



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**RELACIÓN DEL ENDOMARKETING CON LA
SATISFACCIÓN LABORAL EN LA CIA
MINERA COLIBRI SAC, AREQUIPA 2022**

PRESENTADO POR

BACH. PATRICIA DEL PILAR VARGAS ROLDÁN

ASESOR

MGR. JOSE MIGUEL DE LA PAZ RAMOS

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA – PERÚ

2024



Universidad José Carlos Mariátegui

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la _FACULTAD DE NCIAS JURIDICAS, EMPRESARIALES Y PEDAGOGICAS (FCJEP), certifica que el trabajo de investigación () / Tesis (x) / Trabajo de suficiencia profesional () /

RELACIÓN DEL ENDOMARKETING CON LA SATISFACCIÓN LABORAL EN LA CIA MINERA COLIBRI SAC, AREQUIPA 2022

Presentado por el(la):

BACH. PATRICIA DEL PILAR VARGAS ROLDÁN

Para obtener el grado académico () o Título profesional (X) o Título de segunda especialidad (___) de INGENIERO COMERCIAL asesorado por el/la MGR. JOSE MIGUEL DE LA PAZ RAMOS con Resolución de _____ N° _____, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Trabajo de investigación	Porcentaje de similitud
INGENIERIA COMERCIAL	BACH. PATRICIA DEL PILAR VARGAS ROLDÁN	RELACIÓN DEL ENDOMARKETING CON LA SATISFACCIÓN LABORAL EN LA CIA MINERA COLIBRI SAC, AREQUIPA 2022	17%

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del 17%, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 25 de julio de 2024

Dr. Teófilo Lauracio Ticona

Jefe Unidad de Investigación FCJEP

ÍNDICE DE CONTENIDO

PÁGINA DE JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	13
1.2 Definición del problema.....	15
1.2.1 Problema principal	15
1.2.2 Problemas específicos	15
1.3 Objetivos de la investigación.....	15
1.3.1 Objetivo General	15
1.3.2 Objetivos Específicos	15
1.4 Justificación e importancia de la investigación	16
1.4.1 Justificación	16
1.4.2 Importancia	16

1.5	Variables. Operacionalización	17
1.6	Hipótesis y variables.....	19
1.6.1	Hipótesis principal.....	19
1.6.2	Hipótesis específicas	19
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO		20
2.1	Antecedentes de la investigación.....	20
2.1.1	Internacionales	20
2.1.2	Nacionales	24
2.1.3	Locales.....	28
2.2	Bases teóricas	30
2.2.1	Variable Independiente: Endomarketing	31
2.2.2	Variable Dependiente: Satisfacción laboral	34
2.3	Definición conceptual.....	37
CAPÍTULO III: MÉTODO		40
3.1	Tipo de investigación.....	40
3.2	Diseño de investigación	40
3.3	Población y muestra.....	40
3.3.1	Población.....	40
3.3.2	Muestra	41
3.4	Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	42

3.4.1	Técnicas.....	42
3.4.2	Instrumento	42
3.5	Procesamiento y análisis de datos.....	42
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS...		43
4.1	Presentación de resultados	43
4.2	Contrastación de hipótesis.....	52
4.3	Discusion de resultados.....	57
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		59
5.1	Conclusiones	59
5.2	Recomendaciones	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		61
ANEXOS.....		65
MATRIZ DE CONSISTENCIA		65
INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS		67

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de variables</i>	18
Tabla 2 <i>Nivel de la variable endomarketing</i>	43
Tabla 3 <i>Nivel de la dimensión comunicación interna</i>	44
Tabla 4 <i>Nivel de la dimensión adecuación del trabajo</i>	45
Tabla 5 <i>Nivel de la dimensión desarrollo laboral</i>	46
Tabla 6 <i>Nivel de la dimensión contratación y retención</i>	47
Tabla 7 <i>Nivel de la variable satisfacción laboral</i>	48
Tabla 8 <i>Nivel de la dimensión condiciones de trabajo</i>	49
Tabla 9 <i>Nivel de la dimensión remuneraciones y beneficios sociales</i>	50
Tabla 10 <i>Nivel de la dimensión relación con la autoridad y compañeros</i>	51
Tabla 11 <i>Relación del endomarketing sobre la satisfacción laboral</i>	52
Tabla 12 <i>Relación de la comunicación interna sobre la satisfacción laboral</i>	53
Tabla 13 <i>Relación de la adecuación de trabajo sobre la satisfacción laboral</i>	54
Tabla 14 <i>Relación del desarrollo laboral sobre la satisfacción laboral</i>	55
Tabla 15 <i>Relación de la contratación y retención sobre la satisfacción laboral</i>	56
Figura 1 <i>Variable endomarketing</i>	43
Figura 2 <i>Dimensión comunicación interna</i>	44
Figura 3 <i>Dimensión adecuación del trabajo</i>	45
Figura 4 <i>Dimensión desarrollo laboral</i>	46
Figura 5 <i>Dimensión contratación y retención</i>	47
Figura 6 <i>Dimensión de la variable satisfacción laboral</i>	48
Figura 7 <i>Dimensión condiciones de trabajo</i>	49
Figura 8 <i>Dimensión remuneraciones y beneficios sociales</i>	50
Figura 9 <i>Dimensión relación con la autoridad y compañeros</i>	51

RESUMEN

El desarrollo de la presente investigación fue con objetivo de encontrar la relación del endomarketing sobre la satisfacción laboral considerando como unidad de investigación a la minera colibrí Sac; en cuanto a la metodología de la investigación ésta estuvo estructurada por una investigación de tipo aplicada, no experimental, transaccional y contó con un total de 250 servidores de la Unidad de Investigación; no obstante, solamente 152 de ellos fueron considerados como muestra a quienes se les realizó diversas técnicas e instrumentos con la finalidad de recolectar información que pudiese permitir determinar la relación de las variables. Los resultados encontrados en la investigación dan a conocer que el valor de Spearman es ,674 y el nivel de significancia menor al ,05; con los valores encontrados se concluye en la investigación que el endomarketing se relaciona de manera moderada, positiva y significativa sobre la satisfacción laboral.

Palabras claves: satisfacción laboral, endomarketing, comunicación interna, minera adecuación, desarrollo.

ABSTRACT

The development of the present research aimed to find the relationship between endomarketing and job satisfaction, focusing on Colibrí Sac mining company as the research unit. Regarding the research methodology, it was structured as an applied, non-experimental, transactional investigation, involving a total of 250 employees from the Research Unit. However, only 152 of them were considered as the sample, on whom various techniques and instruments were applied to collect information to determine the correlates of the variables.

The research results reveal that the Spearman's correlation coefficient is 0.674 with a significance level below 0.05. Based on these findings, the research concludes that endomarketing correlates moderately, positively, and significantly with job satisfaction.

Keywords: job satisfaction, endomarketing, internal communication, mining adaptation, development.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las organizaciones se encuentran con un mercado cambiante el cual es un entorno que genera una alta competencia entre las organizaciones, también se enfrentan a constantes cambios y desafíos los cuales deben de afrontar haciendo uso de la implementación de diversas estrategias y herramientas para adaptarse a los cambios y desafíos. El mercado cambia a una velocidad vertiginosa la cual es relacionada con los cambios de las preferencias de los consumidores además de las fluctuaciones económicas, por lo que es indispensable que las organizaciones se preparen y puedan anticipar sea estos cambios para que no se rezaguen.

Por lo tanto las organizaciones hacen uso del endomarketing el cual es una estrategia de marketing interno que tiene por finalidad promover la satisfacción y el compromiso del personal que labora dentro de la organización, se enfoca en atraer y retener a los clientes actuales concentrándose principalmente en los clientes internos debido a que estos son quienes van a exponer los productos y servicios a los clientes externos, el endomarketing desempeña un papel de gran relevancia para la creación de una cultura organizacional sólida, promueve la comunicación clara y precisa, genera confianza entre todos los involucrados y fomenta la presencia de valores y compromiso con las metas de la organización.

Es fundamental para la permanencia de las organizaciones dentro de los mercados que éstos generen satisfacción a sus clientes, la satisfacción está referida al bienestar de la persona , a la experiencia satisfactoria y positiva que esta llega a tener; se define también como la percepción que tiene la persona sobre determinadas situaciones; la importancia de la satisfacción laboral se relaciona con la salud y bienestar del personal, esto se debe a que dentro del ambiente laboral siempre las actividades, funciones y obligaciones que realiza el personal ocasiona en ellos estrés.

El endomarketing es una herramienta que contribuye al desarrollo de la satisfacción laboral de diversas manera, en primer lugar crea un ambiente adecuado para el desarrollo de las funciones y obligaciones del personal; además, genera que la cultura de la organización sea la adecuada, fomenta que la actitud y el comportamiento del personal contribuya al desarrollo de las actividades de manera

eficiente, por otro lado hace posible que el personal sea motivado e incentivado y finalmente genera que la atención al cliente se convierta en una experiencia positiva y agradable. Todas las organizaciones deben tener en cuenta la importancia de invertir en el beneficio de su personal, invertir en el personal es invertir en la satisfacción del cliente.

El desarrollo de la presente investigación se efectuó por que en la empresa minera se encontró que dentro de sus instalaciones existen problemas con sus empleados, encontrándose la deslealtad del personal, ineficiencia en su desempeño y en el cumplimiento de sus funciones, por lo que el desarrollo de la estructura de la investigación se efectuó de la siguiente manera:

En el primer capítulo se desarrolla la información de la problemática, objetivos, variables e hipótesis.

En el segundo capítulo la información desarrollada está sujeta a todo lo relacionado con las bases teóricas y antecedentes.

En el tercer capítulo se desarrolla toda la información relacionada a la parte metodológica.

En el cuarto capítulo la información desarrollada es sobre los resultados de la investigación, contrastación de hipótesis y la discusión.

Finalmente, en quinto capítulo la información que se desarrolla es sobre las conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la realidad problemática

En todo el mundo, muchos empleados están estresados por trabajar muchas horas, sufren de inestabilidad emocional y desequilibrio entre la vida personal y laboral. Como resultado, las organizaciones buscan repensar su enfoque en el bienestar y la satisfacción de los empleados, y el 60% de las organizaciones se sienten desconectadas. Los ejecutivos de empresas deben cambiar su forma de pensar (diseñando procesos de innovación y prácticas laborales) para no solo prosperar en sus organizaciones, sino también en sus empleados y sus familias. (Granados, 2022)

Por otro lado, están experimentando cambios constantes debido al impacto Globalización, las empresas cambian sus modelos de negocio, la competencia es cada vez mayor y para ello utilizan algunos métodos. Que son responsables de mejorar la eficiencia de los recursos y su desempeño haciéndolos más productivos. En las empresas se ha considerado que la aplicación de técnicas como el endomarketing mejora los procesos internos y niveles de satisfacción laboral. Se ha adoptado este tipo como herramienta importante, en cierto sentido. Obteniendo ventajas sobre otras empresas por tener empleados motivados y satisfechos siendo un punto de vista favorable, según Cartagena (2023). El endomarketing tiene como objetivo mejorar la cultura y la imagen corporativa para permitir que los colaboradores estén de acuerdo con los valores, productos y servicios de la empresa.

Desde el punto de vista del plan de ventas interno, los empleados de la empresa son vistos como clientes a los que se debe cuidar, haciéndolos sentir parte de la organización, lo que les ayudará a estar más motivados para trabajar y tener mayor fidelidad hacia la empresa. Tomemos como ejemplo la Cia Minera Colibri SAC. Pueden utilizar el marketing interno para mejorar el desempeño de sus colaboradores y mantenerlos más comprometidos con su trabajo. (Monsalve, 2022)

Actualmente los problemas identificados por la empresa indica que un empleado es desleal a la empresa; también se puede ver que los gerentes no trabajan duro para desarrollar las habilidades de los trabajadores, el coste de la formación corre a cargo del personal, pero necesitan que hagan lo suyo. El funcionamiento perfectamente; no les importa si los empleados se quedan o se van, al trabajar en una empresa, prefieren la amistad y los intereses políticos, además, se puede observar que el nivel de comunicación dentro de la empresa es muy bajo, por lo tanto, hay un malentendido; esto incita a los jefes a utilizar el diálogo vertical, que solo hablen con los trabajadores para dar órdenes y hacer prevalecer sus puestos de jefes.

1.2 Definición del problema

1.2.1 Problema principal

PG: ¿De qué manera el endomarketing se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC Arequipa 2022?

1.2.2 Problemas específicos

PE1: ¿De qué manera la comunicación interna se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC Arequipa 2022?

PE2: ¿De qué manera la adecuación de trabajo se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC Arequipa 2022??

PE3: ¿De qué manera el desarrollo laboral se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC Arequipa 2022?

PE4: ¿De qué manera la contratación y retención se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC Arequipa 2022?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

OG: Determinar de qué manera el endomarketing se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía. Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

OE1: Determinar de qué manera la comunicación interna se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

OE2: Determinar de qué manera la adecuación de trabajo se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

OE3: Determinar de qué manera el desarrollo laboral se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

OE4: Determinar de qué manera la contratación y retención se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

1.4 Justificación e importancia de la investigación

1.4.1 Justificación

Justificación teórica

La base teórica para nuestra investigación está justificada, ya que implica el estudio integral de los principios subyacentes relacionados con nuestras variables y dimensiones. Esta investigación ofrecerá una fundamentación teórica que nos ayudará a deducir con mayor confianza nuestro problema de investigación. Al hacerlo, estaremos mejor equipados para seleccionar las soluciones más apropiadas para abordar el problema en cuestión.

Justificación práctica

La justificación práctica de esta tesis se basa en la utilidad de los hallazgos de esta investigación. Los datos presentados en este documento pueden traducirse en conocimientos prácticos que la empresa pueda utilizar. El estudio brinda a la empresa minera una oportunidad para utilizar la información de esta investigación e integrar tácticas que podrían ser potencialmente beneficiosas en el futuro.

Justificación Metodológica

La investigación propuesta sugiere la utilización de una metodología validada, que puede ser aplicada a estudios con casos comparables a escala regional o nacional.

1.4.2 Importancia

Este importante trabajo pone de relieve que el enfoque en el factor humano no es el mismo que en el pasado y ahora debe estar más centrado ya que los empleados de cualquier empresa son su éxito y los directivos, por tanto, deben preocuparse por su bienestar en cada situación. Es importante tener en cuenta el análisis de la relación que existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral, debido a que las dimensiones de estas dos variables permitirán a los gerentes comprender los aspectos que aportan a sus colaboradores, obteniendo así un trabajo muy competitivo y motivado.

1.5 Variables. Operacionalización

Caracterización de Variables

a) Variable Independiente

X: Endomarketing

Dimensiones:

X1: Comunicación interna

X2: Adecuación de trabajo

X3: Desarrollo laboral

X4: Contratación y retención Variable Dependiente

Y: Satisfacción laboral

Dimensiones:

Y1: Condiciones de Trabajo

Y2: Remuneraciones y Beneficios Sociales

Y3: Relación con la autoridad y compañeros

Tabla 1*Operacionalización de variables*

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
V. Independiente Endomarketing	Esta variable es definida como el conjunto de diversas actividades que tienen como resultado la generación de estrategias las cuales lograrán un incremento, en la eficiencia de las actividades que realizan; dándose a través del entorno laboral por sus necesidades y deseos, proporcionando así un servicio universal (Del Aguila, 2022)	1. Comunicación interna	1.1. Cultura y valores Organizacionales 1.2. Conocimiento de las actividades de la organización 1.3. Conocimientos de cambios
		2. Adecuación de trabajo	2.1. Cambio de función 2.2. Libertad de decisión 2.3. Atención de necesidades
		3. Desarrollo laboral	3.1. Capacitación 3.2. Conocimientos 3.3. Oportunidades
		4. Contratación y retención	4.1. Adecuada contratación 4.2. Nivel salarial 4.3. Beneficios laborales
V. Dependiente Satisfacción laboral	Se refiere al rendimiento comportamiento de los empleados organización, basada en comportamientos frecuentes en el desarrollo de sus actividades, en otras palabras, es una evaluación rigurosa de la satisfacción tener en cuenta el sentido de profesionalismo de los empleados dentro de la organización. Dentro del cual si no está satisfecho, la cuenta generará un retorno negativo para la organización. (Cotrado & Rodríguez, 2021)	5. Condiciones de Trabajo	5.1. Capacitación para desempeño laboral 5.2. Seguridad en instalaciones para desarrollo laboral 5.3. Reconocimiento de horas extras 5.4. Permanencia 5.5. Cumplimiento de objetivos trazados
		6. Remuneraciones y Beneficios Sociales	6.1. Puntualidad en sus pagos 6.2. Sueldo respecto a la labor 6.3. Cumplimiento de beneficios sociales
		7. Relación con la autoridad y compañeros	7.1. Valorización del esfuerzo por parte del superior 7.2. Relaciones interpersonales entre compañeros 7.3. Trabajo en equipo

Nota: Elaboración propia.

1.6 Hipótesis y variables

1.6.1 Hipótesis principal

HG: El endomarketing se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

1.6.2 Hipótesis específicas

HE1: La comunicación interna se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

HE2: La adecuación de trabajo se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

HE3: El desarrollo laboral se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

HE4: La contratación y retención se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Internacionales

Para Vilorio (2022), en su estudio:

La competencia en el mundo empresarial se hace cada día más difícil, lo que exige a las empresas estar adecuadamente preparadas para afrontar nuevos retos. Así, el objetivo de esta investigación es evaluar las estrategias de marketing interno, también conocido como endomarketing, y el clima organizacional en diversos concesionarios ubicados en la ciudad de Barranquilla. Epistemológicamente, este estudio pertenece al paradigma cuantitativo, y es de diseño no experimental y descriptivo. Los datos de corte transversal y de campo se obtuvieron a través de una encuesta que utilizó un cuestionario tipo Likert con escala ordinal. El cuestionario fue revisado meticulosamente por expertos en la materia. La confiabilidad de los datos se determinó utilizando el método alfa de Cronbach, que arrojó un resultado altamente confiable de 0,92. La encuesta se realizó en cuatro concesionarios ubicados en la ciudad de Barranquilla. Los hallazgos del estudio revelaron que las estrategias de Endomarketing implementadas por las concesionarias no fueron seguidas adecuadamente. La utilización del empleo interno es crucial para mantener un ambiente organizacional positivo y próspero. Cuando no se prioriza el empleo interno, puede impedir la eficiencia y eficacia de los procedimientos organizacionales.

Como solución, se recomienda implementar estrategias para cultivar procedimientos efectivos que puedan cumplir con éxito los objetivos previstos y asegurar una ventaja competitiva que perdure durante un período prolongado de tiempo.

Así también Arteaga et al. (2022), en su artículo de investigación:

La satisfacción laboral es una actitud importante de los clientes internos (empleados), que se verá afectada por diversos factores tangibles e intangibles. Esto dicta que estos factores deben gestionarse para lograr la satisfacción declarada. En este sentido, el marketing interno surge como una perspectiva de aplicación de la estrategia de marketing interno de una organización, teniendo como eje central a los clientes internos, y su propósito es manejar mejor la relación con los clientes externos (consumidores) para lograr los objetivos comerciales. La investigación fue establecer la relación entre la satisfacción laboral y el marketing interno en la industria hotelera de Manta, Ecuador. Se utilizaron métodos de investigación cuantitativos, empleando diseños descriptivos exploratorios y métodos no experimentales relacionados. Utilizando los coeficientes de relación de Kendall Pearson y Spearman, existe un alto grado de correlación positiva entre las variables de estudio.

Según Wasaf y Muhammad (2021) en su artículo:

El objetivo Estuvo sujeta directamente al examinar el impacto que se genera en la satisfacción laboral cuando los empleados de Peshawar, Pakistán. Desempeñan sus funciones, por lo cual fue necesario contar con una muestra de 180 personas, mediante la muestra se logró encontrar que existe una correlación entre las variables, en es decir que al presenciarse una mayor satisfacción el desempeño incrementará esto se producirá de manera viceversa. No obstante, debido a la inestable situación económica y política de Peshawar, es necesario que todas las organizaciones logren un alto rendimiento empleando diferentes técnicas y enfoques para aumentar la motivación y satisfacción de los empleados.

González (2020), en su trabajo de investigación:

El objetivo principal de esta investigación es proporcionar a la empresa un plan estratégico. Un enfoque eficaz del endomarketing implica delegar tareas y empoderar a los miembros de su equipo. Este enfoque le permite fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y colaborativo donde todos los miembros se sienten valorados y confiables. Al brindarles a los miembros de su equipo más autonomía y poder de toma de decisiones, puede aumentar su sentido de propiedad y responsabilidad, lo que puede conducir a una mayor motivación y productividad. Además, este enfoque puede ayudarle a identificar y fomentar el potencial de liderazgo dentro de su equipo, lo que puede beneficiar a la organización en su conjunto. La empresa estableció una alianza estratégica con la mencionada organización. La investigación se enriqueció con datos cualitativos obtenidos a través de un extenso proceso de entrevistas. Esta entrevista estuvo compuesta por 22 preguntas dirigidas al cliente interno y 18 preguntas enfocadas al cliente externo. Además, se entrevistó a un gerente interno y se realizó una encuesta sobre el clima laboral, la cual se dividió en 5 grandes temas y constó de un total de 62 preguntas. Este enfoque integral permitió un análisis exhaustivo de los resultados de la investigación. Profundizar y diferenciar las diversas perspectivas sobre el entorno interno es el objetivo que nos ocupa. Junto a vosotros esta tarea se realizará. La creación de la herramienta propuesta se basó en conocimientos previos, así como en la utilización de textos, artículos y otros recursos comparables de fuentes secundarias que se citan en la conclusión del documento.

Araya (2019) en su artículo:

La adecuada gestión de las organizaciones requiere una cuidadosa consideración de variables como la satisfacción laboral y el clima organizacional. La ausencia de estos importantes factores puede generar efectos adversos como ausentismo, altos índices de rotación y la manifestación de disfunciones o enfermedades que pueden impactar negativamente a la organización, su personal y sus usuarios. El objetivo de

este estudio fue determinar la relación entre la satisfacción laboral y el clima organizacional percibido de funcionarios de atención primaria de salud en una comuna chilena. En este estudio analítico transversal, se encuestó a 110 funcionarios de dos Centros de Salud Familiar de la comuna utilizando las escalas desarrolladas por Chiang et al. (2010) para medir su satisfacción laboral y clima organizacional. Se utilizó la prueba Rho de Spearman para explorar las correlaciones entre las dos variables. Los resultados indicaron que ambos centros de salud exhibieron un nivel moderado de satisfacción laboral (con un puntaje promedio de $3,32 \pm 0,93$) y clima organizacional (con un puntaje promedio de $3,45 \pm 0,83$) en una escala de 1 a 5. La dimensión con menor promedio El puntaje de satisfacción laboral fue la satisfacción con el ambiente físico (con un puntaje de $2,80 \pm 0,93$), mientras que la dimensión con menor puntaje promedio en clima organizacional fue el reconocimiento (con un puntaje de $3,12 \pm 0,77$). Los funcionarios de salud estudiados reportaron las puntuaciones promedio más altas en satisfacción laboral ($3,56 \pm 0,87$) y confianza ($3,66 \pm 0,88$). La correlación entre estas dos escalas resultó ser estadísticamente significativa, de 0,636 ($p \leq 0,001$). Se puede concluir que la percepción de un clima organizacional positivo está directamente correlacionada con una mayor satisfacción laboral entre estos funcionarios de salud.

Guerrero et al. (2019), en su estudio:

El objetivo del estudio fue analizar la relación entre la satisfacción laboral y el involucramiento de los empleados en el área operativa de una empresa de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, identificando el nivel de satisfacción laboral y el nivel de involucramiento. El estudio es de enfoque cuantitativo transversales experimentales y descriptivas; Esta investigación está formado por trabajadores del área operativa de una empresa, para la selección de la muestra se realizará un muestreo probabilístico aleatorio simple; De igual forma, se construyeron dos instrumentos: uno enfocado a la satisfacción laboral que consta de 25 ítems, los cuales se dividieron en cuatro dimensiones: satisfacción con los superiores, condiciones laborales, trabajo realizado y refuerzo positivo, con base en los resultados obtenidos se conoce

que en general el instrumento Satisfacción Laboral obtuvo un nivel alto por parte de 79 colaboradores.

Finalmente, con base en los resultados obtenidos se encontró una relación directa significativa ($Rho\ 0,75; p\ 0,00$), indicando que a mayor nivel de satisfacción laboral, mayor nivel de implicación. exige una agenda progresista en la que el bienestar de los trabajadores y las políticas productivas se integren y se prioricen al mismo tiempo.

2.1.2 Nacionales

Según Cartagena (2023), según su investigación:

El objetivo de esta tesis fue evaluar el grado de efectividad del Endomarketing. el presente estudio examina la correlación entre la satisfacción laboral y los empleados de Almacenes 1001, empresa ubicada en Santo Domingo, Ecuador en el año 2022. La metodología del estudio es cuantitativa y básica, utilizando un enfoque correlacional y un modelo de diseño no experimental. La técnica de estudio se establece para proporcionar un análisis completo, se utilizó la encuesta como el método preeminente de investigación, seleccionado en base a la intención de la investigación. El cuestionario fue la principal herramienta de estudio, compuesto por 30 ítems evaluados mediante una escala tipo Likert. Los participantes del estudio totalizaron 95 trabajadores, seleccionados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los hallazgos indican una conexión sustancial entre el Endomarketing y la Satisfacción Laboral entre los trabajadores, como lo demuestran los resultados de la prueba de correlación estadística de Pearson. El coeficiente de 0,721 muestra una fuerte correlación positiva entre las dos variables. Después de un examen exhaustivo, se concluyó que la conducta de la variable Endomarketing refleja la de la variable Satisfacción. En resumen, ambas variables exhiben un comportamiento comparable. Por lo tanto, existe una conexión entre los dos.

Para Ponce (2023) no indica que:

La investigación se realizó con la finalidad de mejorar el clima de la organización a través de la implementación del endomarketing de manera eficiente en VI Brigada de Fuerzas Especiales. La metodología de investigación empleó un enfoque descriptivo proactivo con un análisis cuantitativo, utilizando un enfoque no experimental. diseño transversal. Los resultados encontrados luego de aplicarse un procesamiento adecuado a la muestra dieron a conocer que el chico cuadrado presentó un valor de 9,4877, y una significancia menor al 005 por lo tanto las estrategias que se desarrollaron para el bienestar del personal militar incluyen capacitación trimestral, talleres frecuentes que cubren diversos temas que brindan conocimientos valiosos y clases y premios organizados por el Alto Jefe.

Según Aguila (2022), en su estudio:

La investigación tuvo como objetivo establecer una correlación entre el endomarketing y la satisfacción laboral entre los trabajadores de Sodexo Perú SAC, específicamente en la unidad minera Argentun. La investigación tuvo un diseño cuantitativo, no experimental, correlacional y transversal. El estudio incluyó a 75 empleados que fueron encuestados utilizando un cuestionario como instrumento. Los resultados muestran que el 24,00% de los empleados calificó el nivel de endomarketing como bueno, el 57,33% lo calificó como regular y el 18,67% lo calificó como malo, lo que indica un nivel regular de endomarketing. Asimismo, el 21,33% de los empleados calificó la satisfacción laboral como buena, el 56,00% como regular y el 22,67% como mala, lo que indica un nivel regular de satisfacción laboral. Los resultados de la prueba Rho de Spearman mostraron una relación positiva y significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral (0,859), con un valor de significación de 0,000 ($<0,05$) entre los empleados de Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun en el año 2021.

Según Monsalve (2022), en su investigación:

El presente estudio, titulado “Estrategias de Endomarketing para la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de Grupo Ases Capital S.A.C

2019”, tiene como principal objetivo recomendar estrategias de endomarketing que permitan mejorar la satisfacción laboral de los colaboradores de la mencionada empresa. Para lograr esto, el estudio primero identificó el problema existente realizando un diagnóstico del estado actual del endomarketing dentro de la empresa y determinando el nivel de satisfacción laboral entre su personal. Se utilizó un cuestionario para recopilar esta información. Cuando los dueños de la empresa aplicaron un conjunto de 21 preguntas a sus 22 empleados, se sorprendieron al descubrir ciertas deficiencias en ciertas áreas. Se hizo evidente que ciertas estrategias de endomarketing no habían sido implementadas, lo que resultó en un bajo nivel de satisfacción laboral entre los empleados. A raíz de estos hallazgos, la empresa pretende proponer nuevas estrategias de endomarketing que repercutirán positivamente en la satisfacción laboral de sus empleados. Estas estrategias se centrarán en mejorar la comunicación, las relaciones interpersonales, el trabajo en equipo, el reconocimiento y la adaptación al entorno laboral. Los talleres que se han sugerido implicarían la realización de varias actividades.

Así también para el autor Barreto (2021):

La empresa MINEROS ARTESANALES PARCOY RETAMAS S.A, se dedica íntegramente a extraer y comercializaciones minerales. Los terrenos en los que opera la empresa fueron previamente explotados por ellos entregarlos a la población. Al producirse problemas la empresa presente una comunicación inadecuada e incluso y la lamentable muerte de dos empleados durante la supervisión. Además, la ausencia de una cultura corporativa y estándares de cumplimiento resultó en una fuerza laboral desmotivada y un ambiente de trabajo negativo que comprometió el contrato de la empresa. Para abordar estos desafíos, se implementó el enfoque de Endomarketing. En primer lugar, se renovó el organigrama y se ofrecieron charlas motivacionales y educativas al personal para potenciar la comunicación y la integración. Estos esfuerzos resultaron en una comunicación optimizada entre la junta directiva y las áreas administrativas, una mayor motivación y satisfacción entre los empleados a través del reconocimiento y la eliminación total de

incidentes fatales. En particular, el proceso de entrega de minerales también mejoró. En conclusión, la aplicación de técnicas de Endomarketing fue fundamental para mejorar el funcionamiento interno de la empresa MINPAR.

Según Acosta y Fernández (2021):

En 2020 se realizó un estudio sobre la efectividad del endomarketing en la percepción de la imagen interna de los colaboradores de Compañía Minera Antamina S.A. en la Provincia de Huari de la Región Ancash. Se incluyeron en el análisis un total de 120 trabajadores, utilizando un muestreo no probabilístico por conveniencia. El estudio utilizó una metodología no experimental con un método inductivo, recolectando, analizando y presentando datos. El diseño de investigación fue transversal y causal-explicativo, ya que tuvo como objetivo establecer relaciones causales entre las variables en estudio. Además, el estudio tuvo como objetivo. Para recopilar datos, los investigadores utilizaron tanto encuestas como entrevistas. El cuestionario y la guía de entrevista fueron utilizados como instrumentos para estas respectivas técnicas. Para probar la hipótesis se empleó la prueba estadística Chi-cuadrado. Los resultados mostraron que el endomarketing jugó un papel importante en la formación de la imagen interna de los empleados de Compañía Minera Antamina S.A. como lo demuestra un valor de p de .000, que es menor que el punto de corte estándar de 0.05. Esto confirma la hipótesis. En base a estos hallazgos se puede concluir que las estrategias de endomarketing implementadas por la empresa han tenido un impacto positivo en la percepción de la imagen interna de la empresa por parte de sus clientes. La colaboración entre los empleados es un claro indicio de que la organización gestiona eficazmente sus recursos humanos, brindándoles las condiciones adecuadas para el desempeño oportuno de sus funciones.

2.1.3 Locales

Según Cotrado y Rodríguez (2021):

El objetivo principal de este estudio fue establecer la correlación entre la gestión administrativa y la satisfacción laboral dentro de la I.E. Fortunata Gutiérrez de Bernedo Cercado, Arequipa, en 2021. La metodología de investigación utilizada en este estudio se basó en el tipo básico de diseño correlacional y no experimental. Los datos se obtuvieron a través de una encuesta compuesta por dos cuestionarios, cada uno de ellos compuesto por un total de 40 preguntas, la muestra conformada por 26 empleados de la mencionada institución educativa, fue analizada mediante diversos instrumentos. Una de las dimensiones bajo escrutinio fue la de la gestión administrativa y sus implicaciones. En este estudio en particular, los factores de satisfacción laboral se evaluaron a través de varias dimensiones como compensación, reconocimiento, oportunidades de promoción y condiciones laborales. Además, también se analizaron los aspectos de gestión administrativa de control, dirección, organización y planificación. La hipótesis general que se propuso para este estudio fue que existe una clara conexión entre los factores antes mencionados y los niveles de satisfacción laboral en la I.E. Fortunata Gutiérrez de Bernedo en Cercado, Arequipa en el año 2021. El valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman resultante fue $r=0.852$, lo que indica una fuerte correlación positiva entre estas variables. Tras la interpretación y análisis de los datos, se puede concluir que existe una fuerte correlación positiva entre las dos variables.

Según Conde (2021):

El estudio titulado “Endomarketing y su impacto en la satisfacción laboral de los trabajadores de Electrosur S.A Tacna en el año 2019” fue determinar la correlación entre el Endomarketing y el nivel de satisfacción laboral que experimentan los trabajadores de la empresa. Ya que fueron objeto de investigación. El estudio fue categorizado como cuantitativo en cuanto a la metodología, y el diseño de investigación fue no experimental, utilizando un enfoque transversal. Se utilizó un cuestionario para recolectar

datos de una población de 33 trabajadores de Electrosur S.A Tacna. Para determinar el efecto, se empleó un estadístico de regresión lineal simple y los datos se analizaron con el programa estadístico SPSS 25.

Según Coronado (2021):

El impacto del endomarketing en la eficiencia laboral del personal administrativo de Clínica La Luz Tacna S.A.C en el año 2021 es el tema principal de este trabajo de investigación. La metodología utilizada en este estudio es no experimental, ya que los datos se recopilan de primera mano de los propios empleados. Como objeto de estudio, la realidad no es solo descriptiva, sino también correlacional según el propósito de la investigación. El objetivo de este estudio es investigar cómo incide el endomarketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna en el año 2021. Mediante la evaluación de diversos aspectos de la ejecución y motivación del personal para el cumplimiento de sus funciones, esta investigación busca potenciar la gestión de la organización y lograr sus objetivos, con la ayuda de recursos humanos, supervisará una investigación a todos los administradores asociados a Clínica La Luz Tacna. La investigación se centrará en garantizar el cumplimiento de todas las normas y protocolos necesarios. La implementación del plan de endomarketing, incluyendo la toma de decisiones y su ejecución física, fue un aspecto crucial de esta investigación. El tamaño de la muestra tomada fue del 100%, representando la totalidad de la población de 40 trabajadores. Se emplea la técnica de utilizar encuestas y cuestionarios como instrumentos para evaluar el impacto del endomarketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica La Luz Tacna 2021. Los resultados de esta evaluación indican un desinterés por el consumidor interno y una falta de inclusión del personal en los objetivos, visión y misión de la empresa. Se observa que la mayor parte del personal desconoce estos objetivos, visión y misión, lo que repercute negativamente en su desempeño laboral en general.

Según Cáceres (2021):

El enfoque principal de este documento se centra en la proposición de la tesis titulada "Endomarketing y su correlación con el estudio examina el desempeño laboral de los empleados de SERTAAD S.R.L en las regiones de Tacna y Moquegua durante el año 2020. El objetivo principal es establecer una conexión entre las estrategias de endomarketing y los niveles de desempeño laboral. La investigación se clasifica en básica o pura, con un enfoque descriptivo correlacional y un diseño no experimental. El método de recolección de datos empleó un cuestionario que fue distribuido entre sesenta empleados de la empresa. Los resultados del estudio permiten a los gerentes corporativos contemplar y evaluar las ventajas de cultivar una base de clientes internos para mejorar el ambiente de trabajo y la competitividad general de la organización.

2.2 Bases teóricas

Endomarketing

De acuerdo con Vilorio (2022) en las empresas modernas, el cliente interno se ha convertido en el centro de atención y es crucial que los gerentes prioricen su bienestar y felicidad. Su enfoque debe estar en cuidar a estas personas centradas en el personal.

Según Peiró (2019):

La ejecución exitosa de los planes depende de los esfuerzos de colaboración de varios departamentos dentro de una empresa. Esto requiere una gran coordinación e interdependencia entre estas diferentes áreas para garantizar que se logre el endomarketing. Seguir la máxima de la asistencia colaborativa es crucial. Sólo entonces podrá comunicarse eficazmente el plan de marketing a su público objetivo.

Según ZenCortés (2020):

El análisis financiero de la actividad financiera y el análisis de la economía empresarial.

Para Barreto (2020) en su artículo:

El análisis financiero manera significativa.

2.2.1 Variable Independiente: Endomarketing

En la actualidad, la gestión eficaz de los recursos humanos se ha convertido en una parte indispensable de cualquier negocio que se esfuerce por lograr una expansión constante. Esta cuestión es de suma importancia y ya no debería limitarse únicamente al ámbito de la gestión. La clasificación de los recursos humanos como el activo más valioso no sólo debe limitarse a consideraciones operativas o tácticas, sino que también debe ampliarse para abarcar una visión más amplia. Como recurso de diversa complejidad, una empresa necesita gestión. Varios autores han reconocido la importancia del endomarketing en los últimos tiempos. El consenso entre ellos es que el rango o posición de un empleado dentro de una organización, cada miembro tiene un impacto notable en el valor percibido que los clientes externos atribuyen a la empresa. La relación ejercida por estos miembros no depende de su ubicación dentro de la jerarquía de la empresa. La estructura jerárquica de una empresa puede tener un impacto significativo en su rentabilidad general. (Acosta & Fernández, 2021)

Según Coronado (2021) en su investigación:

El endomarketing es una de las formas más efectivas de reducir la rotación (rotación de empleados) y atraer profesionales de alta calidad a su empresa. La estrategia ha ayudado a crear una imagen de un excelente lugar de trabajo y el trabajo soñado para muchos.

La importancia de endomarketing según Aca (2017) citado por coronado (2021), en empresas de todos los tamaños y giros, con proyectos y estrategias, los colaboradores juegan un papel crítico en el éxito del proyecto, y es importante determinar qué se relaciona y por qué todos los colaboradores tampoco lo entendieron. Es importante involucrar a todos los empleados y fomentar su compromiso. Los campos del endomarketing y satisfacción laboral han funcionado estratégicamente del éxito del proyecto, existen

herramientas de colaboración empresarial, pero hay que monitorear para asegurarse de que se haya entendido el mensaje, no asuma que enviando un correo electrónico genérico se entenderá el mensaje. Identificar a los clientes internos es importante y debe ser atendido. El endomarketing debería ser una práctica común en las empresas, pero no lo es, y en muchos casos los proyectos o iniciativas se implementan “en seco”, sin difusión y desconocimiento; la percepción de los colaboradores puede llevarlos a rechazar las dinámicas internas.

2.2.1.1 Comunicación interna

La comunicación eficaz es una piedra angular crucial para el cumplimiento de metas y la consecución de sus objetivos. Esto se debe a que permite la difusión de políticas, valores y planes ejecutables destinados a cultivar un ambiente de trabajo positivo. Cuando la comunicación es clara y consistente, fomenta la coherencia en los mensajes intercambiados entre colegas y desde la alta dirección.

Para poder entender mejor la Comunicación interna tenemos como indicadores.

- a. Cultura y valores Organizacionales:** Se puede definir como un resumen de valores, reglas, procedimientos y principios compartidos por todos los miembros de la organización. Si eres gerente o emprendedor, definitivamente enfrentarás obstáculos para alcanzar el nivel más alto de productividad en tu organización.
- b. Conocimiento de las actividades de la organización:** Está relacionado con la derivación de la experiencia que se produce en los trabajadores a través de diversos periodos de tiempo en donde realizan actividades y cumplen funciones dentro de una organización .
- c. Conocimientos de cambios:** El conocimiento puede ser dinámico y cambiante, pero en algún momento, todos lo moldean pensando en qué es el conocimiento, aunque sea brevemente, incluso a medida que cambia, se expande o se comprende más profundamente con el tiempo.

2.2.1.2 Adecuación de trabajo

El trabajo realizado por el empleado indica mayor desempeño en el campo, que es relacionado con emociones especialmente con aquellas que impulsan su colaboración para realizar las actividades, porque los colaboradores deben tomar decisiones de inmediato en lugar de hacer esperar a los clientes. Finalmente, puede contribuir con el reconocimiento (Ponce, 2023)

- a. **Cambio de función:** es el acto de cambiar una cosa por otra, abandonar una cosa o situación por otra, o cambiar algo por otra cosa o situación que se cree que tiene un valor similar.
- b. **Libertad de decisión:** Incluso cuando seamos viejos, poder tomar nuestras propias decisiones y vivir nuestra vida diaria según nuestros propios deseos y preferencias es fundamental para la dignidad humana. Todo el mundo tiene derecho a esta autonomía e independencia.
- c. **Atención de necesidades:** impulsos o motivos humanos diseñados para satisfacer una falta de cualidades variables como alimento, agua, refugio, protección, afecto, seguridad, etc.

2.2.1.3 Desarrollo laboral

Esta dimensión está sujeta a diversas actividades entre las cuales existen principales actividades que se relacionan directamente con el marketing interno el cual tiene la función de responder por los Recursos Humanos de la organización entre otros tipos de recursos todo con la responsabilidad de lograr el incremento y desarrollo de las habilidades del trabajador (Ponce, 2023)

- a. **Capacitación:** Está sujeta directamente a la realización de diversas actividades que en conjunto permiten el cumplimiento de obligaciones así también son aquellas que van a permitir incrementar el conocimiento y las habilidades que poseen los trabajadores para que su desempeño sea eficiente.
- b. **Conocimientos:** Se considera como el acto en donde se tiene como resultado la obtención de una información de gran valor con la que es

fácil comprender las razones y la realidad de las situaciones, Refiriéndose directamente al aprendizaje.

- c. **Oportunidades:** son las circunstancias convenientes y la fusión de espacios y períodos de tiempo apropiados para obtener beneficios o alcanzar metas. Así, una oportunidad es un momento o condición propicia para la acción.

2.2.1.4 **Contratación y retención**

Seleccionar eventos a los que asisten personas con determinadas características, las empresas, en el proceso aplican técnicas de marketing para atraer y retener el mejor talento, sin embargo, el talento no sólo debe ser reclutado, contratado y retenido, sino que también debe ser capacitado y motivado para relacionarse en los clientes externos como una ventaja competitiva para la empresa. (Ponce, 2023)

- a. **Adecuada contratación:** Es un proceso de una serie de servicios que implica buscar, seleccionar y contratar empleados. Para mejorar su eficacia, es necesario elegir razonablemente la forma y el método de evaluación de los solicitantes de empleo.
- b. **Nivel salarial:** Las políticas de igualación salarial se basan en el principio de igual salario por igual trabajo y también pueden basarse en la premisa de que una mayor responsabilidad equivale a un salario más alto. (Nogales, 2022)
- c. **Beneficios laborales:** Estos son conocidos como el grado en el que se explica la satisfacción que se relaciona a través de diversos incentivos estos incentivos son propicios como un pago de reconocimiento que se le da al trabajador. (Conde, 2021)

2.2.2 **Variable Dependiente: Satisfacción laboral**

Según los autores incluye comportamientos comunes que una persona expresa a través del trabajo, este suele estar relacionado con el desempeño de los colaboradores, es decir, es un valor clave de la felicidad ocupacional considerando el comportamiento desfavorable de los empleados insatisfechos

en su desempeño y relacionado con la entidad. Esta felicidad depende del grado de similitud entre los requisitos y expectativas de desempeño de los empleados. (Cotrado & Rodríguez, 2021)

Según Cartagena. (2023):

Se define como un estado de bienestar que experimentan los trabajadores en el lugar de trabajo, pero en este caso

Muchos aspectos importantes pueden afectarlo, como el clima, el entorno, la comunicación, el liderazgo de los responsables de RR.HH. y otros aspectos que hacen que los trabajadores se sientan cómodos y seguros. Cuando todo esto se cumple satisfactoriamente se puede decir que los trabajadores están muy satisfechos con su espacio de trabajo.

Según Monsalve (2022):

Señale que hoy en día existen muchas definiciones aceptadas sobre el tema de la satisfacción laboral y que cada autor ha propuesto su propia definición varias veces. Para desarrollar nuevas ideas para su propia investigación sobre satisfacción laboral se determinan de varias maneras. En primer lugar, varios conceptos ven la satisfacción laboral como una emoción, un estado mental o una respuesta afectiva.

2.2.2.1 Condiciones de trabajo

Son las características de la empresa en la que desarrolla sus actividades y del entorno en el que opera los colaboradores desarrollan actividades que pueden impactar positivamente la prevención de incidentes para proteger y garantizar la salud del personal, incluso teniendo en cuenta las características generales del entorno laboral. Podemos decir que se refiere a la consideración de todos los aspectos del ambiente de trabajo que requieren esfuerzo físico o intelectual por parte de los colaboradores e imponen un costo físico y psicológico al trabajador. (Cotrado & Rodríguez, 2021)

a. Capacitación para desempeño laboral: Es un enfoque que emplean las empresas para que sus empleados adquieran nueva experiencia en el

campo en el que normalmente trabajan o no, porque la gente cree que tiene las herramientas para adquirir ese conocimiento.

- b. Seguridad en instalaciones para desarrollo laboral:** La seguridad en el trabajo se refiere básicamente a un conjunto de normas y métodos encaminados a reducir la incidencia de accidentes, riesgos y enfermedades profesionales de los trabajadores dentro o fuera del entorno laboral.
- c. Reconocimiento de horas extras:** Información proporcionada fuera de la jornada laboral normal; si se excede el número máximo de horas extras reconocidas, el exceso de horas se computará como tiempo de compensación.
- d. Permanencia:** Es la continuidad inquebrantable, constancia, perseverancia, estabilidad, inmutabilidad.
- e. Cumplimiento de objetivos trazados:** El objetivo de la reunión es que los participantes comprendan qué deben hacer y en qué concentrarse. Esta es una declaración simple que explica cómo se espera lograr el propósito de la reunión.

2.2.2.2 Remuneraciones y beneficios sociales

Los beneficios sociales se pueden definir como remuneraciones o beneficios que los empleados de una empresa reciben por su trabajo además del salario.

- a. Puntualidad en sus pagos:** Quiere decir disciplina de estar a tiempo para cumplir nuestros compromisos adquiridos deliberadamente.
- b. Sueldo respecto a la labor:** Este es el pago que recibe un trabajador por el trabajo realizado para un empleador y el monto se establece en el contrato de trabajo. Los salarios se reciben principalmente en dinero, pero también puede haber una parte en especie que puede valorarse en dinero.
- c. Cumplimiento de beneficios sociales:** Los beneficios sociales se pueden definir como remuneraciones o beneficios que los empleados de una empresa reciben por su trabajo además del salario.

2.2.2.3 Relación con la autoridad y compañeros

Las relaciones de poder se establecen a través de la estructura organizacional de la empresa, donde cada jerarquía tiene cierta autoridad y responsabilidad sobre las personas y los procesos que se encuentran debajo de ella.

- a. **Valorización del esfuerzo por parte del superior:** El esfuerzo es un valor que tienen las personas y puede definirse como la voluntad, la fuerza o el impulso para alcanzar una meta perseguida a pesar de las dificultades encontradas en el camino.
- b. **Relaciones interpersonales entre compañeros:** Definida como un vínculo que se propicia entre 2 partes, el vínculo está formado a través de emociones y sentimientos las cuales se crean por medio de experiencias.
- c. **Trabajo en equipo:** se produce cuando diversos participantes se juntan para realizar actividades determinadas y así poder cumplir con sus responsabilidades

2.3 Definición conceptual

Adaptabilidad

Se refiere a que una persona tiene que adaptarse a diferentes circunstancias y asumir diferentes obligaciones y ser proactiva.

Beneficios

La evidencia disponible sugiere que esto transmite la impresión de positividad. Las ventajas de contar con un colaborador en relación a una organización

Compromiso

Es una promesa que puede cambiar una realidad, el compromiso expresa palabras lo que pensamos con valentía, acciones que hablan más que las palabras, hacer tiempo cuando no tenemos tiempo y cumplir promesas cuando tenemos tiempo. La adversidad es el material para forjar el carácter para cambiar las cosas,

la integridad debe triunfar sobre la duda todos los días. El compromiso y el cumplimiento de las promesas son la esencia de la iniciativa.

Calidad de trabajo y bienestar

Se conoce como aquellas actividades en las que el personal desempeña de manera eficiente sus funciones, no obstante al generarse estas actividades usualmente el personal suele estresarse, por lo que resulta fundamental que las organizaciones opten por tomar medidas que permita disminuir el estrés ocasionado por el conjunto de las funciones y obligaciones

Colaboradores más motivados

El endomarketing puede aumentar la motivación de los empleados. Esto sucede porque las empresas están más abiertas a las ideas y mejoras que aportan los empleados. Cuando los empleados notan que se encuentran en un entorno que se preocupa por la calidad y el bienestar del trabajo, su motivación aumenta.

Optimización de la productividad

La productividad también puede hacerse realidad a través de una buena estrategia de ventas internas. ser colaborador Se sienten más motivados y satisfechos con su trabajo, se desempeñan mejor, son más proactivos y tienen garantizados mejores resultados.

Productividad

Se conoce como el cumplimiento de las actividades de manera eficiente, dentro de la productividad se logra medir el desarrollo que tiene el personal y el uso que le da los recursos así también se mide la cantidad de productos que estos llegan a producir con relación a los recursos que se les proporciona.

Satisfacción

Es el resultado que se tiene cuando las personas están contentas y conformes con lo que se les brinda o con lo que realizan. (Coronado, 2021)

Servicio

El acto de servicio implica un esfuerzo colectivo de un grupo de colaboradores que brindan un resultado beneficioso para un grupo separado de

clientes externos. El resultado de este servicio tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio prestado por el grupo colaborador. (Barreto N. J., 2021)

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Tipo de investigación

Este estudio será aplicada, de lo cual, Cohen et al (2019) indica claramente que este tipo tiene una caracterización única en donde se provee diversas soluciones a un problema existente, en base a lo expresado por el autor, nuestro trabajo es de tipo aplicada.

3.2 Diseño de investigación

Este tipo de investigación presenta un diseño no experimental, transaccional esto con la finalidad de que los datos a considerar pertenecerán a un determinado periodo de tiempo

De este tipo de diseño, Mata (2019) este diseño es en donde los investigadores aplican cuando ellos no realizan acciones para manipular a las variables sino por lo contrario en las observan, estudian y analizan en su estado natural

Asimismo, su enfoque es cuantitativo.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Condori (2020) indica claramente que la definición de la población está relacionada con un conjunto de elementos los cuales comparten características similares y forman parte de un espacio.

La población con la cual se trabajará en la presente investigación será de 250 servidores de la entidad.

3.3.2 Muestra

Condori (2020) explica que la muestra es una parte extraída de la población, esta parte extraída será la que va a ser analizada y estudiada por los investigadores para de esta manera que se pueda generar respuestas y se cumpla con el objetivo planteado.

Para efectos de determinar la muestra para una población finita se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n= Tamaño de la muestra buscado

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza deseada

p= Probabilidad de que ocurra el evento (éxito)

q= Probabilidad de que no ocurra el evento (fracaso)

e= Error de estimación máximo aceptable

Para nuestro estudio trabajaremos con los siguientes valores:

n = ?

N= 250

Z= 95% (1.96)

e= 5%

p= 50%

q= 50%

Entonces, reemplazando valores tenemos lo siguiente:

$$n = \frac{(250) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (250-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n = 152

En consecuencia, la muestra a la cual se aplicará el instrumento será de 152 servidores.

3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

3.4.1 Técnicas

En la presente investigación la técnica aplicada para recoger la información fue la encuesta esta técnica se ajusta adecuadamente a lo que se necesita en la investigación por lo que según lo comentado por Hernández (2014) expone que es un conjunto de diversas preguntas ordenados de manera adecuada

3.4.2 Instrumento

En cuanto al instrumento aplicado en la investigación está es el cuestionario, este instrumento se adapta adecuadamente a los requerimientos que presentan la investigación según lo expuesto por Hernández (2014) indica que es una herramienta la cual permite recoger la información de manera asertiva, se produce a través de la contestación de la muestra a las diversas interrogantes plantadas

3.5 Procesamiento y análisis de datos

Posterior a la Información recogida se realizará el procesamiento de análisis de datos, en donde se pretende encontrar respuestas que permitan conocer si en efecto el endomarketing se relaciona con la satisfacción laboral, para lo cual la herramienta aplicada será el estadístico spss, los resultados generados serán en tablas y gráficas con las que se analizará los valores, en cuanto a la contrastación de hipótesis la herramienta aplicada será rho de spearman

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados

Tabla 2

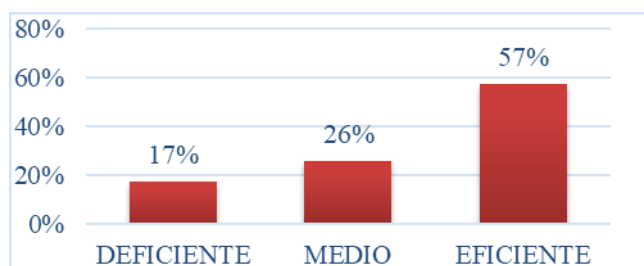
Nivel de la variable endomarketing

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	26	17%
MEDIO	39	26%
EFICIENTE	87	57%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 1

Variable endomarketing



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 02 se encuentra la información perteneciente a los resultados del nivel de la variable endomarketing en donde claramente se aprecia que, según la muestra, la variable tiene una frecuencia alta de 87 y una frecuencia baja de 26; en cuanto a

la información existente en la figura 01 se visualiza que el nivel deficiente de la variable presenta un 17%, mientras que el nivel eficiente se encuentra en un 57%.

Tabla 3

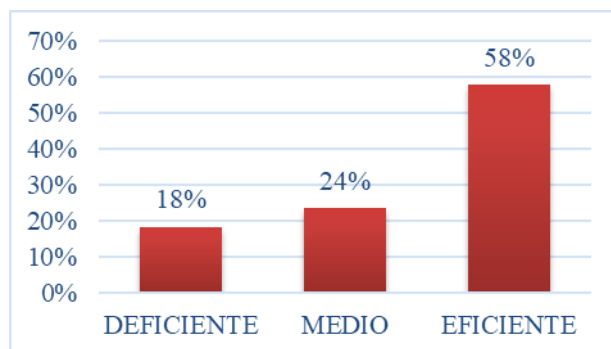
Nivel de la dimensión comunicación interna

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	28	18%
MEDIO	36	24%
EFICIENTE	88	58%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 2

Dimensión comunicación interna



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 03 se encuentra la información perteneciente a los resultados de la dimensión comunicación interna en donde claramente se aprecia que, según la muestra, la dimensión tiene una frecuencia alta de 88 y una frecuencia baja de 28; en cuanto a la información existente en la figura 02 se visualiza que el nivel deficiente de la dimensión presenta un 18%, mientras que el nivel eficiente se encuentra en un 58%.

Tabla 4

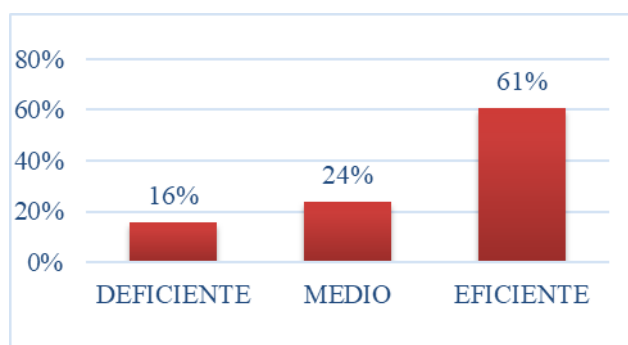
Nivel de la dimensión adecuación del trabajo

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	24	16%
MEDIO	36	24%
EFICIENTE	92	61%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 3

Dimensión adecuación del trabajo



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 04 se encuentra la información perteneciente a los resultados de la dimensión adecuación del trabajo, en donde claramente se aprecia que, según la muestra, la dimensión tiene una frecuencia alta de 92 y una frecuencia baja de 24; en cuanto a la información existente en la figura 03 se visualiza que el nivel deficiente de la dimensión presenta un 16%, mientras que el nivel eficiente se encuentra en un 61%.

Tabla 5

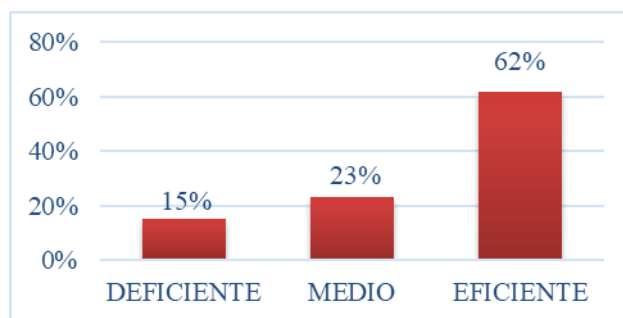
Nivel de la dimensión desarrollo laboral

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	23	15%
MEDIO	35	23%
EFICIENTE	94	62%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 4

Dimensión desarrollo laboral



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 05 se encuentra la información perteneciente a los resultados de la dimensión desarrollo laboral, en donde claramente se aprecia que, según la muestra, la dimensión tiene una frecuencia alta de 94 y una frecuencia baja de 23; en cuanto a la información existente en la figura 04 se visualiza que el nivel deficiente de la dimensión presenta un 15%, mientras que el nivel eficiente se encuentra en un 62%.

Tabla 6

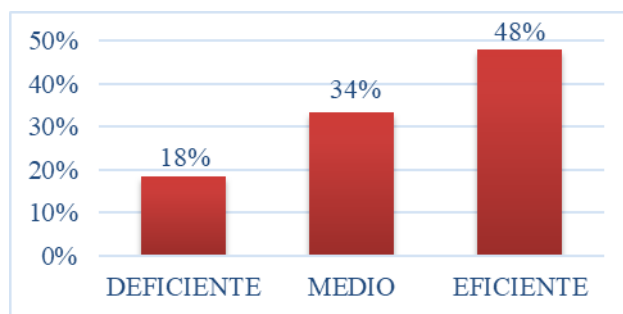
Nivel de la dimensión contratación y retención

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	28	18%
MEDIO	51	34%
EFICIENTE	73	48%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 5

Dimensión contratación y retención



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 06 se encuentra la información perteneciente a los resultados de la dimensión contratación y retención, en donde claramente se aprecia que, según la muestra, la dimensión tiene una frecuencia alta de 73 y una frecuencia baja de 28; en cuanto a la información existente en la figura 05 se visualiza que el nivel deficiente de la dimensión presenta un 18%, mientras que el nivel eficiente se encuentra en un 48%.

Tabla 7

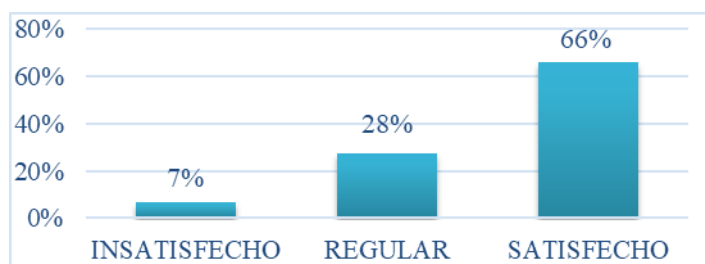
Nivel de la variable satisfacción laboral

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
INSATISFECHO	10	7%
REGULAR	42	28%
SATISFECHO	100	66%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 6

Dimensión de la variable satisfacción laboral



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 07 se encuentra la información perteneciente a los resultados del nivel de la variable satisfacción laboral en donde claramente se aprecia que según la muestra, la variable tiene una frecuencia alta de 100 y una frecuencia baja de 10; en cuanto a la información existente en la figura 06 se visualiza que el nivel insatisfecho de la variable presenta un 7%, mientras que el nivel satisfecho se encuentra en un 66%.

Tabla 8

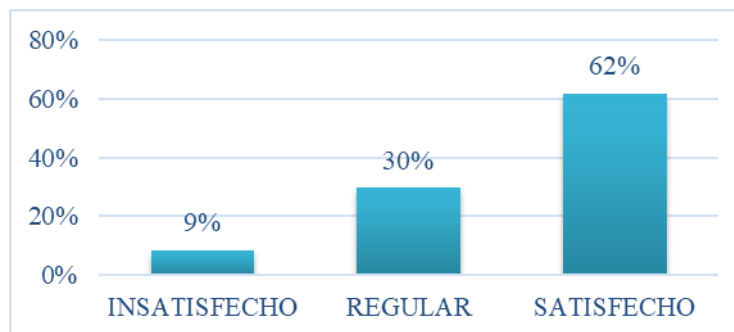
Nivel de la dimensión condiciones de trabajo

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
INSATISFECHO	13	9%
REGULAR	45	30%
SATISFECHO	94	62%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 7

Dimensión condiciones de trabajo



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 08 se encuentra la información perteneciente a los resultados del nivel de la dimensión condiciones de trabajo, en donde claramente se aprecia que según la muestra, la dimensión tiene una frecuencia alta de 94 y una frecuencia baja de 13; en cuanto a la información existente en la figura 07 se visualiza que el nivel insatisfecho de la dimensión presenta un 9%, mientras que el nivel satisfecho se encuentra en un 62%.

Tabla 9

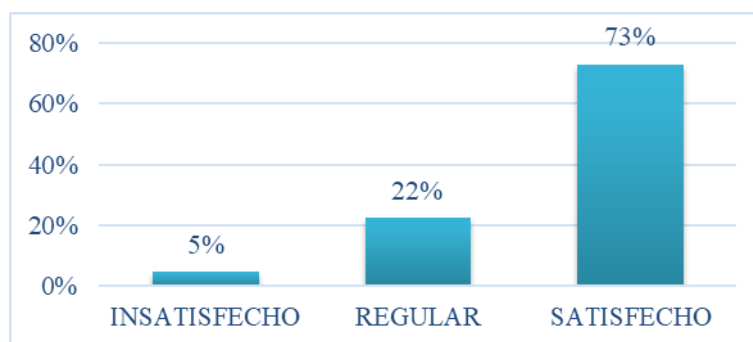
Nivel de la dimensión remuneraciones y beneficios sociales

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
INSATISFECHO	7	5%
REGULAR	34	22%
SATISFECHO	111	73%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 8

Dimensión remuneraciones y beneficios sociales



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 09 se encuentra la información perteneciente a los resultados del nivel de la dimensión remuneraciones y beneficios sociales, en donde claramente se aprecia que según la muestra, la dimensión tiene una frecuencia alta de 111 y una frecuencia baja de 7; en cuanto a la información existente en la figura 08 se visualiza que el nivel insatisfecho de la dimensión presenta un 5%, mientras que el nivel satisfecho se encuentra en un 73%.

Tabla 10

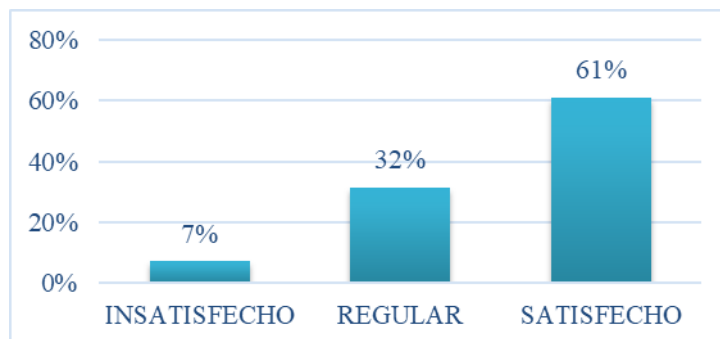
Nivel de la dimensión relación con la autoridad y compañeros

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
INSATISFECHO	11	7%
REGULAR	48	32%
SATISFECHO	93	61%
Total	152	100%

Nota: *Elaboración propia.*

Figura 9

Dimensión relacion con la autoridad y compañeros



Nota: *Elaboración propia.*

Análisis e interpretación de resultados:

En la tabla 10 se encuentra la información perteneciente a los resultados del nivel de la dimensión relación con la autoridad y compañeros, en donde claramente se aprecia que, según la muestra, la dimensión tiene una frecuencia alta de 93 y una frecuencia baja de 11; en cuanto a la información existente en la figura 09 se visualiza que el nivel insatisfecho de la dimensión presenta un 7%, mientras que el nivel satisfecho se encuentra en un 61%.

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general:

H_a: El endomarketing se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

H_o: El endomarketing no se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

Tabla 11

Relación del endomarketing sobre la satisfacción laboral

		ENDOMARKETING	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman	ENDOMARKETING	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,674**
	N	152	152
	SATISFACCIÓN LABORAL	Coefficiente de correlación	,674**
Sig. (bilateral)		,000	
	N	152	152

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

Analisis e interpretación de resultados:

Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,674 y el valor del sig. bilateral es menor al 0,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna en donde se menciona la existencia de una relación del endomarketing sobre la satisfacción laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Hipótesis específica 01:

Ha: La comunicación interna se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

Ho: La comunicación interna no se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

Tabla 12

Relación de la comunica interna sobre la satisfaccion laboral

		Comunicación interna	SATISFACCIÓN LABORAL	
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coficiente de correlación	1,000	,504**
		Sig. (bilateral)		,000
	N	152	152	
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coficiente de correlación	,504**	1,000
Sig. (bilateral)		,000		
N		152	152	

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

Analisis e interpretación de resultados:

Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,504 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna en donde se menciona la existencia de una relación de la comunicación interna sobre la satisfacción laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Hipótesis específica 02:

Ha: La adecuación de trabajo se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

Ho: La adecuación de trabajo no se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

Tabla 13

Relación de la adecuación de trabajo sobre la satisfacción laboral

		Adecuación de trabajo	SATISFACCIÓN LABORAL
Rho de Spearman	Adecuación de trabajo	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,638**
		N	152
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coefficiente de correlación	,638**
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	152	

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

Analisis e interpretación de resultados:

Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,638 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna en donde se menciona la existencia de una relación de la adecuación de trabajo sobre la satisfacción laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Hipótesis específica 03:

Ha: El desarrollo laboral se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

Ho: El desarrollo laboral no se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.

Tabla 14

Relación del desarrollo laboral sobre la satisfacción laboral

		Desarrollo laboral	SATISFACCIÓN LABORAL	
Rho de Spearman	Desarrollo laboral	Coficiente de correlación	1,000	,591**
		Sig. (bilateral)		,000
	N	152	152	
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coficiente de correlación	,591**	1,000
Sig. (bilateral)		,000		
N		152	152	

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

Analisis e interpretación de resultados:

Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,591 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna en donde se menciona la existencia de una relación del desarrollo laboral sobre la satisfacción laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Hipótesis específica 04:

Ha: La contratación y retención se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

Ho: La contratación y retención no se relaciona significativamente en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022

Tabla 15

Relación de la contratación y retención sobre la satisfacción laboral

		Contratación y retención	SATISFACCIÓN LABORAL	
Rho de Spearman	Contratación y retención	Coficiente de correlación	1,000	,622**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	152	152
	SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Coficiente de correlación	,622**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	152	152	

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

Analisis e interpretación de resultados:

Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,622 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna en donde se menciona la existencia de una relación de la contratación y retención sobre la satisfacción laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

4.3 Discusion de resultados

En la presente investigacion se presente como objetivo determinar la relación del endomarketing en la satisfacción laboral en la Cía. Minera Colibri SAC, Arequipa 2022; por lo que en la realización de la investigacion se encontraron los siguientes resultados:

En el cruce del endomarketing y la satisfaccion laboral se encontró que el valor de spearman es, 674 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, existe relación. Estos hallazgos obtenidos son complementados con los resultados de la estadística descriptiva en donde se observa claramente que el endomarketing tiene un 57% de eficiencia y la satisfaccion laboral tiene satisfecho a la muestra con 66%. Además de ello se determinar con los resultados que el endomarketing es indispensable para el desarrollo de la satisfaccion laboral.

En el cruce de la dimension comunicación interna y la satisfaccion laboral se encontró que el valor de spearman es, 504 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, existe relación. Además de ello se encontró que la dimension tiene una deficiencia de 18% y una eficiencia de 58%.

En el cruce de la dimension adecuación de trabajo y la satisfaccion laboral se encontró que el valor de spearman es ,638 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, existe relación. Además de ello se encontró que la dimension tiene una deficiencia de 16% y una eficiencia de 61%.

En el cruce de la dimension desarrollo laboral y la satisfaccion laboral se encontró que el valor de spearman es ,591 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, existe relación. Además de ello se encontró que la dimension tiene una deficiencia de 15% y una eficiencia de 62%.

En el cruce de la dimension contratación y retención y la satisfaccion laboral se encontró que el valor de spearman es ,622 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, existe relación. Además de ello se encontró que la dimension tiene una deficiencia de 18% y una eficiencia de 48%.

Con los resultados encontrados se procedió a realizar una comparación con los resultados de otras investigaciones con la de la presente investigación, a continuación, se mencionarán los resultados de las investigaciones:

El autor Morón y Dávila (2024) realizó su investigación y encontró que la relación de las variables es de ,849 y $\text{sig} < ,05$.

Cartagena (2023) efectuó su investigación y encontró que la relación es de ,721 y $\text{sig} < ,05$.

Aguila (2022) desarrolló su investigación y encontró que la relación es de ,859 y $\text{sig} < ,05$.

Finalmente al realizarse la comparación entre los resultados, se encuentra que existe una similitud de valores con respecto a los valores de relación entre las variables y las dimensiones con la satisfacción laboral, por lo que se determina que el endomarketing se relaciona con la satisfacción laboral afectándola de manera positiva o negativa según el desarrollo y la implementación del endomarketing; dentro de la organización si su desarrollo es eficiente los clientes externos estarán satisfechos pero, si por el caso contrario el desarrollo sería en el sentido deficiente se vería dentro de la organización la insatisfacción de los clientes y esto claramente llegaría a repercutir negativamente en la realización ocasionando diversas pérdidas entre ellas se encuentra la económica.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera: Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,674 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se concluye en la existencia de una relación del endomarketing sobre la satisfaccion laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Segunda: Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,504 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se concluye en la existencia de una relación de la comunicación interna sobre la satisfaccion laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Tercera: Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,591 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se concluye en la existencia de una relación del desarrollo laboral sobre la satisfaccion laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Cuarta: Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,638 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se concluye en la existencia de una relación de la adecuación de trabajo sobre la satisfaccion laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

Quinta: Se visualiza claramente que el valor de spearman es ,622 y el valor del sig. bilateral es menor al ,05; por lo tanto, se concluye en la existencia de una relación de la contratación y retención sobre la satisfaccion laboral; la relación es moderada, positiva y significativa.

5.3 Recomendaciones

Primera: Habiendo conocido los resultados y se recomiendan a la minera que realice la implementación de diversas estrategias relacionadas al endomarketing entre las estrategias más relevantes se encuentran las capacitaciones, talleres y adecuaciones, físicas entre otras, con el objetivo de generar un espacio para su personal en donde éste pueda incrementar sus capacidades y habilidades mejorando su desempeño.

Segunda: Otra de las recomendaciones para la minera es realizar acciones correctivas para mejorar los espacios de trabajo que le ofrece su personal, también deberá de realizar actividades de seguimiento a fin de conocer el comportamiento de su personal ante el entorno que le brinda la minera, de esta manera se podrá conocer si el ambiente es propicio para que el personal desarrollo de manera eficiente sus responsabilidades y obligaciones

Tercera: Asimismo también se recomienda a la minera la incorporación de diversas metodologías de trabajo siendo el caso de las mentorías para actualizar el conocimiento del personal, con la finalidad de fortalecer la presencia de compromiso por parte del personal con la minera y así el cumplimiento de los objetivos y las metas sea garantizado.

Cuarta: Finalmente se recomienda la implementación de diversas recompensas e incentivos para el personal que logré cumplir eficientemente con sus responsabilidades y funciones, logrando sobresalir excepcionalmente de sus compañeros de trabajo, la finalidad es elevar el nivel de productividad del personal

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, G. A., & Fernández, A. A. (08 de Noviembre de 2021). *Endomarketing como factor crítico en la imagen interna de la compañía minera Antamina SA., Provincia de Huari, Región Ancash - 2020*. Obtenido de Universidad Privada Antenor Orrego: https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/8255/1/REP_ANGGIE.ACOSTA_ANGIE.FERNANDEZ_ENDOMARKETING.pdf
- Aguila, P. E. (2022). *Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021*. Obtenido de Universidad César Vallejo: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82203/Del%20Aguila_PE-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- araya, S. M. (2019). Satisfacción laboral y clima organizacional en funcionarios de atención primaria de salud de una comuna en Chile. *Revista Médica*, 25(2), 84-89. <https://doi.org/https://revistas.utp.edu.co/index.php/revistamedica/article/view/19311/16304>
- Arteaga, F. R., Loor, C. T., Palma, P. X., & Calderón, B. J. (2022). Satisfacción laboral: una perspectiva de endomarketing, caso sector hotelero de Manta, Ecuador. *Sotavento*, 34, 10-19. https://doi.org/file:///C:/Users/peru/Downloads/Satisfaccion_Laboral_Una_Perspectiva_de_Endomarket.pdf
- Barreto, G. N. (2020). Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 129-134. https://doi.org/http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300129
- Barreto, N. J. (2021). *Estrategias de endomarketing y la satisfacción del cliente interno en la empresa Minera "Mineros Artesanales Parcoy Retamas SA:"*

en el Distrito de Parcoy, 2021. Obtenido de Universidad Privada del Norte:
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31006/Barreto%20Nontol%20Jhonn%20Kenney.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cáceres, C. P. (2021). *El endomarketing y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Sertaad SRL. en la Región de Tacna y Moquegua, Año 2020*. Obtenido de Universidad Privada de Tacna:
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1842/Caceres-Cama-Patricia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cartagena, R. A. (2023). *Endomarketing y satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Almacenes 1001 de Santo Domingo, Ecuador, 2022*. Obtenido de Universidad César Vallejo:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/107046/Cartagena_RAF-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Cohen et al. (23 de agosto de 2019). *Metodología de la investigación, ¿para qué?* Obtenido de Clacso:
http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf

Conde, G. S. (2021). *El endomarketing y su influencia en la satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa electrosur*. Obtenido de Universidad Privada de Tacna:
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1791/Conde-Garay-Sinai.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Condori, P. (2020). *Universo, población y muestra*. Obtenido de La academia:
<https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

Coronado, S. P. (2021). *Influencia del endomarketing en el desempeño laboral del personal administrativo de la Clínica la Luz Tacna SAC. 2021*. Obtenido de Universidad Privada de Tacna:
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2181/Coronado-Soto-Paula.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cortés, P. D. (2020). Finanzas. *Qué es el Análisis financiero*. México, Estado de Puebla, México. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-analisis-financiero.html>
- Cotrado, R. M., & Rodríguez, S. Y. (2021). *Gestión administrativa y la satisfacción laboral en la institución laboral en la I.E. Fortunata Gutiérrez de Bernedo cercado, Arequipa, 2021*. Obtenido de Universidad José Carlos Mariátegui: https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/1261/Marleny-Yuli_tesis_titulo_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González, G. L. (Setiembre de 2020). *Plan de endomarketing para el mejoramiento del servicio al cliente externo en una firma de auditoría ubicada en el Municipio de Guatemala, Departamento de Guatemala*. Obtenido de Universidad de San Carlos de Guatemala : http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_6677.pdf
- Granados, C. L. (2022). *Endomarketing y la satisfacción laboral en el personal administrativo de una empresa farmacéutica, Lima, 2022*. Obtenido de Universidad Norbert Wiener: https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/9162/T061_72877522_T_46217403_T.pdf?sequence=1
- Guerrero, Á. J., Castro, Y. J., & Mora, R. B. (2019). *Satisfacción laboral y engagement en trabajadores del área operativa de una empresa en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander*. Obtenido de Universidad Simón Bolívar: http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/12674/PDF_Resumen.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mata, L. (30 de julio de 2019). *Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>
- Monsalve, H. D. (2022). *Estrategias de endomarketing para la satisfacción laboral de los colaboradores del grupo Ases Capital SAC. Chiclayo 2019*. Obtenido de Universidad Señor de Sipán:

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9443/Monsalve%20Heredia%20Deanna%20Mirella.pdf?sequence=1>

Moron Moron, J., & Davila Noriega, J. F. (2024). Endomarketing y satisfacción laboral en un centro médico de Chiclayo, 2024. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/12410>

Nogales, L. (8 de Diciembre de 2022). *¿Qué hay que saber sobre el salario? Aspectos básicos*. Obtenido de <https://payfit.com/es/contenido-practico/salario/>

Peiró, R. (15 de Marzo de 2019). *Definición de Endomarketing*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/endomarketing.html>

Ponce, M. G. (2023). *Propuesta de plan de endomarketing para fortalecer el clima organizacional de la 6a Brigada de Fuerzas Especiales, Puerto Maldonado, 2020*. Obtenido de Universidad señor de Sipán: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11014/Ponce%20Murillo%20German%20Carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Viloria, E. K. (Setiembre de 2022). *Endomarketing y clima organizacional en concesión de la ciudad de Barranquilla*. Obtenido de Universidad de la Costa - Colombia: <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/9915/ENDOMARKETING%20Y%20CLIMA%20ORGANIZACIONAL%20EN%20CONCESIONARIOS%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20BARRANQUILLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Wasaf, I., & Muhammad, J. K. (2021). A Study of Job Satisfaction and Its Effect on the Performance of Employees Working in Private Sector Organizations, Peshawar. *Research Article Hindawi*, 2021, 1-9. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2021/1751495>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

RELACION DEL ENDOMARKETING CON LA SATISFACCION LABORAL EN LA CIA MINERA XYZ SAC, AREQUIPA 2022.					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE E INDICADORES		
P. general:	O. general:	H. general:	Variable independiente: Endomarketing		
PG: ¿De qué manera el endomarketing se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022?	OG: Determinar de qué manera el endomarketing se relaciona con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.	HG: El endomarketing se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
			1. Comunicación interna	1.1. Cultura y valores Organizacionales 1.2. Conocimiento de las actividades de la organización 1.3. Conocimientos de cambios	Cuestionario
			2. Adecuación de trabajo	2.1. Cambio de función 2.2. Libertad de decisión 2.3. Atención de necesidades	
			3. Desarrollo laboral	3.1. Capacitación 3.2. Conocimientos 3.3. Oportunidades	
4. Contratación y retención	4.1. Adecuada contratación 4.2. Nivel salarial 4.3. Beneficios laborales				
			Variable dependiente: Satisfacción laboral		
P. específicas:	O. específicos:	H. específicas:	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
PE1: ¿De qué manera la comunicación interna se relaciona en la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022?	OE1: Determinar de qué manera la comunicación interna se relaciona con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.	HE1: La comunicación interna se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.	5. Condiciones de Trabajo	5.1. Capacitación para desempeño laboral 5.2. Seguridad en instalaciones para desarrollo laboral 5.3. Reconocimiento de horas extras	Cuestionario
PE2: ¿De qué manera la adecuación de trabajo se relaciona con la satisfacción laboral en la Minera Colibri SAC? Arequipa 2022?	OE2: Determinar de qué manera la adecuación de trabajo se relaciona con la satisfacción laboral con la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.	HE2: La adecuación de trabajo se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.			
PE3: ¿De qué manera el desarrollo laboral se relaciona con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC? Arequipa 2022?	OE3: Determinar de qué manera el desarrollo laboral se relaciona con la satisfacción laboral con la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.	HE3: El desarrollo laboral se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en la			

<p>PE4: ¿De qué manera la contratación y retención se relaciona con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022?</p>	<p>OE4: Determinar de qué manera la contratación y retención se relaciona con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.</p>	<p>Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.</p> <p>HE3: La contratación y retención se relaciona significativamente con la satisfacción laboral en la Cía Minera Colibri SAC, Arequipa 2022.</p>	<p>5.4. Permanencia 5.5. Cumplimiento de objetivos trazados</p> <hr/> <p>6. Remuneraciones y Beneficios Sociales</p> <p>6.1. Puntualidad en sus pagos 6.2. Sueldo respecto a la labor 6.3. Cumplimiento de beneficios sociales</p> <hr/> <p>7. Relación con la autoridad y compañeros</p> <p>7.1. Valorización del esfuerzo por parte del superior 7.2. Relaciones interpersonales entre compañeros 7.3. Trabajo en equipo</p>
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACION Y MUESTRA	INSTRUMENTOS	METODO DE ANALISIS
<p>Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica. Diseño: No experimental, transversal, descriptivo, correlacional.</p> <p style="text-align: center;"> R^2 \longrightarrow Ox Oy </p> <p>Donde: Ox: Valor de la variable independiente: Endomarketing Oy: Valor de la variable dependiente: Satisfacción laboral R2: Prueba de regresión logística ordinal</p>	<p>Población: La población está conformada por 250. Muestra: 152 servidores.</p>	<p>Variable 1: Endomarketing Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p> <p>Variable2: Satisfacción laboral Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>	<p>Estadística descriptiva: Los datos se clasificarán en niveles según los rangos definidos, y los resultados se mostrarán en tablas de frecuencias y gráficos estadísticos.</p> <p>Estadística inferencial: Se empleará la prueba de regresión lineal logística ordinaria para verificar las hipótesis planteadas.</p>