justificación .....	15
<i>1.1.2 Interrogantes de investigación</i> .....	<i>16</i>
Objetivo General.....	17
Objetivos Específicos.....	17
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>18</b>
2 Marco Referencial.....	18
2.1 Antecedentes del problema .....	18
2.1.1 Marco referencial .....	18
2.1.2 Aspectos Teóricos .....	21
2.1.3 Conceptual .....	21
2.1.4 Normativo .....	22
2.4.1 Normas de Educación .....	22
2.4.2 Normas de Contratación Estatal.....	25
2.4.3 Normas de Seguridad y Salud en el Trabajo.....	25
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>27</b>
3 Marco Metodológico.....	27
3.1 Naturaleza de la Investigación .....	27
3.1.1 Tipo de estudio y enfoque.....	30
3.1.2 Población de referencia.....	31

3.1.3	Técnicas de recolección de la información .....	32
3.1.4	Técnicas de análisis y procesamiento de datos .....	32
CAPÍTULO IV .....		35
4	Procesamiento de la Información.....	35
4.1	Resultados .....	35
4.1.1	<i>Análisis de los datos</i> .....	38
Recomendaciones .....		57
Referencias.....		58

**Lista de tablas**

Tabla 1 <i>Dimensiones del paradigma positivista</i> .....	29
Tabla 2 <i>Matriz de Operacionalización de Variables</i> .....	33
Tabla 3. <i>Diseño de Organización</i> .....	35
Tabla 4. <i>Política de Provisión del Talento Humano</i> .....	54
Tabla 5. <i>Política de Aplicación del Talento Humano</i> .....	55
Tabla 6. <i>Política de Mantenimiento del Talento Humano</i> .....	55
Tabla 7. <i>Política de Desarrollo del Talento Humano</i> .....	55
Tabla 8. <i>Política de Control del Talento Humano</i> .....	56

**Lista de figuras**

Figura 1. <i>Edad</i> .....	38
Figura 2. <i>Estado Civil</i> .....	39
Figura 3. <i>Sexo</i> .....	40
Figura 4. <i>Conformación Núcleo Familiar</i> .....	40
Figura 5. <i>Nivel de Escolaridad</i> .....	41
Figura 6. <i>Tenencia de Vivienda</i> .....	41
Figura 7. <i>Antigüedad de la Institución</i> .....	42
Figura 8. <i>Promedio Ingresos SMMLV</i> .....	43

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 .....	43
Ilustración 2.....	44
Ilustración 3.....	44
Ilustración 4.....	45
Ilustración 5.....	45
Ilustración 6.....	46
Ilustración 7.....	46
Ilustración 8.....	47
Ilustración 9.....	47
Ilustración 10.....	48
Ilustración 11.....	48
Ilustración 12.....	49
Ilustración 13.....	49
Ilustración 14.....	50
Ilustración 15.....	50
Ilustración 16.....	51
Ilustración 17.....	51
Ilustración 18.....	52
Ilustración 19.....	52
Ilustración 20.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 21.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

Ilustración 22.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 23.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 24.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 25.....	53
Ilustración 26.....	¡Error! Marcador no definido.

## **Resumen**

Elaboración de una estrategia de empoderamiento en talento humano mediante la observación, interacción y la aplicación de una encuesta con el personal que labora en el establecimiento educativo “Campestre Semillitas Del Futuro”, se detectó falta de un programa en talento humano que permitiera irradiar una imagen positiva en cuanto a competitividad, estabilidad emocional, laboral y de motivación por parte de los directivos. Teniendo en cuenta esas falencias se organizó el endomarketing siendo socializado y aplicándose en la medida posible las etapas del proceso.

*Palabras clave:* endomarketing; talento humano; motivación; competitividad; colaboradores.

## **Abstract**

Development of an empowerment strategy in human talent through observation, interaction and the application of a survey with the personnel who work in the educational establishment “Campestre Semillitas Del Futuro”, a lack of a human talent program that would allow an image to radiate was detected. positive in terms of competitiveness, emotional stability, work stability and motivation on the part of managers. Taking these shortcomings into account, endomarketing was organized, being socialized and the stages of the process being applied to the extent possible.

*Keywords:* endomarketing; human talent; motivation; competitiveness; collaborators

## Introducción

Con el presente trabajo El presente trabajo se pretende Diseñar el proceso en talento humano como estrategia de endomarketing”, debido a la necesidad inminente de conformar el plan estratégico que permita una mejor disposición, desarrollo del sentido de pertenencia y mejora en el ambiente laboral en la Institución.

En su sentir se destaca el contexto de la Institución y la problemática que dio origen a la iniciativa. Durante el desarrollo del trabajo se tuvo en cuenta referentes teóricos destacando el proceso de talento humano, propuesto por Idalberto Chiavenato en el que facilita el sistema de organización de una empresa. También se estudia los antecedentes tanto y de la Institución como el endomarketing y su importancia a través del tiempo; como parte importante también se rige por unas bases legales para evitar incurrir en errores o faltas al momento de aplicar la estrategia tales como Normas de educación, de contratación estatal, norma de salud y seguridad en el trabajo.

Se realizó un análisis académico, laboral, y social por medio de observaciones y encuesta. Finalmente se realizó el plan y se socializó con los directivos de la Institución en donde se llegaron a algunas conclusiones y compromisos para su aplicación.

## CAPÍTULO I

### 1 El Problema

#### 1.1 Título

Diseño del proceso de talento humano como estrategia de endomarketing para el Establecimiento Educativo “Campestre Semillitas del Futuro” en Villa del rosario (Norte de Santander).

##### *1.1.1 Planteamiento del problema*

El factor más importante son sus colaboradores, por lo que hoy en día se busca que haya más conexión con el cliente interno con el fin de poder llevar a cabo un análisis dentro de la organización. (indeed, 2023)

Alrededor del 85% de los trabajadores a nivel mundial tienen una vista negativa con relación al trabajo, por otro lado, en una encuesta realizada entre altos ejecutivos de Asia, Norteamérica, Sudamérica - Centroamérica y Europa solo el 24% afirman que los empleados se encuentran muy comprometidos; esto se debe a la falta de motivación y al tipo de cultura de la organización, entre algunas de las causas. (Torres M. , 2020)

En esta sociedad de consumo hay diferentes cambios innovadores según las áreas. Es indispensable invertir en conocimiento como una necesidad que cubre toda la vida; para desarrollar estrategias como la autonomía en los maestros, reformas en la educación, actividades de crecimiento con el fin de que haya una motivación para cumplir con este desafío. (Blasco, 2017)

La educación en Colombia se ha visto afectada, debido a la baja inversión de recursos por parte del Gobierno Nacional, a pesar de que según el artículo 44 declara los derechos fundamentales de los niños.

Prosperidad y organización se puede obtener con el Endomarketing o marketing interno, al responder a las necesidades de los colaboradores para que estos se sientan comprometidos

activamente, ya que habrá más eficacia y eficiencia para llevar a cabo las tareas, así como también la rapidez al tomar decisiones y poder satisfacer de forma indirecta las necesidades de los clientes externos. (Baruffati, 2023)

Según los datos estadísticos, en Norte de Santander, se encuentran 2.138 establecimientos educativos permitiendo recibir beneficios educativos; en el área metropolitana de Cúcuta que comprenden los municipios de Cúcuta, Los patios, Villa del Rosario y el Zulia se encuentran 62 establecimientos educativos que equivale al 2,9%; del cual el municipio de Villa del Rosario contiene el 11,2%.

Se valida que el Colegio Campestre Semillitas del Futuro no cuenta con una estructura organizacional formal, gestión documental, políticas de talento humano, estrategias de focalización del cliente interno; todo esto conlleva a la falta de sentido de pertenencia, comunicación asertiva, desmotivación, incrementos de quejas y reclamos y fallas en quienes allí laboran..

### **Justificación**

La especialización en Talento Humano nos permite adquirir habilidades en la aplicación de temáticas tendientes a generar recursos para orientar la organización y manejo de una empresa, lo que en este caso beneficiara tanto al grupo de valor y el grupo de interés de la institución educativa.

Siendo el Endomarketing una estrategia facilitadora del mejoramiento motivacional en el personal de la institución Educativa Colegio Campestre Semillitas del Futuro. Se hace necesario la aplicación de un método cualitativo que permita realizar un trabajo de campo enfocado a la recolección de datos y análisis de la información cuyos resultados conlleven a diseñar propuestas de organización que involucre al personal docente y administrativo, de tal manera que se logre una articulación con padres de familia, iglesia, comunidad y entidades gubernamentales proyectando la institución a su reconocimiento no solo a nivel institucional si no Municipal y Departamental.

Por esta razón las Instituciones educativas son organizaciones que permiten el desarrollo de sus colaboradores con la eficacia y eficiencia que estos tengan, donde el Endomarketing se considera muy favorable porque se orienta a maximizar esta labor y a que se aumente el compromiso de sus actores estratégicos dentro de la organización para lograr mantener ventajas competitivas. (Escobar, 2021)

En coherencia con lo anterior se debe gestionar procesos, herramientas habilidades que permita gestionar talento humano profesionales en diferentes áreas del conocimiento, profesionales, integrales, capacitados en la diferentes áreas de la institución, lo que garantice una prestación de servicio de calidad en relación a los estándares mínimos que permite precisar la calidad de los estudiantes, usar otros métodos que permitan evaluar las expectativas de la comunidad, en donde se organice la institución en cuanto a provisión, aplicación, mantenimiento desarrollo y control en todos sus componentes procesos de calidad de vida laboral, desarrollo, métodos de control al equipo de colaboradores del COLEGIO CAMPESTRE SEMILLITAS DEL FUTURO entre otros.

De acuerdo al Boletín Técnico del DANE, , respecto al año de 2020 se presentó la mayor baja en matrículas, por lo que se hace necesario volver a conquistar la confianza mediante la implementación de estrategias de endomarketing a la planta de personal, y comunidad en general con programas que ofrezcan calidad, confianza y bienestar.

### ***1.1.2 Interrogantes de investigación***

Se resalta la importancia del abordar esta temática desde lo académico con miras a generar un ejercicio de análisis donde se establece aportes a partir del siguiente interrogante:

¿Cuáles son las estrategias de Endomarketing que pueden fortalecer la productividad y competitividad en los servicios que ofrece el “Establecimiento Educativo Campestre Semillitas del Futuro” en el municipio de Villa del Rosario N. de S.?

### **Objetivo General**

Diseñar el proceso de talento humano como estrategia de endomarketing para el Establecimiento Educativo “Campestre Semillitas del Futuro” en Villa del rosario (Norte de Santander).

### **Objetivos Específicos**

Diagnosticar la situación actual de procesos de talento humano en el Establecimiento Educativo .

Determinar políticas del proceso de talento humano que empoderen al grupo de valor del Establecimiento Educativo Campestre Semillitas del Futuro” del municipio de Villa del rosario en Norte de Santander.

Diseñar estrategias de Endomarketing a partir del proceso de talento humano para fidelizar grupos de valor del Establecimiento Educativo Campestre Semillitas del Futuro” del municipio de Villa del rosario en Norte de Santander.

## CAPÍTULO II

### 2 Marco Referencial

#### 2.1 Antecedentes del problema

##### 2.1.1 Marco referencial

A través del tiempo se han implementado estrategias de endomarketing, las cuales han permitido mayor fidelización del cliente interno y aumento de la productividad; este término que surgió en el año 1976 cuando tres expertos en el área de rendimiento, lograron identificar “*la necesidad de que los colaboradores estuvieran satisfechos para obtener mejor resultados*”; no obstante, se ha logrado que hoy en día sea un pilar fundamental el colaborador. (Proun., 2022).

En diferentes países se han construido proyectos de investigación que permiten identificar las necesidades del cliente interno realizando endomarketing para alcanzar los objetivos; en México se han indagado diferentes estudios a cerca del endomarketing, en el artículo denominado “*EL ENDOMARKETING COMO ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA*” escrito por Guadarrama Sánchez, E. G. FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, para el año 2023, se entendía que la responsabilidad de la generación de ingresos correspondía solamente de los accionistas, pero va más allá porque además participa la calidad de vida de los colaboradores; este aporte determinó que la fidelidad de los clientes internos nace al satisfacer sus necesidades por lo que se puede observar la importancia aplicar el endomarketing. (Guadarrama Sánchez, 2023); en la Universidad Peruana Unión se hizo un estudio titulado “*ENDOMARKETING Y SU RELACIÓN CON EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES EN LOS COLEGIOS PRIVADOS DE LA PROVINCIA DE SAN MARTÍN, 2019*” de la Universidad Peruana Unión, realizada por Carbajal Amacifen, C. D. C., & Alvarado García, E. A. en el año 2019, se puede resumir a continuación que, a partir del modelo de Meyer y Allen relacionado con el clima y compromiso organizacional deben predominar en una organización, en el momento en que haya mayor endomarketing, así mismo será el de sus colaboradores. Desde luego, se toma como referencia porque permite ver que estos modelos de clima organizacional van de la mano con el endomarketing. (Carbajal Amacifen & Alvarado García, 2019); por otro lado, en la Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales, en el artículo “*ENDOMARKETING: UNA HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN EFECTIVA DEL CAPITAL HUMANO*” de la Universidad Científica del Sur, Lima, Perú,

elaborado por Salas-Canales, H. J. 17(1), 126-142. en el año 2021, señala que el endomarketing surgió desde el año de 1970 cuando se quiso adaptar a la gestión de recursos humanos con el fin de mejorar la producción y los compromisos en las empresas, este aporte permitió conocer otros conceptos de endomarketing usados anteriormente. (Salas Canales, 2021); de igual manera con el presente estudio denominado *“ENDOMARKETING: ESTRATEGIA PARA LA REDUCCIÓN DE LA ROTACIÓN DE PERSONAL MILLENNIAL EN ORGANIZACIONES MEXICANAS”*, escrito por los actores Araujo, A. T., Panduro, J. A. T., Pezo, M. H. V., & Chang, L. V. C. en la Revista de ciencias sociales en el año 2021, 27(4), 267-282, se enfocaron en relacionar el endomarketing con en la rotación millennial, ya que estos se consideran un segmento en el mercado de gran valor para las organizaciones; este aporte permite demostrar que al motivar a los colaboradores sin la generación a la que pertenezcan, van a dar buenos resultados, generando capacidades de innovaciones y decisiones importantes para el beneficio de las mismas. (Trujillo Araujo, Tuesta Panduro, Viena Pezo, & Coronado Chang, 2021); finalmente con el trabajo enunciado *“ACERCAMIENTO TEÓRICO AL ENDOMARKETING COMO HERRAMIENTA PARA LAS ORGANIZACIONES”*, elaborado por Chafloque Chapoñan, C. A., para el año 2020, se interesó por generar un acercamiento al modelo propuesto por Berry el cual se basa en entender al colaborador como al cliente, determinando la importancia de su labor mediante el proceso de endomarketing; como aporte se conocieron dos formas para la teoría planteada, que consiste en primer lugar es la orientación que se le da al colaborador para las funciones a realizar, y por otro lado que especificaciones técnicas se usan internamente; con el fin de mejorar las expectativas de los clientes. (Chafloque Chapoñan, 2020).

Así mismo a nivel nacional, en el documento denominado *“PLAN DE ENDOMARKETING COMO ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN Y DE RECONOCIMIENTO DE LOS FORMADORES, ORIENTADO A INTERVENIR LOS FACTORES DE ESTRÉS GENERADOS POR LA POSTPANDEMIA DEL COVID-19”* en la sede centro-INCAP, según Pinzón Gama, R. de la Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB, para el año 2022, considera que el endomarketing es una importante herramienta a nivel interno y externo ya que generar un compromiso y fidelización de los trabajadores; como aporte que refiere el mencionado, es que mediante la metodología descriptiva se puedan medir los niveles de stress que generó esta epidemia y se puede tener en cuenta para ser aplicados. (Pinzón Gama, 2022); en la *“PROPUESTA DE UN MODELO DE ENDOMARKETING QUE APALANQUE EL PROCESO DE CAMBIO EN*

*LA CULTURA ORGANIZACIONAL*”, hecha por Gámez Cuartas, M. para el año 2022 de la Escuela de Ciencias Sociales, en efecto recopila y analiza los referidos relacionados con el endomarketing en diferentes contextos, donde su aplicabilidad cuando se ha publicado ha generado implementación e impacto en organizaciones; para el aporte en efecto, esta propuesta de herramienta es usada en cualquier tipo de empresa como las pymes. (Gámez Cuartas, 2022); por otra parte, en el proyecto titulado “*ENDOMARKETING PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA*” de la Institución Universitaria de Antioquia, elaborado por Castro Álvarez, F. J. para el año 2021, de acuerdo a la investigación realizada se considera que las organizaciones dentro de su misión tienen funciones de ofrecer servicios de eficacia, donde se considera al endomarketing como una herramienta que permite alcanzar estos objetivos; de acuerdo a lo anterior, este aporte permite analizar la importancia que tienen los clientes internos dentro de la organización para mejorar la productividad y lealtad. (Castro Alvarez, 2021); No obstante, en la revisión sistemática científica hecha dentro del documento denominado.

“*ENDOMARKETING PARA LA GESTIÓN EDUCATIVA EN EL MERCADEO DE SERVICIO*”. 25. 211 - 232. Resumen Esta investigación tuvo como objetivo analizar el endomarketing para la gestión educativa en el mercadeo de servicio de Venezuela, con énfasis en los niveles de satisfacción laboral de los profesionales de la docencia, la marca empleadora como identidad, así como la ventaja competitiva. Se sustentó en postulados de otros. Se define como un estudio documental-analítico. Se concluyó que se reconoce teóricamente esta estrategia como un medio de gestión educativa que ayuda a las empresas a consolidarse en el mercado, puesto que en la medida de mantener a los empleados en sana competitividad y reconocimientos de logros profesionales, harán de la empresa una organización más estable y de mayores proporciones de proyección en el mercado en el que se desenvuelve, integrando los intereses individuales y colectivos en una sólida visión corporativa que solidifique su impacto en la sociedad. Se deben ampliar los beneficios para el personal que labora en las organizaciones para promocionar el endomarketing como proyección del servicio educativo en un mercado competitivo. El kadi, Omar. (2018).

“*COMUNICACIÓN INTERNA Y ENDOMARKETING PARA UNA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA EFICAZ*” Bárbara Castillo-Abdul 2022, Organizaciones educativas: Evolución de perspectivas hasta la sociedad post digital Publicación Date: 2022. En este capítulo, las instituciones educativas están presentadas como entes eminentemente sociales que responden

a las demandas del entorno. Para dar respuesta a dichas solicitudes debemos comprender el funcionamiento y los tipos de liderazgo que en ellas se ejercen, de manera tal que podamos visionar las posibilidades en planes y estrategias de comunicación con el público interno en pro de mejorar las relaciones, fomentar la fidelidad, el compromiso y proyectar de forma positiva a través del mejor clima laboral posible el logro de objetivos.

### ***2.1.2 Aspectos Teóricos***

Para diseñar el proceso de talento humano como estrategia de endomarketing se tienen en cuenta las siguientes teorías:

**Teoría de Talento Humano:** centra su atención en los empleados como recurso fundamental de la organización ya que genera oportunidades competitivas. Considera importantes invertir en el desarrollo y apoyar el talento humano.

**Teoría del comportamiento organizacional:** Analiza el comportamiento de las personas. Permite identificar el nivel de motivación, la satisfacción y el desempeño laboral lo cual facilita elaborar diseños de políticas y prácticas para la gestión del talento humano.

**Teoría de la motivación:** permite comprender el origen de la motivación en el ser humano como empleado y proporciona elementos que ayuden a diseñar programas de incentivos para mejorar la calidad laboral en una empresa y el buen nombre de la misma.

### ***2.1.3 Conceptual***

**Académico:** Pertenece o relativo a centros oficiales de enseñanza, especialmente a los superiores

**Calidad:** Adecuación de un producto o servicio a las características especificadas

**Colaboradores:** Se trata de alguien que, en la práctica, da asistencia para el desarrollo de una determinada labor.

**Competitividad:** Se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otras organizaciones.

**Conocimiento:** Es un conjunto de representaciones abstractas que se almacenan mediante la experiencia, la adquisición de conocimientos o a través de la observación

**Desarrollo:** Crecimiento, aumento, reforzamiento, progreso, desenvolvimiento o evolución de algo

**Endomarketing:** Es llevar a la práctica estrategias de venta entre los propios empleados.

**Estructura Organizacional:** Patrón interno de una empresa u organización, es decir, la forma de una empresa. Esto incluye el reparto del trabajo en las áreas o los departamentos que la componen, así como la jerarquía de sus cargos y responsabilidades y, en general, la manera en que la empresa se concibe a sí misma.

**Fuente:** Obra o materiales que sirven de inspiración o de información a un autor.

**Maestro:** Es un facilitador que ofrece las herramientas necesarias para que los estudiantes comprendan el mundo, convivan en sociedad y sean productivos.

**Motivación:** Es el elemento crucial que nos impulsa a avanzar en la vida. Nos estimula a aprender, mejorar, establecer y cumplir objetivos

**Necesidades:** Carencia o escasez de algo que se considera imprescindible

**Organización:** Sistema social formado por un grupo de personas enfocadas en un objetivo en común a lograr dentro de un tiempo, espacio y cultura determinada.

**Procesos:** Es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico

**Productividad:** Relación que hay entre lo que se produce y los medios utilizados para conseguirlo.

**Servicio:** Acción o conjunto de actividades que satisfacen una determinada necesidad.

**Talento Humano:** Habilidades, conocimientos y capacidades que poseen los empleados de una empresa.

#### **2.1.4 Normativo**

##### **2.4.1 Normas de Educación**

**Constitución Nacional de 1991.** Especialmente el capítulo 1 que trata sobre los derechos fundamentales; y, los artículos 41 y 67 a 72, sobre conceptos, derechos y deberes sobre la educación. (Constitución Política de la República de Colombia, 2024)

**Ley 7ª de agosto 25 de 1886**

Por el cual fue creado el Ministerio de Educación Nacional Es quien dirige la educación, de acuerdo con los conceptos constitucionales, proyecta y acoge políticas, planes que permitan cumplir con los objetivos pronosticados por la Ley. (6785, 1886)

**Ley 115 de 1994** (Ley General de Educación). Es quizás la norma de mayor contenido para orientar los procesos educativos y de prestación del servicio en desarrollo de la Constitución Nacional. Define los fines de la educación y el tipo de ser humano que es objeto de la educación colombiana; los objetivos de aprendizaje en cada uno de los niveles y ciclos de la educación formal, la educación de adultos, y en general las pautas sobre los establecimientos educativos en relación con el currículo, el plan de estudios, el calendario escolar y el proyecto educativo institucional, entre otros. (NORMATIVAS, 1994)

**Ley 387 de 1997.** Por la cual se adoptan medidas para la prevención del desplazamiento forzado; la atención, protección, consolidación y estabilización socioeconómica de los desplazados internos por la violencia en la República de Colombia. (1997, 1997)

**Ley 715 de 2001. Art. 9,** establece la tipificación de centros Educativos e instaura la exigencia de contar con “con licencia de funcionamiento o reconocimiento de carácter oficial, disponer de la infraestructura administrativa, soportes pedagógicos, planta física y medios educativos adecuados.

Las instituciones educativas combinarán los recursos para brindar una educación de calidad, la evaluación permanente, el mejoramiento continuo del servicio educativo y los resultados del aprendizaje, en el marco de su Programa Educativo Institucional. (Legislativa, 2001)

**Ley 1448 de 2011 - Ley de Víctimas.** Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno. Esta Ley complementa a la anterior (387).

**Ley 1340 de 2009.** Crea el Sistema Nacional de Evaluación de la Calidad Educativa-

**Decreto 1860 de 1994.** Por el cual se reglamenta la Ley 115 de 1994, en los aspectos pedagógicos y organizativos. Describe las etapas a cumplir en el proceso de modificación del PEI, aspecto necesario para la articulación del Modelo dentro del proceso de institucionalización. Como es sabido, los estudiantes de los MEF adquieren iguales derechos académicos y administrativos a los de los estudiantes del aula regular; y esta norma contiene las disposiciones vigentes sobre

currículo, plan de estudios, diplomas y certificados académicos, manual de convivencia, y estructura y contenido del PEI, entre otros. (Nacional M. d., s.f.)

**Decreto 1075 de 2015.** Decreto Reglamentario Único del Sector Educación. Por el cual se establecen normas para el ofrecimiento de la educación de adultos y se dictan otras disposiciones. Esta es de obligatoria consulta por parte de los operadores de los Modelos Educativos Flexibles de educación básica secundaria y media que admiten estudiantes adultos; en ella encuentran orientaciones sobre plan de estudios, flexibilidad de horarios, modalidades del servicio (escolarizado y semiescolarizado), institucionalización, entre otros.

**Decreto 1290 de 2009.** Evaluación y promoción. Determina los componentes del sistema institucional de evaluación de los estudiantes, dentro de los cuales se cuentan las estrategias flexibles que determinarán las pautas para la evaluación, promoción, informes, y certificación de los estudiantes de los modelos. Este proceso se verifica con la articulación al PEI.

**Decreto 2247 de 1997.** Por el cual se establecen normas relativas a la prestación del servicio educativo del nivel preescolar. Esta norma junto con los Lineamientos pedagógicos de la educación preescolar, ofrece orientaciones para la implementación del modelo de Preescolar Escolarizado y No Escolarizado en los establecimientos educativos. (Nacional M. d., 1997)

**Decreto 2562 de 2001.** Por el cual se reglamenta la Ley 387 de 1997, en cuanto a la prestación del servicio público educativo a la población desplazada por la violencia y se dictan otras disposiciones. Esta norma permite a los operadores de los MEF tener claridad en la caracterización de sus estudiantes a beneficiar, así como las responsabilidades que en materia del servicio educativo tienen las Secretarías de Educación, los establecimientos educativos, entre otros. (Nacional M. d., Diario Oficial, 2001)

**Decreto 3433 del 2008. Art. 3.** Expresa “La licencia de funcionamiento es el acto administrativo motivado de reconocimiento oficial por medio del cual la secretaria de Educación de una entidad territorial certificada autoriza la apertura y operación de un establecimiento educativo privado dentro de la jurisdicción los datos de su establecimiento y estudiantes, en la forma y términos que requieran las autoridades educativas territoriales y nacionales. (Nacional M. d., s.f.)

**Resolución 3842 de 2022.** Por la cual se adopta el nuevo Manual de Funciones, Requisitos y Competencias para los Cargos de Directivos Docentes y Docentes del Sistema Especial de Carrera Docente y se dictan otras disposiciones. (Nacional M. d., s.f.)

**Resolución 17821 de 2023.** Por la cual se establecen los parámetros para la fijación de las tarifas de matrícula, pensiones y cobros periódicos del servicio de educación preescolar, básica y media prestado por los establecimientos educativos de carácter privado para el año escolar que inicia en el 2024.

#### ***2.4.2 Normas de Contratación Estatal***

El Código sustantivo de Trabajo establece que los contratos de los docentes privados se hacen por 10 meses. Sin embargo, la Corte Suprema de Justicia estableció que los contratos pueden ser por un periodo mayor o menor, cuando las partes así lo acuerden (Corte Suprema de Justicia, sala de casación laboral, sentencia de febrero 14 de 1997). (CONSTITUCIONAL, 2001)

**Ley 80 de 1993.** Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública. (COLOMBIA, 1993)

**Ley 1474 del 2011** Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.

**Ley 1882 del 2018.** Por la cual se adicionan, modifican y dictan disposiciones orientadas a fortalecer la Contratación Pública en Colombia, la ley de infraestructura y se dictan otras disposiciones. (PÚBLICA, 2021)

**Decreto 1068 de 2015** Decreto Único Reglamentario del Sector Hacienda y Crédito Público

**Decreto 1082 del 2015** "Por Medio Del Cual Se Expide El Decreto Único Reglamentario Del Sector Administrativo De Planeación Nacional

**Decreto 2277 de 1979.** “Por el cual se adoptan normas sobre el ejercicio de la profesión docente”,

#### ***2.4.3 Normas de Seguridad y Salud en el Trabajo***

**Ley 100 de 1993, art. 284.** SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL INTEGRAL  
 PREAMBULO. La Seguridad Social Integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que disponen la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad

desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica, de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad.

**Ley 1562 de 2012.** el Sistema General de Riesgos Laborales es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan y que las disposiciones vigentes de seguridad y salud en el trabajo, relacionadas con la prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales y el mejoramiento de las condiciones de trabajo, hacen parte integrante del Sistema General de Riesgos Laborales. (Nacional M. d., 2020)

**Decreto 723 de 2013.** Certificado médico de ingreso (cuya vigencia máxima es por tres (3) años.

**Decreto 1072 de 2015 Libro 2, Parte 2, Título 4, Capítulo 6:** Para darle fundamento al marco legal, es indispensable tener en cuenta dicho capítulo ya que tiene por objeto definir las directrices de obligatorio cumplimiento para implementar el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), que deben ser aplicadas por todos los empleadores públicos y privados, los contratantes de personal bajo modalidad de contrato civil, comercial o administrativo, las organizaciones de economía solidaria y el sector cooperativo, las empresas de servicios temporales y tener cobertura sobre los trabajadores dependientes, contratistas, trabajadores cooperados y trabajadores en misión.

**Decreto 1295 de 1994.** Establece cinco clases de riesgo para la clasificación de empresa, así: clase I, riesgo mínimo; clase II, riesgo bajo; clase III, riesgo medio; clase IV, riesgo alto; clase V, riesgo máximo.

**Decreto 1607 de 2002.** Adopta la Tabla de Clasificación de Actividades Económicas para el Sistema General de Riesgos Laborales. (Social, 2002)

**Resolución 0312 del 2019.** Por el cual se definen los estándares mínimos del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo. (Trabajo, 2019)

**Resolución 2346 de 2007.** Por la cual se regula la práctica de evaluaciones médicas ocupacionales y el manejo y contenido de las historias clínicas ocupacionales.

## CAPÍTULO III

### 3 Marco Metodológico

En la elaboración del Endomarketing como estrategia de empoderamiento del Talento Humano para el Colegio Campestre Semillitas del Futuro, se inicia con un análisis minucioso del estado actual de organización, lo que permitirá conocer las necesidades; para ello se utilizarán algunos recursos como: Encuestas, entrevistas, observaciones, archivos; entre otros.

En base a esa información se crearán las herramientas necesarias para organizar la institución, las cuales se darán a conocer a sus directivos para su aprobación; una vez aprobados se socializará y se procederá a la aplicación.

#### 3.1 Naturaleza de la Investigación

Vinculado a ideas galileanas, filosofías desarrolladas alrededor del positivismo como principio nuclear el abordaje del objeto temático de investigación -indistintamente del fenómeno- a partir de una unidad de método científico, situación a la que se atañe el término de *monismo metódico*. La medición del desarrollo de las ciencias otorgando uso ideal de la matemática a las mismas con la intencionalidad de predecir lo que ocurre u ocurrirá se considera el segundo principio del positivismo, otorgando en éste relevancia al establecimiento de leyes generales hipotéticas para el estudio de la naturaleza y sus manifestaciones (von Wright, 1987)

El término paradigma es abordado por Tomas Khun en 1962 como aquella que da una imagen básica del objeto de una ciencia, define lo que debe estudiarse, las preguntas que es necesario responder, o sea, los problemas que deben estudiarse y qué reglas han de seguirse para interpretar las respuestas que se obtienen; considera a los paradigmas como realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica. (Khun, 1986:13)

Khun afirma que todo paradigma debe responder a tres principios:

1. Principio ontológico: es naturaleza de la realidad investigada y cuál es la creencia que mantiene el investigador con respecto a esa realidad investigada.
2. Principio epistemológico: el modelo de relación entre el investigador y lo investigado, la forma en que sobre la base de determinados fundamentos se adquiere el conocimiento.
3. Principio metodológico: el modo en que podemos obtener los conocimientos de dicha realidad. Aquí se encuentran la perspectiva metodológica y los métodos y técnicas de investigación utilizados por el investigador en dependencia de sus supuestos ontológicos y epistemológicos, con los cuales establece una relación armónica y lógica.

El paradigma positivista, también llamado hipotético-deductivo, cuantitativo, empírico-analista o racionalista, surgió en el siglo XIX y tiene como fundamento filosófico el positivismo. Fue creado para estudiar los fenómenos en el campo de las ciencias naturales, pero después también fue utilizado para investigar en el área de las ciencias sociales, sin tener en consideración las diferencias que existen entre ambas. Para el paradigma positivista el estudio del conocimiento existente en un momento dado conduce a la formulación de nuevas hipótesis, en la cuales se interrelacionan variables, cuya medición cuantitativa, permitirá comprobarlas o refutarlas en el proceso de investigación. Se busca una correlación o causa-efecto, donde los investigadores han de mantener una actitud neutral frente a los fenómenos; para arribar a la fiabilidad de los resultados se necesita delimitar con criterios estadísticos una muestra representativa de una determinada población. Solo así los resultados alcanzados pueden considerarse con validez universal, aplicables a cualquier contexto y situación.

El presente trabajo de investigación debido a la naturaleza cuantitativa de la variable estudiada que para este caso el sistema de talento humano como estrategia del endomarketing, abordó bajo el plano epistemológico del paradigma positivista propuesto por Augusto Comte en el siglo XIX conocido también como método científico o investigación científica; sus bases filosóficas se sustentan en la manera de captar el conocimiento como una simple descripción de los fenómenos considerados como sensibles; el positivismo afirma que solo será verdadero aquello que ha sido verificado; así mismo se afirma que en el plano ontológico dicho paradigma es una realidad fija, dada o determinada.

Para la investigación se asume el enunciado paradigma sobre la base del postulado de Kotler y Keller (2006) donde relacionan al endomarketing con la forma en que se provisiona, aplicación, contratación, escala salarial, plan de carrera, capacitación, desarrollo organizacional, control, motivación, calidad de vida laboral y se da desde el sistema de talento humano para que así puedan satisfacer las necesidades de los clientes.

El positivismo es una corriente de pensamiento que no admite como válidos otros conocimientos sino los que proceden de las ciencias empíricas. Tan importante es la influencia de algunos autores hacen coincidir el inicio del positivismo con la publicación de su obra “Curso de filosofía positiva”. No obstante, otros autores como Gutiérrez, L. (1996) sugieren que algunos de los conceptos positivistas se remontan al filósofo británico David Hume y al filósofo francés Saint-Simón. Para Kolakowski (1988) el positivismo es un conjunto de reglamentaciones que rigen el saber humano y que tiende a reservar el nombre de “ciencia” a las operaciones observables en la evolución de las ciencias modernas de la naturaleza. Durante su historia, dice este autor, el positivismo ha dirigido en particular sus críticas contra los desarrollos metafísicos de toda clase, por tanto, contra la reflexión que no puede fundar enteramente sus resultados sobre datos empíricos, o que formula sus juicios de modo que los datos empíricos no puedan nunca refutarlos.

**Tabla 1** Dimensiones del paradigma positivista

Dimensión	Paradigma positivista
Intereses	Explicar, Controlar y Predecir.
Ontología	Realidad fija, dada, objetiva, determinada.
Propósito	Generalizaciones libres de contexto y tiempo, leyes, explicaciones deductivas, cuantitativas, centrada en semejanzas.
Naturaleza de la Investigación	Objetiva, estática, única, dada, fragmentable, Convergente.
Finalidad de la investigación	Explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar teorías. Leyes para regular los fenómenos.

Criterios de calidad	Validez, fiabilidad, objetividad
Técnicas e Instrumentos	Cuantitativos, Medición de test, Cuestionarios, observación sistemática, Experimentación
Análisis de datos	Cuantitativo: estadísticas descriptiva e inferencial

*Fuente: Elaboración propia - basado en: Rodríguez, E. M. R. (2017). Lineamientos teóricos y metodológicos de la investigación cuantitativa en ciencias sociales. In Crescendo, 8(1), 115-121.*

Otro aspecto importante del positivismo es el supuesto de que tanto las ciencias naturales como las sociales pueden hacer uso del mismo método para desarrollar la investigación. De acuerdo con Tejedor (1986), citado por Dobles, Zúñiga y García (1998) citado por Meza, L. (2003), los científicos positivistas suponen que se puede obtener un conocimiento objetivo del estudio del mundo natural y social. Para ellos las ciencias naturales y las ciencias sociales utilizan una metodología básica similar por emplear la misma lógica y procedimientos de investigación similares. Desde esta perspectiva se considera que el método científico es único y el mismo en todos los campos del saber, por lo que la unidad de todas las ciencias se fundamenta en el método: lo que hace a la ciencia es el método con el que tratan los “hechos”.

### **3.1.1 Tipo de estudio y enfoque**

Investigación no exploratoria con alcance descriptivo, como lo enuncia Hernández, Fernández y Baptista (2003) se conoce como un estudio que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar.

Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables, y aunque no se formulan hipótesis, tales variables se reflejan directamente en los objetivos de la investigación, Arias, F.G. (2006).

En acuerdo con lo descrito anteriormente, la investigación se sustenta metodológicamente desde este diseño debido a que la postura de Kotler (2016), permite definir las variables del endomarketing, para establecer marca propia y que los colaboradores se enamoren de la empresa.

Esta investigación se plantea bajo el plano metodológico de enfoque cuantitativo, como lo enuncia Sampieri (1991) este enfoque utiliza recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Los fenómenos que se observan y/o miden no deben ser afectados por el investigador. Éste debe evitar en lo posible que sus temores, creencias, deseos y tendencias influyan en los resultados del estudio o interfieran en los procesos y que tampoco sean alterados por las tendencias de otros.

El enfoque cuantitativo “utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población” (Hernández et. al, 2003; p.5).

De acuerdo con Galeano (2004) los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias.

### **3.1.2 Población de referencia**

La Institución Educativa Colegio Semillitas del Futuro cuenta con una plata de personal distribuida de la siguiente manera:

1 Directivo

11 Docentes

1 Portero

1 oficios Varios

### ***3.1.3 Técnicas de recolección de la información***

Los datos se recolectaron mediante la encuesta usando un cuestionario conformado por ítems en la escala de Likert a través de una matriz de operacionalización de variables:

Diagnosticar la situación actual de procesos de talento humano en el Establecimiento Educativo Campestre Semillitas del Futuro” del municipio de Villa del rosario en Norte de Santander.

Analizar políticas del proceso de talento humano que empoderen al grupo de valor del Establecimiento Educativo Campestre Semillitas del Futuro” del municipio de Villa del rosario en Norte de Santander.

Diseñar estrategias de Endomarketing a partir del proceso de talento humano para fidelizar grupos de valor del Establecimiento Educativo Campestre Semillitas del Futuro” del municipio de Villa del rosario en Norte de Santander.

### ***3.1.4 Técnicas de análisis y procesamiento de datos***

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES:


*Tabla 2 Matriz de Operacionalización de Variables*

Objetivo	Variable	Variable conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems
Diagnosticar la situación actual de procesos de talento humano en el Establecimiento Educativo Campestre Semillitas del Futuro” del municipio de Villa del rosario en Norte de Santander.	Reconocimiento	Determinar clase de población que labora en la institución	Análisis demográfico	Edad	1
				Estado Civil	2
				Escolaridad	5
				Sexo	3
				Tiempo Laborando en la Institución	7
				Reclutamiento	
		Adecuación del Trabajo	Estructura organizacional	Manual de funciones	17
				Escala salarial	8

				Tipo de Capacitación	
				Medios de Control	32
				¿Estrategias de endomarketig?	



<p>Reconocimientos</p>	<p>Motivar al personal mediante celebraciones de fechas importantes</p>	<p>Exaltación en carteleras informativas.</p>	
<p>Celebraciones especiales</p>	<p>Se tendrán en cuenta fechas especiales como día de: Mujer,</p>	<p>Compartir</p>	

	<p>hombre, secretaria, niño, trabajador, maestro, de la familia, amor y amistad, cumpleaños y navidad</p>		
<p>Plan Operacional de Endomarketing</p>	<p>Proporcionar un modelo organizacional que contribuya a desarrollar en directivos, docentes y personal administrativo el sentido de pertenencia, la comunicación asertiva que conlleve a posicionar la institución como una de las mejores a nivel municipal y departamental</p>	<p>-Organigrama -Manual de funciones -Reglamento Interno de Trabajo</p>	

### 4.1.1 Análisis de los datos

#### ENCUESTA

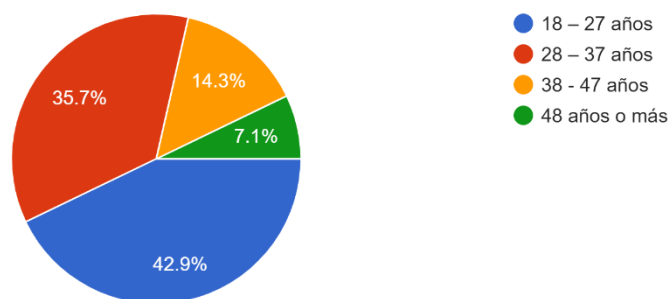
Para realizar la recolección de datos, se aplicó una encuesta al personal docente y administrativo que labora en EL ESTABLECIMIENTO EDUCATIVO “CAMPESTRE SEMILLITAS DEL FUTURO” EN VILLA DEL ROSARIO (NORTE DE SANTANDER), de selección múltiple conformadas por variables de información personal y de información satisfactoria del puesto de trabajo.

Para realizar este proceso, se pidió autorización a la directora de la Institución, al cual se le presentó la encuesta a aplicar, explicándose las variables de investigación relacionadas al endomarketing.

Una vez aplicada la encuesta se halló confiabilidad en los datos los cuales se presentan a continuación:

**Figura 1. Edad**

EDAD  
14 responses



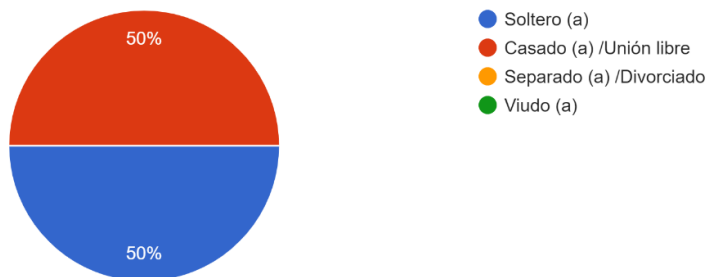
**ANÁLISIS:** Para iniciar la encuesta respondieron 14 personas que señalan tener entre 18 y 27 años el 42.9%, entre los 8 y 37 años 35.7%, 38 y 47 años el 14.3% y de 48 años en adelante el 7.1%, lo que quiere decir que hay una cantidad mayor de funcionarios pertenecientes a la generación Z o también

conocida como posmilénica o centúrica, siendo muy importante ya que cuenta con personal que ha utilizado desde muy joven el internet y está presta con la tecnología y los medios sociales.

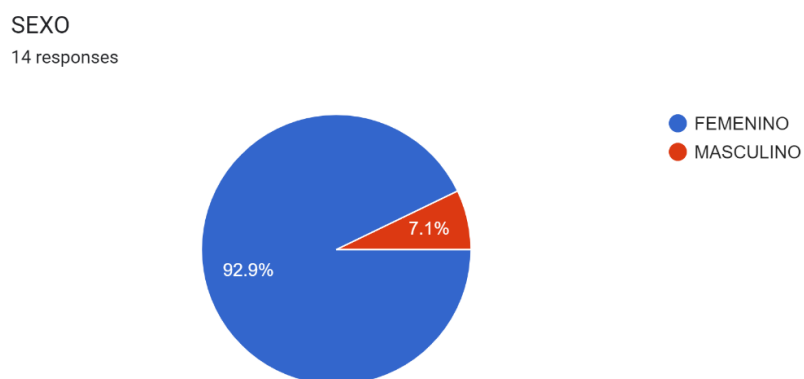
**Figura 2.** *Estado Civil*

ESTADO CIVIL

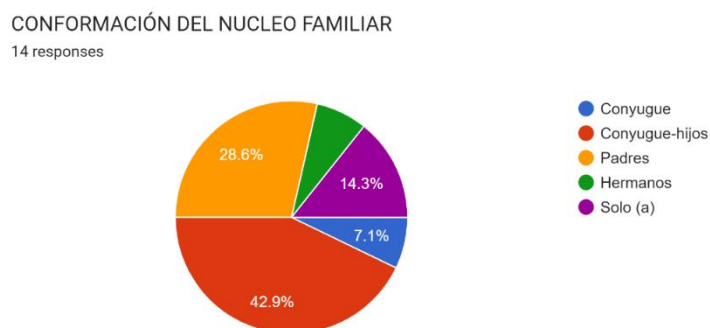
14 responses



**ANÁLISIS:** En cuanto al estado civil se puede notar que el 50% son casados y el 50% son solteros, sería una base sólida de análisis, ya que las diferencias en las opiniones de estar casados o solteros puede influir en la cultura, ubicación geográfica entre otras.

**Figura 3. Sexo**

**ANÁLISIS:** Respecto al género femenino se puede evidenciar que el 92.9% predomina en la Institución, a pesar de que este género no lo definen en iguales condiciones por la sociedad patriarcal.

**Figura 4. Conformación Núcleo Familiar**

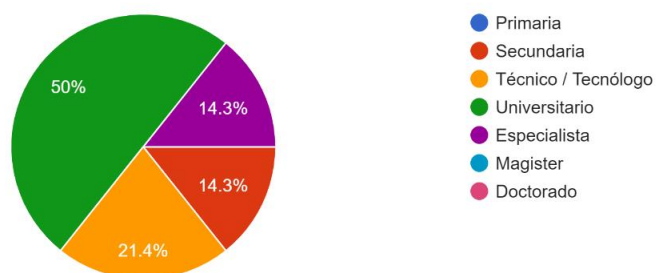
**ANÁLISIS:** Para la composición del núcleo familiar el 42.9% refiere que está compuesto por conyugue e hijos, y con el 7.1% están que lo conforman los hermanos y con el mismo porcentaje el conyugue, donde se puede observar que se hay un porcentaje alto que conserva la unidad familiar, como base de la familia

para el desarrollo mental de los padres y el desarrollo infantil; sin embargo, la evolución de la estructura familiar y los cambios en los roles de género se convierten en desafíos para los hogares actuales.

**Figura 5.** Nivel de Escolaridad

NIVEL DE ESCOLARIDAD

14 responses

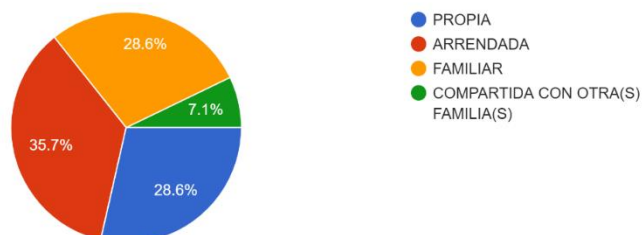


**ANÁLISIS:** Uno de los desafíos del Ministerio de Educación Nacional es que los docentes tengan mayor formación con el fin de que les brinde a sus estudiantes mejor calidad educativa, el 50% de los encuestados poseen un título universitario, y el 14.3% una especialización.

**Figura 6.** Tenencia de Vivienda

TENENCIA DE VIVIENDA

14 responses



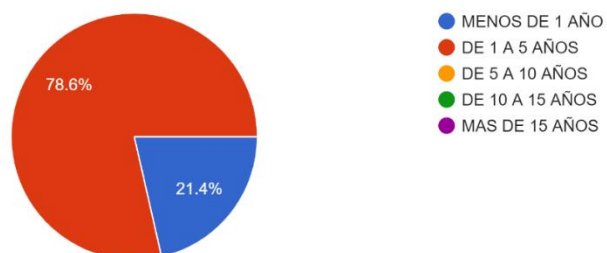
**ANÁLISIS:** Para el tipo de vivienda se observa que el 35.7% es en arriendo, por la situación económica que atraviesa el país, para tener casa propia se ha convertido en un reto; a pesar de las circunstancias se le

sigue apostando con un 28.6% a una vivienda propia o familiar y con un porcentaje del 7.1% se comparte con otras familias.

**Figura 7.** *Antigüedad de la Institución*

ANTIGUEDAD EN LA INSTITUCION

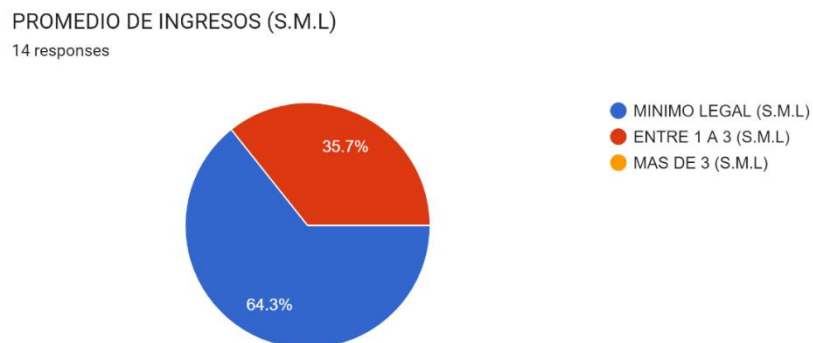
14 responses



**ANÁLISIS:** La institución demuestra con el 78.6% que genera una estabilidad a sus colaboradores, donde algunos manifestaron que su esfuerzo es valorado por la misma, siendo de suma importancia en

tener estrategias de motivación para que se mantengan comprometidos y satisfechos, aunque el 21.4% están dentro del año de contratación.

**Figura 8.** Promedio Ingresos SMMLV

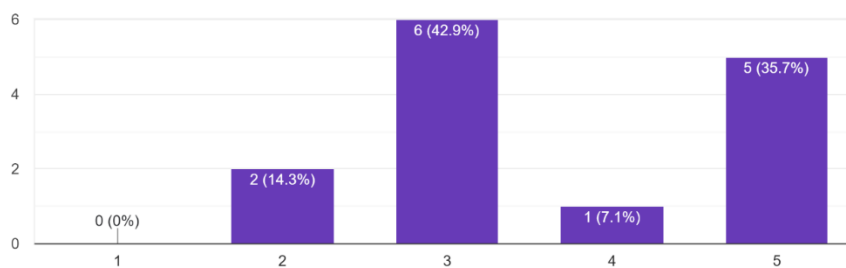


**ANÁLISIS:** La inflación y costo de vida en Colombia un debate de la suficiencia para cubrir las necesidades, a pesar de todo consideran que el SMMLV, cubre las necesidades básicas, el 64.3% recibe este salario en la institución; el 35.7% recibe de 1 a 3 SMMLV.

Para las siguientes preguntas se busca medir el nivel de satisfacción del puesto de trabajo.

**Ilustración 1**

Califique de 1 a 5 donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta Cree usted que el proceso de contratación es el adecuado  
14 responses



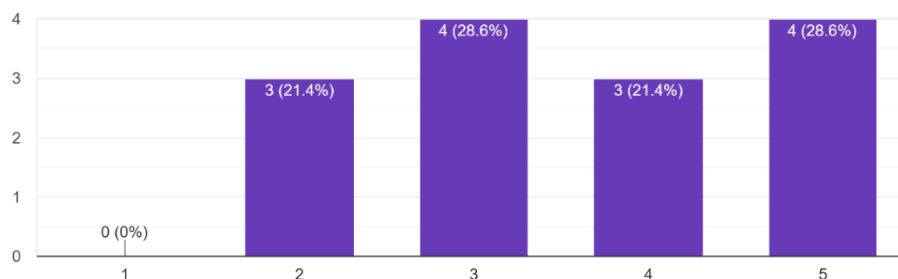
**ANÁLISIS:** Se observa en la ilustración que más de la mitad de las personas encuestadas están satisfechos con el proceso de contratación en un 42.9%, y muy satisfecho con el 35.7%, se demuestra que la institución

está llevando a cabo acorde a las exigencias de la institución, pero el 14.3% no están de acuerdo con este proceso.

### Ilustración 2

Se siente complacido con los beneficios como incentivos, bonificaciones y prestaciones que recibes en el colegio

14 responses

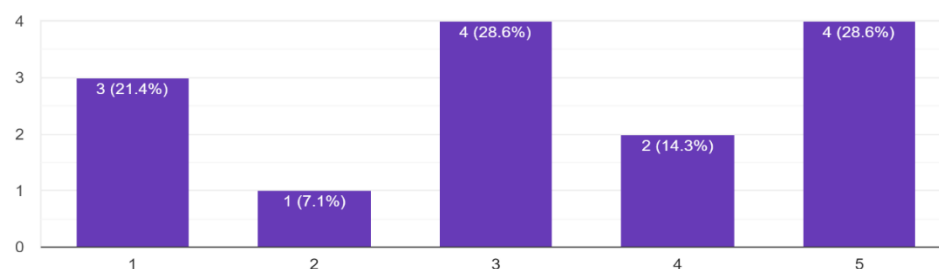


**ANÁLISIS:** Reconocer los esfuerzos de los colaboradores a través de incentivos anima a que se hagan las responsabilidades con más empeño y calidad, el 28.6% de los encuestados están satisfechos y muy satisfechos con estos reconocimientos; por otro lado, el 21.4% no están complacidos con estos beneficios.

### Ilustración 3

El salario está de acuerdo a tus aspiraciones

14 responses

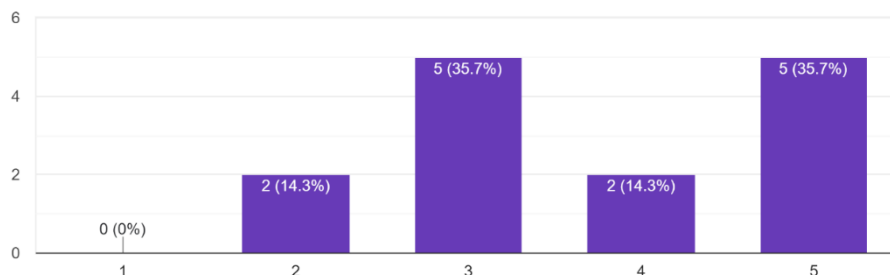


**ANÁLISIS:** Los encuestados manifiestan que se merecen devengar más de lo que reciben, ya que solo se puede cubrir las necesidades básicas, y dentro de sus aspiraciones está viajar, estudiar y ofrecer mejor calidad de vida a su familia, pero como no se puede exigir más están de acuerdo con lo recibido; por eso el 28.6% está muy satisfecho y el 21.4% muy insatisfecho.

#### Ilustración 4

Considera que el Colegio ofrece oportunidades claras y accesibles para el crecimiento y desarrollo personal de los empleados

14 responses

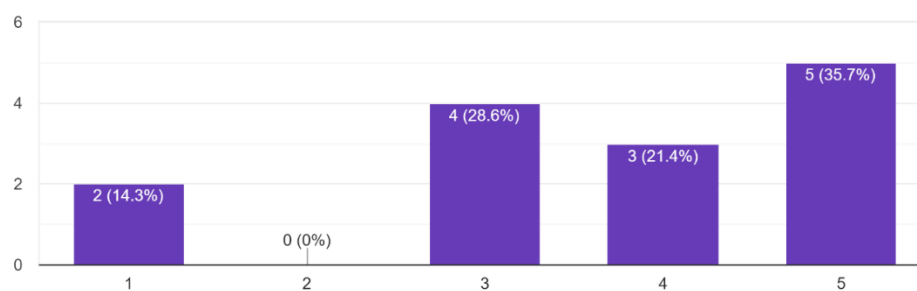


**ANÁLISIS:** Las capacitaciones son muy importantes para mejorar sus habilidades y conocimientos mientras se labora, hay satisfacción de los empleados como se puede observar con satisfecho el 35.7% y muy satisfecho con el mismo porcentaje, además esto permite mayor productividad, aunque el 14.3% no está satisfecho.

#### Ilustración 5

Conoce la visión y la misión de la institución

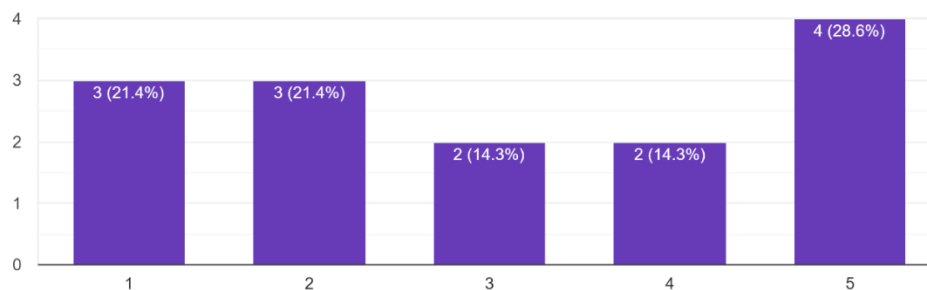
14 responses



**ANÁLISIS:** Todas las organizaciones nacen para llevar a cabo una misión y visión el cual busca satisfacer las necesidades de sus clientes u ofrecer un servicio, para que se logre es compartida a sus colaboradores generalmente por medio de una publicación en lugar visible en el momento del ingreso a la entidad; el 35.7% está satisfecha mientras que el 14.3%, no lo está.

### Ilustración 6

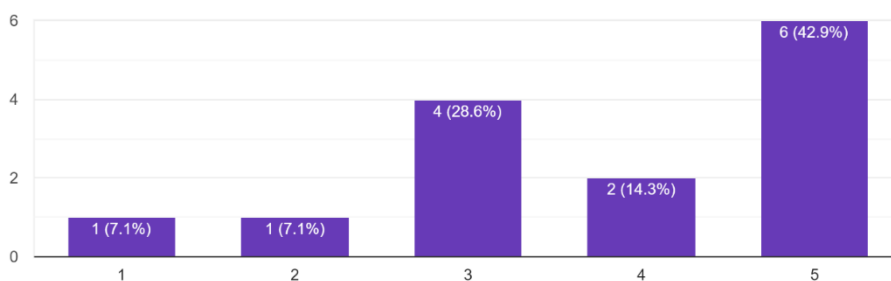
Existen políticas claras para los diferentes procesos del talento humano  
14 respuestas



**ANÁLISIS:** Al observar la ilustración el 28.6% está muy satisfecho con la existencia de estas políticas de los procesos del talento humano, pero el 21.4% está muy insatisfecho; al desarrollar las políticas deben ser revisadas y analizadas ya que estas crean un ambiente de trabajo positivo y eficiente es por eso que además se deben actualizar de acuerdo a las necesidades del mercado laboral.

### Ilustración 7

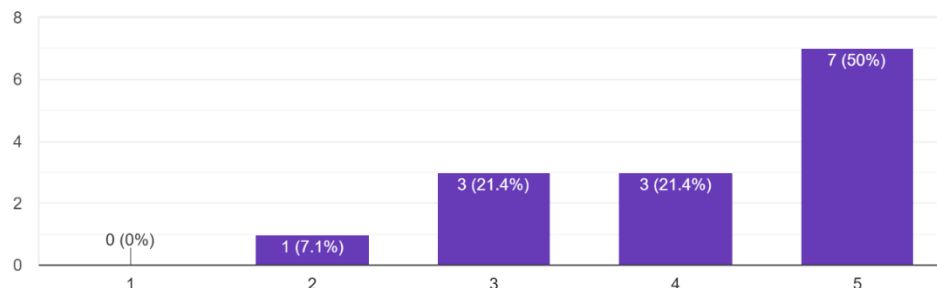
Cuenta con el material necesario para desempeñar su labor  
14 respuestas



**ANÁLISIS:** Contar con los materiales básicos como pedagógicos, tecnológicos, de apoyo, administrativos, recursos humanos, espacios físicos, materiales de inclusión, es sumamente importante para el funcionamiento de una Institución porque permite llevar a cabo una educación de calidad; en la institución el 42.9% está muy satisfecho con los mismos pero el 7.1% se encuentra muy insatisfecho.

### Ilustración 8

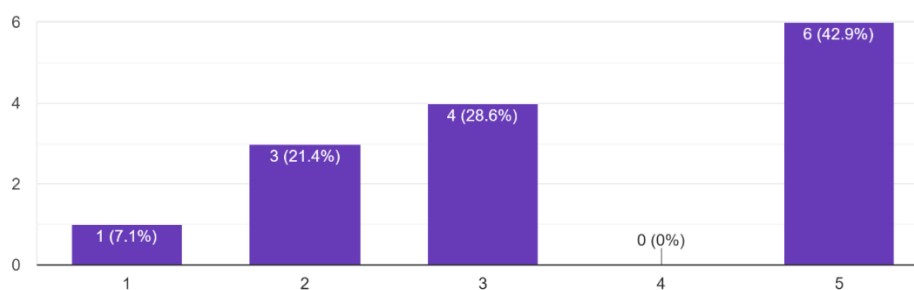
Las funciones son claras y determinadas de acuerdo a su cargo  
14 respuestas



**ANALISIS:** Se puede analizar que el 50% de los colaboradores conocen sus roles y consideran que están de acuerdo al cargo que desempeñan, el 7.1% no está satisfecha, es necesario que cada rol sea claro y se encuentre alineado con los objetivos educativos de la institución, para que todo opere de manera eficiente permitiendo un ambiente de trabajo más productivo.

### Ilustración 9

Percibe buen ambiente de compañerismo en las áreas de trabajo  
14 respuestas

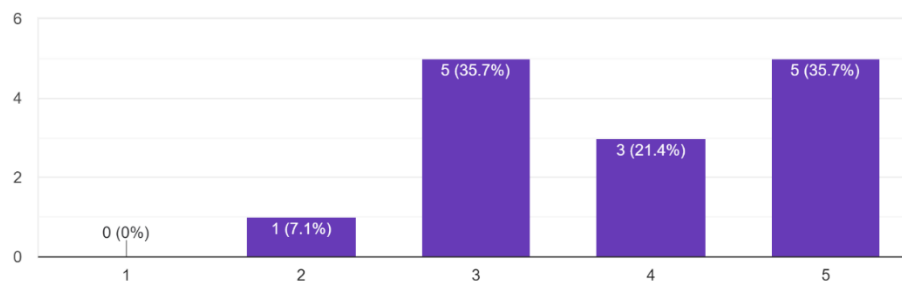


**ANALISIS:** El buen ambiente laboral en el área de trabajo el 42.9% está muy satisfecho y el 7.1% muy insatisfecho, al implementar estrategias se puede lograr construir un entorno laboral positivo que impulse a la productividad y la innovación.

**Ilustración 10**

Existe solidaridad con sus compañeros de trabajo

14 responses

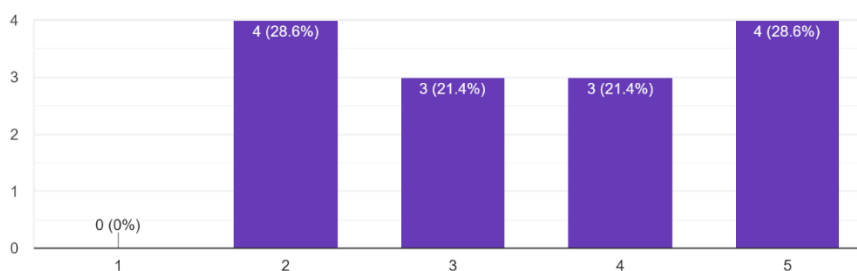


**ANALISIS:** Con respecto a la solidaridad de los compañeros de trabajo el 35.7% se encuentra muy satisfecho con relación al 7.1% que no lo está; hay buena comunicación entre los colaboradores impulsando a la productividad e innovación dentro de la organización.

**Ilustración 11**

Existe un trato de igualdad en el colegio

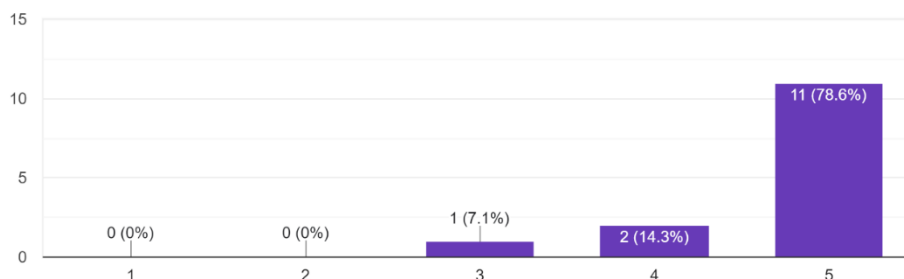
14 responses



**ANALISIS:** Con relación al trato de igualdad hay un 28.6% que están muy satisfechos y el mismo porcentaje está para quienes no están satisfechos; es necesario que se implementen prácticas y acciones que promuevan a igualdad del personal, contribuyendo al éxito de la misión de la Institución.

### Ilustración 12

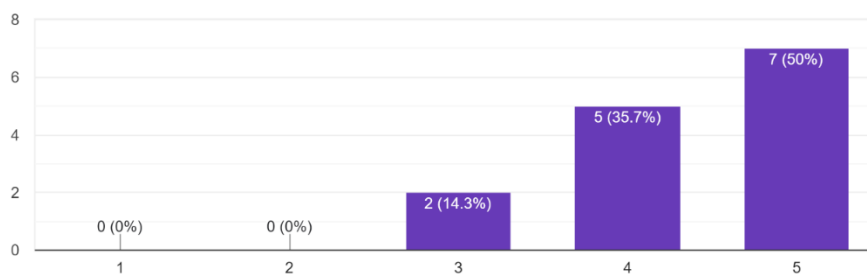
Considera importante que el colegio celebre fechas especiales, como festividades culturales o eventos significativos, para promover la diversidad y el sentido de comunidad dentro de la institución  
14 respuestas



**ANÁLISIS:** Revisada la figura se observa que el 78.6% de los colaboradores están muy satisfechos que se celebren las fechas especiales, generando un impacto positivo en la parte moral, de bienestar y de rendimiento, así como en la cultura de la institución.

### Ilustración 13

El cargo al que fue contratado esta apto a sus conocimientos y habilidades  
14 respuestas

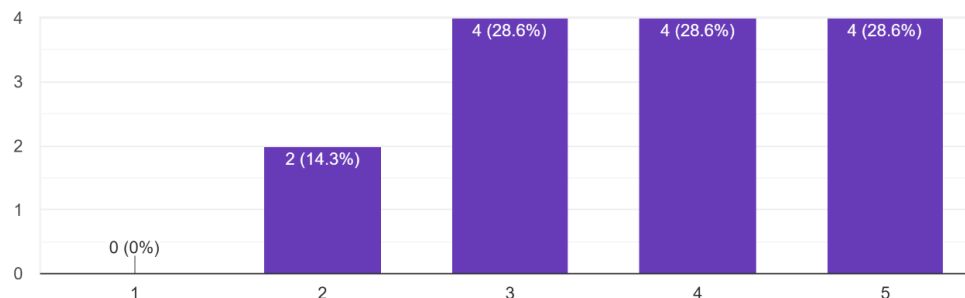


**ANÁLISIS:** Para el cargo que fue contratado está dentro de sus conocimientos y habilidades ese observa que el 50% está muy satisfecho y el 14.3% se encuentra satisfecho, es importante tener en cuenta que el desarrollo profesional son procesos continuos por lo que es necesario apoyar al colaborador.

#### Ilustración 14

El colegio le ofrece capacitación y formación para mejorar su desempeño.

14 responses

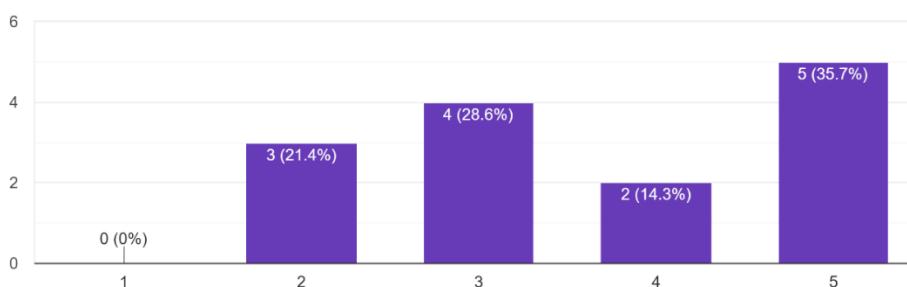


**ANALISIS:** De acuerdo a la ilustración 14 el 28.6% expresaron que están satisfechos y muy satisfechos con la capacitación y formación que ofrece el colegio para mejorar su desempeño, mientras que el 14.3% no está satisfecho; esta es una inversión que genere un impacto positivo en la calidad y satisfacción laboral a sus colaboradores.

#### Ilustración 15

Está de acuerdo con las actividades que realiza el colegio para lograr su bienestar.

14 responses

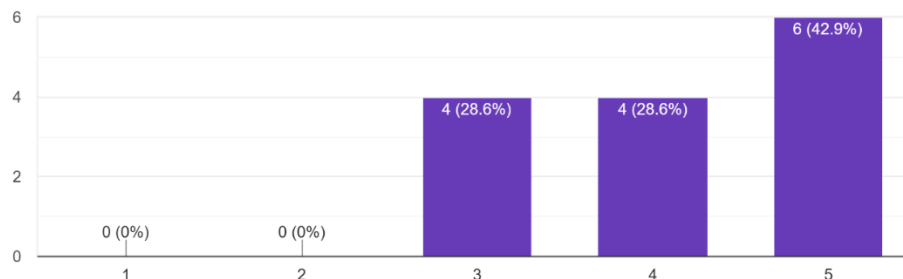


**ANALISIS:** Se observa que el 35.7% está muy satisfecho con las actividades que realiza el colegio para lograr su bienestar, mientras que el 21.4% no está satisfecho; las diferentes actividades como programas de capacitación y desarrollo, eventos de integración, programas de salud y bienestar, entre otros, contribuyen a una cultura organizacional positiva y fortalece el compromiso con la organización.

### Ilustración 16

Tiene autonomía en el desarrollo de sus actividades a la cual fue contratado.

14 responses

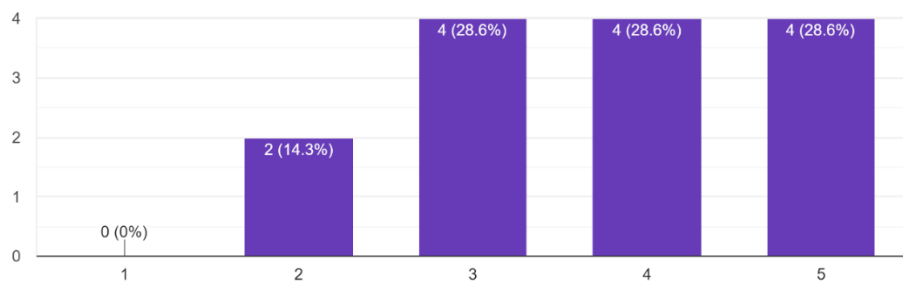


**ANÁLISIS:** Sobre la autonomía en el desarrollo de las actividades para el cual fue contratado el 42.9% está muy satisfecha y el 28.6% satisfecha, esta autonomía es clave para el bienestar y la efectividad porque al permitir esa autonomía da libertad y flexibilidad para la toma de decisiones de manera creativa y productiva.

### Ilustración 17

El colegio ofrece talleres que contribuyan a su crecimiento personal y autocuidado.

14 responses

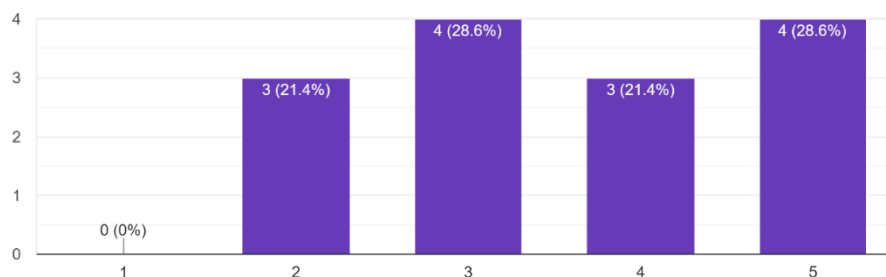


**ANÁLISIS:** Se observa que el 28.6% de los colaboradores están muy satisfechos con los talleres que contribuyan al crecimiento personal y autocuidado y el 14.3% no está satisfecho con estas actividades; son herramientas muy importantes ya que pueden tener una amplia escala de beneficios que mejora el bienestar físico, emocional, mental entre otros.

### Ilustración 18

Cree que existen oportunidades equitativas de crecimiento y ascenso dentro de la organización.

14 respuestas

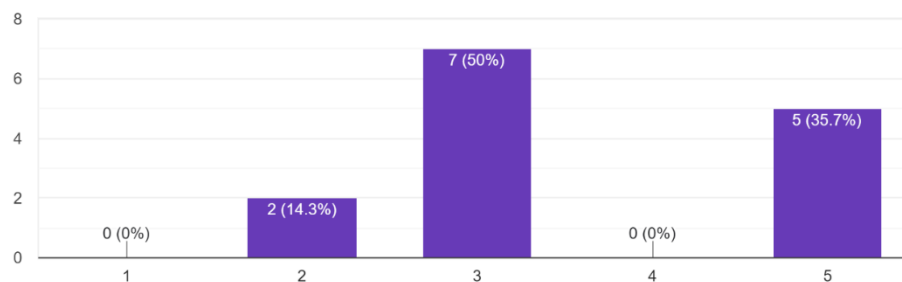


**ANÁLISIS:** Dentro de las posibilidades de crecimiento y ascenso en la organización el 28.6% manifiestan estar muy satisfecho, en cambio el 21.4% no están satisfechos, de acuerdo a lo manifestado por algunos de los encuestados expresan que la institución si da la oportunidad, solo que algunos no las aprovechan; estas herramientas permiten promover una vida más plena, equilibrada y significativa.

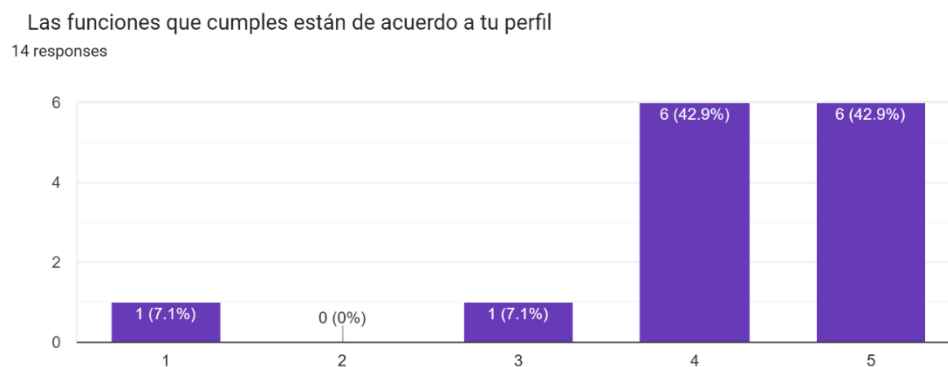
### Ilustración 19

Está de acuerdo con el sistema de evaluación que le aplica la institución.

14 respuestas



**ANÁLISIS:** Para el sistema de evaluación que se aplica en la institución el 50% está satisfecho mientras que el 14.3% no lo está; los sistemas de evaluación de las instituciones permiten la medición del progreso académico de los estudiantes y sus colaboradores, fomenta la motivación y el compromiso de con el aprendizaje y hace parte de los indicadores de la institución,

**Ilustración 20**

**ANALISIS:** De acuerdo a las funciones que se encuentra dentro del perfil el 42.9% comentó que está muy satisfecho y el 7.1% se encuentra muy insatisfecho, una vez contratado el personal la institución educativa informa de los roles a desempeñar, esto permite establecer expectativas claras, facilitar la gestión del desempeño, coordinación entre los equipos de trabajo y permitir el desarrollo profesional de sus colaboradores.

**Ilustración 21**

**ANALISIS:** El 42.9% de los colaboradores se encuentran muy satisfechos al aplicar el conducto regular de la solución de conflictos, y el 7.1% no lo está; en las organizaciones se hace necesario tener un manual o establecido el conducto de la solución de conflictos con el fin de tener claro el proceso para que haya una solución justa, imparcial y constructiva.

Una vez finalizadas las encuestas, los colaboradores dieron unas recomendaciones o sugerencias:

-Aumentar las capacitaciones.

-Realizar más talleres de relaciones interpersonales.

-Implementar algunos procesos que se encuentran desactualizados.

## POLÍTICAS DE TALENTO HUMANO

**Tabla 4.** *Política de Provisión del Talento Humano*

<b><u>POLÍTICA DE PROVISIÓN DE TALENTO HUMANO</u></b>	
El colegio Campestre Semillitas del Futuro siendo una institución educativa aplica la Política de Reclutamiento de la siguiente manera	
<p><b>Acciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de hojas de vida.</li> <li>• Estudio y análisis de antecedentes.</li> <li>• Asignación de roles de acuerdo con los perfiles para el cargo establecidos en el Colegio a través del correo <a href="mailto:reclusemillitasdelfuturo@gmail.com">reclusemillitasdelfuturo@gmail.com</a></li> <li>• Divulgación por los diferentes medios virtuales.</li> <li>• Se dará prioridad para ingresar al proceso de selección a aquellos posibles candidatos que cumplen con los requerimientos de la institución.</li> </ul>	<p><b>Medios de Comunicación/Recursos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales</li> <li>• Anuncios radiales</li> <li>• Carteles</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Llamadas telefónicas</li> </ul>

**Tabla 5. Política de Aplicación del Talento Humano**

<b><u>POLÍTICAS DE APLICACIÓN DE TALENTO HUMANO</u></b>	
Asignación de carga académica a los docentes seleccionados dando a conocer las características del contrato y el cumplimiento de las normas que rige la institución. De igual manera al personal que cumplirá las otras labores.	
<b>Acciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseños de Cargos</li> <li>• Delegación de Funciones</li> </ul>	<b>Medios de Comunicación/Recursos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios Hojas de Vida</li> <li>• Correos electrónicos</li> <li>• Página web</li> </ul>

**Tabla 6. Política de Mantenimiento del Talento Humano**

<b><u>POLÍTICAS DE MANTENIMIENTO DE TALENTO HUMANO</u></b>	
Aplicación de criterios de motivación que contribuyan al buen desempeño laboral y mantenimiento de un ambiente sano y eficaz.	
<b>Acciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escala salarial</li> <li>• Escalafón docente</li> <li>• Grado escolaridad</li> <li>• Salario emocional</li> </ul>	<b>Medios de Comunicación/Recursos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo personal</li> <li>• Cartelera informativas en la institución.</li> <li>• Grupo de WhatsApp</li> </ul>

**Tabla 7. Política de Desarrollo del Talento Humano**

<b><u>POLÍTICAS DE DESARROLLO DE TALENTO HUMANO</u></b>	
Aplicación de planes estratégicos que contribuyan al mejoramiento personal y desempeño laboral	
<b>Acciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de Capacitación</li> <li>• Apoyo psicológico</li> <li>• Programas de Seguridad y Salud en el Trabajo</li> </ul>	<b>Medios de Comunicación/Recursos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Video Veán</li> <li>• Profesional Capacitador</li> <li>• Anuncios</li> <li>• Invitaciones</li> </ul>

**Tabla 8.** *Política de Control del Talento Humano*

<b><u>POLÍTICAS DE CONTROL DE TALENTO HUMANO</u></b>	
Garantizar el buen nombre de la institución a nivel municipal y departamental	
<p><b>Acciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión a fondo de información suministrada por los aspirantes</li> <li>• Evaluación permanente de desempeño</li> </ul>	<p><b>Medios de Comunicación/Recursos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Humanos (Directivos)</li> <li>• Observación de desempeño</li> <li>• Indagación permanente a los usuarios del servicio educativo.</li> </ul>

### **Conclusiones**

- No existía un programa eficaz de talento humano.
- La implantación de las estrategias de endomarketing han permitido fortalecer la comunicación asertiva entre el personal que labora en la institución.
- Los empleados se sienten motivados ya que se han creado estímulos.
- La elaboración de este trabajo ha permitido enriquecer los conocimientos y aplicarlos en le campo laboral

### **Recomendaciones**

- Que la aplicación de la estrategia del Endomarketing sea permanente.
- Permitir la participación de la institución en programas organizados a nivel departamental y municipal con el fin de darlo a conocer.
- Utilizar os medios virtuales para la difusión de actividades programadas por la institución

## Referencias

- 1997, L. 3. (1997). *DIARIO OFICIAL. AÑO CXXXIII. N. 43091*. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1659244>
- 6785, D. O. (1886). Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1563159>
- Alvarado Castañeda, D. R. (21 de Julio de 2023). *Repositorio Institucional libre*. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/25866>
- Bacca Vega, A. I. (02 de Octubre de 2018). *Repositorio Universidad Nacional Abierta y A Distancia - UNAD*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/25149>
- Baruffati, A. (18 de Agosto de 2023). *GITNUX*. Obtenido de <https://blog.gitnux.com/es/estadisticas-sobre-el-compromiso-de-los-empleados/>
- Blasco, L. (15 de Junio de 2017). *BBC NEWS MUNDO*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40293495>
- Caján Rojas, Y. C., & Castillo Chinchay, A. C. (2019). *Universidad César Vallejo*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/35164>
- Carbajal Amacifen, C. d., & Alvarado García, E. A. (02 de Diciembre de 2019). *Repositorio de tesis, Universidad Peruana Unión*. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2232>
- Castro Alvarez, F. J. (02 de Agosto de 2021). *TECNOLOGICA DE ANTIOQUIA*. Obtenido de <https://repositorio.tdea.edu.co/handle/tdea/1891>
- Chafloque Chapoñan, C. A. (21 de Julio de 2020). *Repositorio de Tesis Universidad Peruana Unión*. Obtenido de <http://200.121.226.32:8080/handle/20.500.12840/3714>
- COLOMBIA, C. D. (1993). *Ministro de Gobierno*. Obtenido de [https://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-85593\\_archivo\\_pdf4.pdf](https://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-85593_archivo_pdf4.pdf)
- Constitución Política de la República de Colombia*. (03 de 2024). Obtenido de [http://secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html)
- CONSTITUCIONAL, C. (2001). Obtenido de <https://www.mineduccion.gov.co/1621/w3-printer-320286.html>
- Constituyente, A. G. (18 de Agosto de 2023). *Secretaria del Senado*. Obtenido de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html)
- DANE. (10 de Junio de 2022). Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/educacion/educacion\\_formal/2021/bol\\_ED UC\\_21.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/educacion/educacion_formal/2021/bol_ED UC_21.pdf)

- Escobar, J. A. (25 de Junio de 2021). Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/estrategia-y-el-rol-de-recursos-humanos-como-socio-la-jos%C3%A9-alberto>
- Gámez Cuartas, M. (2022). *UPB*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/10455>
- Guadarrama Sánchez, E. (2023). ENDOMARKETING COMO ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. *REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES FACE*. Obtenido de <https://ojs.unipamplona.edu.co/index.php/face/article/view/2470>
- indeed. (03 de Febrero de 2023). Obtenido de <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/factor-humano-empresa>
- Legislativa, R. (21 de Diciembre de 2001). *DIARIO OFICIAL*. Obtenido de [https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/DIARIOS\\_OFICIALES/2001%20\(44278%20a%2044663\)/DO.%2044654%20de%202003.pdf#:~:text=A%20cada%20departamento%2C%20distrito%20o%20municipio%20se%20podr%C3%A1,metodolog%C3%ADa%20se%C3%B1ale%20el%20Ministerio](https://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/DIARIOS_OFICIALES/2001%20(44278%20a%2044663)/DO.%2044654%20de%202003.pdf#:~:text=A%20cada%20departamento%2C%20distrito%20o%20municipio%20se%20podr%C3%A1,metodolog%C3%ADa%20se%C3%B1ale%20el%20Ministerio)
- Manosalva Izquierdo, J. C. (17 de Marzo de 2023). *Repositorio de tesis, Universidad Peruana Unión*. Obtenido de <http://200.121.226.32:8080/handle/20.500.12840/6359>
- Nacional, M. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.mineduacion.gov.co/1621/article-129764.html#:~:text=%2D%20Creaci%C3%B3n&text=El%20Ministerio%20de%20Educaci%C3%B3n%20Nacional,1880%20atend%C3%ADa%20los%20asuntos%20educativos>
- Nacional, M. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=32717>
- Nacional, M. d. (11 de Septiembre de 1997). Obtenido de [https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-104840\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-104840_archivo_pdf.pdf)
- Nacional, M. d. (2001). *Diario Oficial*. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1467856>
- Nacional, M. d. (19 de Abril de 2003). *Altablero*. Obtenido de <https://www.mineduacion.gov.co/1621/article-87461.html#:~:text=En%20total%2C%20%222.138%20centros%20educativos,de%20Educaci%C3%B3n%2C%20Ernesto%20Collazos%20Serrano>
- Nacional, M. d. (2020). Obtenido de [https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles-392395\\_Plan\\_anual\\_SGSST\\_2020\\_.pdf](https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles-392395_Plan_anual_SGSST_2020_.pdf)
- Nacional, M. d. (s.f.). *DIario Oficial Civil*. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/30046385>

- Nacional, M. d. (s.f.). *Normatividad y Documentos*. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/portal/micrositios-preescolar-basica-y-media/Modelos-Educativos-Flexibles/Normatividad-y-documentos/357542:Normatividad-y-documentos>
- NORMATIVAS, P. Y. (1994). *Ley General de Educación*. Obtenido de <https://siteal.iiep.unesco.org/bdnp/189/ley-1151994-ley-general-educacion>
- Opinión, L. (11 de Marzo de 2023). *LA OPINION*. Obtenido de <https://www.laopinion.com.co/region/en-colegio-de-villa-del-rosario-no-han-recibido-clases-por-falta-de-docentes>
- Pinzón Gama, R. (16 de Agosto de 2022). Obtenido de <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/16746>
- Proun*. (13 de Octubre de 2022). Obtenido de <https://www.proun.es/blog/endomarketing-fidelizar-trabajadores/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20endomarketing%20surge%20en,satisfechos%20para%20obtener%20mejores%20resultados>.
- PÚBLICA, A. N. (Marzo de 2021). *Manual de Contratación*. Obtenido de AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA
- República, C. d. (2006). Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- República, S. d. (2001). Obtenido de [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-86098\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-86098_archivo_pdf.pdf)
- RosasBayona, D. L. (2021). Análisis de las causas que llevan a la subestimación del diseñador gráfico en el centro de Cúcuta, Norte de Santander. *CONVICCIONES*, 29-36. Obtenido de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/871>
- Salas Canales, H. J. (2021). Endomarketing: Una herramienta para la gestión efectiva del capital humano. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 126-142. Obtenido de [http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2226-40002021000100126&script=sci\\_arttext](http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2226-40002021000100126&script=sci_arttext)
- Salas Canales, H. J. (Junio de 21). *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*. Obtenido de [http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2226-40002021000100126&script=sci\\_arttext#B24](http://scielo.iics.una.py/scielo.php?pid=S2226-40002021000100126&script=sci_arttext#B24)
- Social, M. d. (2002). *Diario Oficial*. Obtenido de [https://www.redjurista.com/Documents/decreto\\_1607\\_de\\_2002\\_ministerio\\_de\\_trabajo\\_y\\_seguridad\\_social.aspx#/](https://www.redjurista.com/Documents/decreto_1607_de_2002_ministerio_de_trabajo_y_seguridad_social.aspx#/)
- Torres, M. (10 de Junio de 2020). Obtenido de <https://www.eude.co/blog/2020/06/10/endomarketing-positivo-empleado/>

- Torres, M. (10 de 06 de 2020). *ESCUELA EUROPEA DE DIRECCION Y EMPRESA*. Obtenido de [//www.eude.co/blog/2020/06/10/endomarketing-positivo-empleado/](http://www.eude.co/blog/2020/06/10/endomarketing-positivo-empleado/)
- Trabajo, M. d. (2019). Obtenido de <https://safetya.co/normatividad/resolucion-0312-de-2019/>
- Trujillo Araujo, A., Tuesta Panduro, J. A., Viena Pezo, M. H., & Coronado Chang, L. V. (2021). Endomarketing estrategia para la reducción de la rotación de personal millennial en organizaciones mexicanas. *REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES - DIALNET*, 267-282.
- Varela González, W. E. (25 de Enero de 2019). *UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14893>