



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Endomarketing en la satisfacción laboral de la Empresa Moderna alimentos del
Cantón Colta Planta Cajabamba

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Administración de
Empresas**

Autor:

Lamiña Chicaiza, Josselin Monserrath

Tutor:

Dr. Alexander Fernando Vinueza Jara

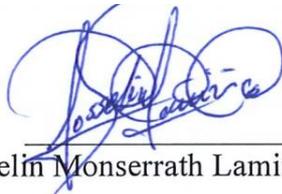
Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Josselin Monserrath Lamiña Chicaiza, con cédula de ciudadanía 0650440407, autora del trabajo de investigación titulado: **EL ENDOMARKETING EN LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LA EMPRESA MODERNA ALIMENTOS DEL CANTÓN COLTA PLANTA CAJABAMBA**, certifico que la producción de ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Así mismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autora de la obra referida será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 09 de octubre de 2024



Josselin Monserrath Lamiña Chicaiza

CI: 065044040 - 7



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



UNACH-RGF-01-04-08.11
VERSIÓN 01: 06-09-2021

ACTA FAVORABLE - INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la Ciudad de Riobamba, a los 24 días del mes de Julio de 2024, luego de haber revisado el Informe Final del Trabajo de Investigación presentado por la estudiante **Josselin Monserrath Lamiña Chicaiza** CC: **0650440407**, de la carrera de Administración de Empresas y dando cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos, se emite el **ACTA FAVORABLE DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** titulado **EL ENDOMARKETING EN LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LA EMPRESA MODERNA ALIMENTOS DEL CANTÓN COLTA PLANTA CAJABAMBA**, bajo la autoría de Josselin Monserrath Lamiña Chicaiza por lo tanto se autoriza la presentación del mismo para los trámites pertinentes.



Dr. Alexander Fernando Vinuesa Jara
TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **EL ENDOMARKETING EN LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LA EMPRESA MODERNA ALIMENTOS DEL CANTÓN COLTA PLANTA CAJABAMBA**, presentado por Lamiña Chicaiza Josselin Monserrath con cédula de identidad número 065044040-7, bajo la tutoría de Dr. Alexander Fernando Vinueza Jara; certificamos que recomendamos la aprobación de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 15 de octubre del 2024.

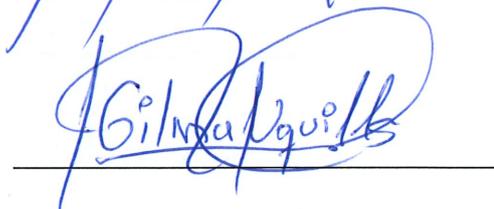
PhD. Francisco Pérez

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Msc. Gilma Uquillas

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Rosalina Balanzategui

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01 : 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **Josselin Monsemath Lamiña Chicaiza** con CC: **06050440407**, estudiante de la Carrera **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"EL ENDOMARKETING EN LA SATISFACCION LABORAL DE LA EMPRESA MODERNA DE ALIMENTOS DEL CANTON COLTA PLANTA CAJABAMBA "**, cumple con el 5 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 03 de Agosto de 2024



Plaza de Despedida por:
**ALEXANDER FERNANDO
VINUEZA JARA**

Ing. Alexander F Vinueza MDE. PhD.
TUTOR

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado a mi familia, de manera directa a mis padres y hermanos quienes, con su dedicación, cuidados, y empeño han sido forjadores de esta gran historia académica; a mi cuñada que al ser parte de la familia se ha convertido en una amiga y hermana más y gracias a su complicidad, apoyo y cariño en cada anécdota vivida que ha podido ser contada y escuchada.

Sin embargo, prioritariamente me dedico este proyecto de investigación a mí y a todo el empeño puesto semestre a semestre, a las largas horas sin dormir, a las veces que quise dejar todo de lado, al sacrificio y cansancio soportado.

Se lo dedico a todos aquellos que no creyeron en mí, a aquellos que esperaban mi fracaso, a aquellos que no pensaron que lo lograría, “*Gracias*” a ellos hoy este capítulo de mi historia que se llama “*Vida*” ha culminado.

Joss Monserrath Lamiña

AGRADECIMIENTO

Gracias a la prestigiosa Universidad Nacional de Chimborazo por haberme permitido formarme en ella y ser mi casa por todos estos años, mi alma mater. Gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso, por sus grandes o pequeños aportes de apoyo en mi carrera universitaria que hoy en día ha culminado.

Gracias a mis padres que fueron los principales promotores, no solo de mi educación sino también de cada sueño que he tenido hasta el momento haciéndolo realidad; también es digno agradecer a mis hermanos quienes muchas de las veces tuvieron que hacer el rol de papá, hoy quiero decirles que los amo.

Este es un momento muy especial para mí personalmente y espero que perdure en el tiempo y la memoria no solo mía sino también de quienes invirtieron su tiempo hacia conmigo para darme una palabra de aliento o una sonrisa sincera.

También agradezco a mi tutor de proyecto el Dr. Alexander Vinueza y a todos quienes tuvieron la gracia de darme una mano en cada una de las revisiones dentro de este proyecto, de manera sincera y especial también al Dr. René Bastantes y a mi director de carrera que en su momento fue mi docente y más que nada sigue siendo mi amigo el PhD. Francisco Paúl Pérez Salas.

Agradezco a mis docentes que más allá de ser guías de la academia han sido amigos y ahora colegas. Agradezco a Dios por mantenerme de pie y con el ímpetu de superación hasta el día de hoy tomando mi mano siempre en cada batalla. Y por último “*Gracias*” a mí por no haber tirado jamás la toalla.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

Capítulo I	15
1. Introducción.....	15
1.1 Problema	16
1.2 Objetivos.....	17
CAPÍTULO II.....	18
2. MARCO TEÓRICO	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Fundamento teórico	20
2.3 Datos generales de la empresa Moderna Alimentos S.A planta Cajabamba.	20
2.4 Fundamentación Teórica.....	26
2.5 Satisfacción Laboral.....	29
Conceptos de satisfacción laboral.....	30
Importancia de la satisfacción laboral	30

Factores que determinan la satisfacción laboral	30
Dimensiones de la satisfacción laboral.....	31
Beneficios de la satisfacción laboral	31
Ventajas de la satisfacción laboral	33
Desventajas de la satisfacción laboral	35
CAPÍTULO III.....	40
3. METODOLOGÍA.....	40
3.1 Método	40
3.2 Tipo de investigación.....	41
3.3 Diseño de Investigación.....	41
3.4 Técnicas de recolección de datos	42
3.5 Población de estudio y tamaño de muestra	42
3.6 Hipótesis	43
3.7 Métodos de análisis y procesamiento de datos	43
CAPITULO IV.....	44
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
4.1 Análisis y discusión de resultados	44
4.2 Análisis e interpretación de la encuesta.	47
4.3 Discusión de resultados.....	60
4.4 Comprobación de la hipótesis	61
CAPITULO V	63

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.1 Conclusiones	63
5.2 Recomendaciones	64
CAPITULOVI.....	65
6. PROPUESTA	65
7. Bibliografía.....	67
8. ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 valores del coeficiente de Alfa de Cronbach Herrera	44
Tabla 2 Verificación del supuesto de normalidad de datos mediante la prueba K-S.....	45
Tabla 3 Resultado del Alfa de Cronbach.	45
Tabla 4: Pregunta 1	47
Tabla 5: Pregunta 2	48
Tabla 6: Pregunta 3	49
Tabla 7: Pregunta 4	50
Tabla 8: Pregunta 5	51
Tabla 9: Pregunta 6	52
Tabla 10: Pregunta 7	53
Tabla 11: Pregunta 8	54
Tabla 12: Pregunta 9	55
Tabla 13: Pregunta 10	56
Tabla 14: Pregunta 11	57
Tabla 15: Pregunta 12	58
Tabla 16: Pregunta 13	59
Tabla 17: Hallazgos de la encuesta.....	60
Tabla 18: Resultado del Chi Cuadrado	61
Tabla 19: Propuesta de estrategias de endomarketing a aplicar en la empresa	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Logotipo de la empresa Moderna Alimentos S.A	21
Figura 2: Ubicación de la empresa Moderna Alimentos S.A (Cajabamba)	22
Figura 3: Estructura organizacional del CAD de la empresa Moderna Alimentos S.A	23
Figura 4: Pregunta 1	47
Figura 5: Pregunta 2	48
Figura 6: Pregunta 3	49
Figura 7: Pregunta 4	50
Figura 8: Pregunta 5	51
Figura 9: Pregunta 6	52
Figura 10: Pregunta 7	53
Figura 11: Pregunta 8.....	54
Figura 12: Pregunta 9	55
Figura13: Pregunta 10	56
Figura 14: Pregunta 11	57
Figura 15: Pregunta 12	58
Figura 16: Pregunta 13	59

RESUMEN

El trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la incidencia del endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba. Esta investigación se desarrolló mediante el método hipotético deductivo, al plantear una hipótesis se dio inicio a la investigación en busca de la comprobación de dicha hipótesis planteada; la investigación está desarrollada mediante un enfoque descriptivo no experimental de corte transversal; a por ello que el objeto de estudio utilizado en esta investigación es la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

Con el transcurso de la investigación se determinó que endomarketing influye de manera directa en la satisfacción de los trabajadores de la empresa moderna alimentos del cantón Colta planta Cajabamba; los hallazgos obtenidos dentro de esta investigación revelan las falencias en cuanto a la dinámica interna que maneja la empresa en torno al endomarketing y con esto se logra incidir en la satisfacción laboral de los empleados mostrando los aspectos críticos que afectan a la satisfacción, el compromiso y la productividad de los mismos.

Para el completo desarrollo de esta investigación se implementó como técnica a la encuesta, esta fue aplicada a todos los trabajadores de la empresa moderna alimentos del cantón Colta planta Cajabamba; la planta de producción de Cajabamba cuenta con 70 trabajadores quienes aportan en el desarrollo de este proyecto de investigación; gracias a ello se logró obtener resultados que posteriormente fueron tabulados, analizados e interpretados mediante la plataforma de software SPSS para así poder llegar a comprobar la hipótesis planteada.

Palabras clave: Endomarketing, satisfacción laboral, empresa, ambiente de trabajo.

Abstract

The research aims to determine the impact of endomarketing on job satisfaction at the company Moderna Alimentos in the Colta canton, Cajabamba plant. This investigation was conducted using the hypothetical-deductive method, starting with the formulation of a hypothesis and then conducting research to verify it. The study is carried out through a non-experimental, cross-sectional descriptive approach. The subject of this research is the company Moderna Alimentos in the Colta canton, Cajabamba plant. Throughout the investigation, it was determined that endomarketing directly influences the job satisfaction of employees at Moderna Alimentos in the Colta canton, Cajabamba plant. The findings of this research reveal shortcomings in the internal dynamics managed by the company regarding endomarketing, which impacts the job satisfaction of employees by highlighting critical aspects that affect their satisfaction, commitment, and productivity. For the comprehensive development of this research, a survey technique was implemented, applied to all employees at Moderna Alimentos in the Colta canton, Cajabamba plant. The Cajabamba production plant has 70 employees who contributed to the development of this research project. This allowed for the collection of results, which were subsequently tabulated, analyzed, and interpreted using the SPSS software platform to verify the proposed hypothesis.

Keywords: Endomarketing, job satisfaction, company, work environment.



Reviewed by:

Mgs. Hugo Solis Viteri.

ENGLISH PROFESSOR

Capítulo I

1. Introducción

La presente investigación está desarrollada con el fin de dar a conocer: El endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba ubicada en la provincia de Chimborazo, tomando en cuenta que se conoce como endomarketing al conjunto de estrategias aplicadas dentro de una organización para que los colaboradores se encuentren cómodos y satisfechos en su ambiente laboral logrando así un mayor desempeño y cumplimiento de la misión y visión de la empresa sin dificultad alguna; Por otra parte también se describe a la satisfacción laboral como la respuesta emocional que tiene cada trabajador en su ambiente laboral, lo cual se ve reflejado en el desempeño de sus actividades y su rendimiento e interés para con la empresa y su crecimiento según lo explica Mucha & Huacho (2020) en su proyecto investigativo relacionado al endomarketing y su relación con el desempeño laboral. Es por eso que en esta investigación se analiza a profundidad la relación que tiene el endomarketing con la satisfacción laboral dentro de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba, destacando lo fundamental de cada una de las estrategias aplicadas dentro de la empresa y analizando también los procesos y los resultados que estas estrategias generen dentro del proceso de producción y manejo administrativo interno esperando obtener cambios significativos en el entorno empresarial.

Mediante este análisis se prevé determinar la incidencia del endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba con el objetivo de sintetizar de manera breve los beneficios que aporta la utilización de estrategias dentro de la empresa moderna alimentos y a su vez plantear estrategias modernas que logren solventar las necesidades de los miembros de la empresa reduciendo así el índice de insatisfacción laboral como respuesta emocional en los empleados y miembros de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

La investigación es de tipo descriptiva-analítica, bajo un enfoque no experimental; se discutirá la información contenida en fuentes secundarias. Como resultado se evidencia, que el endomarketing al estar asociado con la satisfacción laboral cumple un rol fundamental dentro de la empresa pues al tener personal totalmente satisfecho en su ambiente laboral hace que los procesos empresariales se desarrollen de manera productiva reduciendo el peligro de incertidumbre y aumentando el nivel de satisfacción y productividad por parte de los empleados de la empresa, gracias a la seguridad y confianza que reflejan al obtener comodidad dentro de la misma.

1.1 Problema

Planteamiento del problema

El endomarketing es un tema muy estudiado y aplicado internacionalmente en áreas de gestión de talento humano debido a que las empresas lograron detectar el impacto que tienen los estados de ánimo del personal en el desempeño de las actividades y cómo se genera un cambio significativo. Kotler & Keller (2012)

Dentro del territorio nacional, algunas empresas tienen escasez de conocimiento o lo consideran irrelevante para la mejora continua de la empresa, puesto que al ser pequeñas o medianas empresas, se enfocan principalmente en sus ventas dejando de lado el tema del endomarketing y su importancia dentro del cumplimiento de objetivos evitando explotar al cien por ciento las ventajas competitivas de la empresa.

Actualmente las organizaciones cuentan con un área de talento humano que se encarga de velar por los colaboradores en busca de crear un ambiente adecuado y óptimo para introducirse emocional/productivamente con la empresa y a su vez está encargada de retener al personal más idóneo y óptimo para cumplir con las expectativas básicas que requiera el colaborador para desenvolverse eficazmente en la organización mediante la comunicación, motivación y la capacitación haciendo que se comprometan y se refleje con un buen trabajo para que de esta forma se cumpla con la visión de la empresa.

La planta Cajabamba de la empresa Moderna Alimentos S.A está dedicada al procesamiento de molienda de trigo para la fabricación de harina desde el año 1909 año de inicio en sus funciones, desde allí esta empresa ha venido innovando sus métodos de manejo tanto en los procesos productivos como en el manejo administrativo de la empresa, implementando prácticas básicas de endomarketing con el fin de brindarles un ambiente estable y cómodo de trabajo a cada uno de sus empleados, sin embargo y pese al esfuerzo de la misma se ha llegado a notar que el endomarketing aplicado dentro de la empresa no está generando una satisfacción laboral real y completa en los empleados de las diferentes áreas de la empresa lo cual muchas de las veces genera un déficit en el cumplimiento de los objetivos tanto personales como empresariales de cada empleado debido a los estados emocionales negativos que adoptan en su ambiente de trabajo y relación laboral, estableciendo que el sistema de comunicación dentro de la empresa es deficiente.

Es por ello que esta investigación se realiza en torno a la búsqueda de nuevas estrategias de endomarketing que logren reducir los niveles de estrés y mejoren el rendimiento de cada uno de los empleados cambiando y mejorando de esta manera la toma de decisiones dentro de la

empresa con el fin de lograr una estabilidad y crecimiento en ventajas competitivas dentro del mercado.

Formulación del problema

¿De qué manera el endomarketing incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba?

Justificación

Mediante la presente investigación “El endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba” se pretende analizar la percepción que tienen los trabajadores en cuanto al endomarketing aplicado en la empresa debido a que este está relacionado con la satisfacción laboral de los mismos; haciendo que estos se sientan más cómodos, productivos, capacitados y comprometidos con sus objetivos personales y empresariales.

Una justificación para el estudio de este tema es determinar la incidencia del endomarketing en la satisfacción y recalcar la importancia que se le debe dar al activo principal de una empresa que son los trabajadores y colaboradores de la misma, hoy en día cada vez más empresas buscan diferenciarse del resto y aplicar buenas estrategias de endomarketing puede favorecer a que la satisfacción laboral aumente dentro del entorno mejorando el rendimiento del personal y creando una gran ventaja competitiva en el mercado.

1.2 Objetivos

Objetivo General

- Determinar de qué manera el endomarketing incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el nivel de endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.
- Evaluar el endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.
- Proponer estrategias de endomarketing para mejorar la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En este apartado, se presenta una breve descripción de varias investigaciones realizadas por otros autores las cuales mantienen similitud con las variables del tema en estudio. Estas son utilizadas como investigaciones referenciales de donde se ha tomado una guía para adentrarse al tema.

El endomarketing, así como la satisfacción laboral son primordiales en la empresa, debido a que mejora la respuesta emocional que tiene cada trabajador dentro de su ambiente laboral incrementando el nivel de rendimiento del trabajador y demostrando lo beneficioso que puede resultar la utilización de diversas estrategias que logren reducir el índice de insatisfacción laboral, así como el de incertidumbre gracias a la confianza y seguridad que se le brinda al empleado.

Mestanza & Panduro (2021) en su investigación “EL ENDOMARKETING Y LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN UNA EMPRESA PANIFICADORA DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021” explican que al determinar la relación entre el endomarketing y la productividad laboral se determina e identifica una relación directa con la eficiencia, efectividad y eficacia laboral dentro de la empresa en donde se concluye que el endomarketing es el responsable de formar un personal capacitado, motivado e idóneo que contribuyan con la creación de un ambiente laboral saludable.

Por otra parte Corcuera (2020) en su investigación denominada “ El endomarketing y el compromiso organizacional de los trabajadores de la empresa Evaluamedic SAC en la ciudad de Trujillo 2020” expone que para relacionar estas dos variables se debe determinar el nivel de incidencia que tiene la variable independiente sobre el compromiso organizacional de cada uno de los trabajadores de la empresa concluyendo así la existencia de una correlación alta entre estas dos variables mostrando una relación positiva al aplicar las herramientas de endomarketing contribuyendo al buen desarrollo interno empresarial.

Así pues Santamaría (2017) explica mediante su investigación “El endomarketing y la satisfacción del cliente interno en la empresa Importadora Alvarado Vázconez Cia Ltda, de la ciudad de ambato” que al diseñar estrategias de endomarketing se puede contribuir a la satisfacción laboral del cliente interno de una empresa, es decir de los empleados; es así como concluye que el endomarketing es una herramienta de apoyo que fortalece la comunicación

interna, incrementa la motivación en los empleados y fortalece la aplicación de valores empresariales en los mismos haciendo que cada empleado sienta un alto nivel de pertenencia con respecto a la empresa.

De esta manera Monsalve (2022) menciona en su investigación titulada “ESTRATEGIAS DE ENDOMARKETING PARA LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS COLABORADORES DEL GRUPO ASES S.A.C CHICLAYO 2019” que al proponer estrategias de endomarketing para la satisfacción laboral, se genera cultura, confianza y vinculación con la razón de ser de la empresa por parte de los trabajadores mejorando así la satisfacción laboral por medio de la comunicación interna entre colaboradores. Es así como se logra denotar mejoras significativas en la satisfacción disminuyendo el ausentismo laboral logrando tener trabajadores que estén totalmente comprometidos con la empresa.

Es por ello que Cruz (2018) concluye por medio de su investigación sobre la “ Relación entre el endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores en la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, 2017” que la relación entre el endomarketing, el compromiso y la satisfacción laboral es directa puesto que al relacionar estas variables los empleados sienten afiliación hacia la institución sintiéndose totalmente cómodos en sus ambientes laborales reflejando compromiso e importancia hacia las tareas encomendadas de su cumplimiento.

Por otra parte Vinueza et al., (2016) en su investigación “ niveles de la satisfacción de los usuarios del Hospital Andino Alternativo” indican que dentro de la atención del cliente del hospital se encontraron algunas falencias las cuales de no ser corregidas pudieran incurrir en un problema mayor. De esta manera se concluye que la satisfacción del cliente se ve afectada de manera directa por la falta de atención a los problemas y el descuido por parte del personal haciendo notar de manera significativa la importancia de escuchar al cliente y aceptar sus recomendaciones para tener mejoras dentro de la organización.

De esta manera Mora & Mariscal (2019) a través de su artículo “Correlación entre la satisfacción laboral y desempeño laboral” explica que las personas tienen como prioridad satisfacer sus necesidades para poder cumplir con sus metas tanto personales como empresariales demostrando altos niveles de eficacia, también indica que la satisfacción laboral tiene correlación directa con el desempeño laboral y con el objetivo de la mejora continua convirtiendo al éxito empresarial en una ventaja competitiva (p.9).

Holguin & Contreras (2020) en su investigación “Satisfacción laboral del personal en el Servicio de Nefrología del Hospital Guillermo Kaelin de la Fuente (Villa María) en 2019”

explican que con el objetivo de identificar la satisfacción laboral del personal del establecimiento a través de un estudio analítico demostraron que solo el 28% del personal se encontraba satisfecho laboralmente mientras que el resto se sentía medianamente satisfecho, por lo cual dentro de su investigación recomiendan implementar estrategias que aporten en la sostenibilidad del ambiente laboral mejorando sus niveles de satisfacción tomando en cuenta como grupo prioritario a quienes demostraron bajos niveles de satisfacción.

2.2 Fundamento teórico

La presente investigación se encuentra fundamentada en conceptos teóricos emitidos por distintos autores que guían a la fácil comprensión de la investigación en curso sobre el endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del Cantón Colta planta Cajabamba.

2.3 Datos generales de la empresa Moderna Alimentos S.A planta Cajabamba.

Reseña Histórica

Moderna Alimentos S.A es una empresa ecuatoriana de alimentos, que inició sus funciones en el año 1909 contribuyendo desde ese entonces con el desarrollo del país.

En el 2008 se consolidó como lo que ahora es “Moderna Alimentos” al fusionar Molino Electro Moderno de Cajabamba, la Panificadora Moderna de Quito y Molinos del Ecuador en Guayaquil; de esta manera lograron posicionarse como líderes en la industria molinera del Ecuador en el año 2018, manejando un enfoque sostenible y de alta calidad al producir y comercializar productos a base de trigo y sus derivados satisfaciendo las necesidades de clientes y consumidores a nivel nacional.

Actualmente operan en 8 ciudades del Ecuador, cuentan con 6 plantas de producción una de las cuales se encuentra en la provincia de Chimborazo cantón Colta conocida como Moderna Alimentos planta Cajabamba, lugar en donde se desarrolla este proyecto de investigación; a su vez también cuenta con 8 centros de distribución con el fin de abastecer de manera eficaz a todo el territorio nacional.

Logotipo de la empresa Moderna Alimentos S.A

Figura 1: Logotipo de la empresa Moderna Alimentos S.A



Nota: logotipo de la empresa Moderna de Alimentos S.A tomado de: <https://modernaalimentos.com.ec/docs/ModernaAlimentos-MDS-2021-05.pdf>

Misión de la empresa Moderna Alimentos S.A

La misión de la empresa Moderna Alimentos es ser parte de los momentos de alimentación y bienestar de las familias.

Visión de la empresa Moderna Alimentos S.A

La visión de la empresa moderna alimentos es ser la empresa de alimentos más innovadora y sostenible del Ecuador.

Objetivos organizacionales de Moderna Alimentos S.A

Según Moderna Alimentos S.A (2023) sus objetivos organizacionales son:

- Fomentar un entorno de trabajo respetuoso, que garantice la diversidad, equidad, inclusión, no discriminación y libre asociación.
- Promover la formación, liderazgo y desarrollo de habilidades, así como la conciliación entre la vida laboral y familiar.
- Garantizar el respeto de los derechos humanos fundamentales, rechazando cualquier práctica que afecte la dignidad individual o colectiva.
- Aplicar las medidas necesarias para alcanzar altos niveles de seguridad y salud en todos los puestos de trabajo.
- Propiciar la comunicación, participación y el sentido de pertenencia.

Valores de la empresa moderna alimentos S.A

los valores que maneja la empresa moderna de alimentos son:

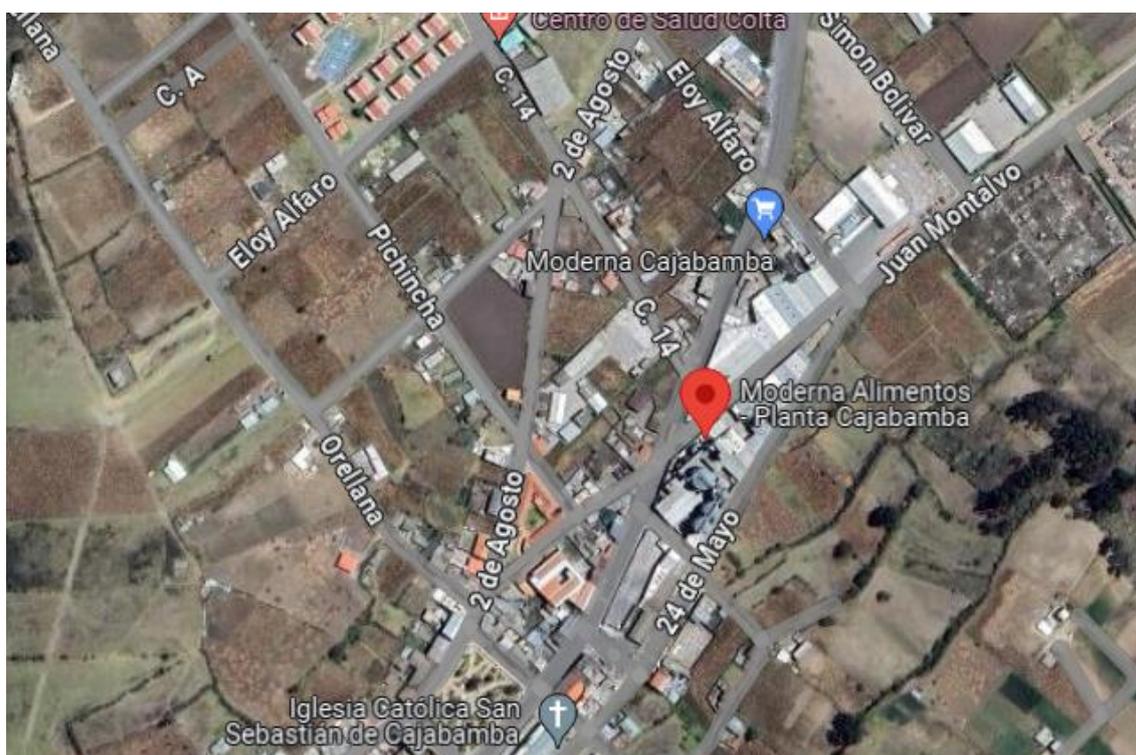
- Empoderamiento:

Nos hacemos cargo sin excusas para lograr nuestros objetivos.

- **Integridad:**
Somos un ejemplo a seguir en todas las acciones, buscamos la coherencia entre lo que pensamos, decimos y hacemos.
- **Pasión:**
El entusiasmo y compromiso con los que trabajamos son evidentes.
- **Excelencia:**
Nos desempeñamos con disciplina, enfoque y calidad para exceder todos los estándares.

Ubicación geográfica de la empresa Moderna Alimentos S.A (Planta Cajabamba)

Figura 2: Ubicación de la empresa Moderna Alimentos S.A (Cajabamba)

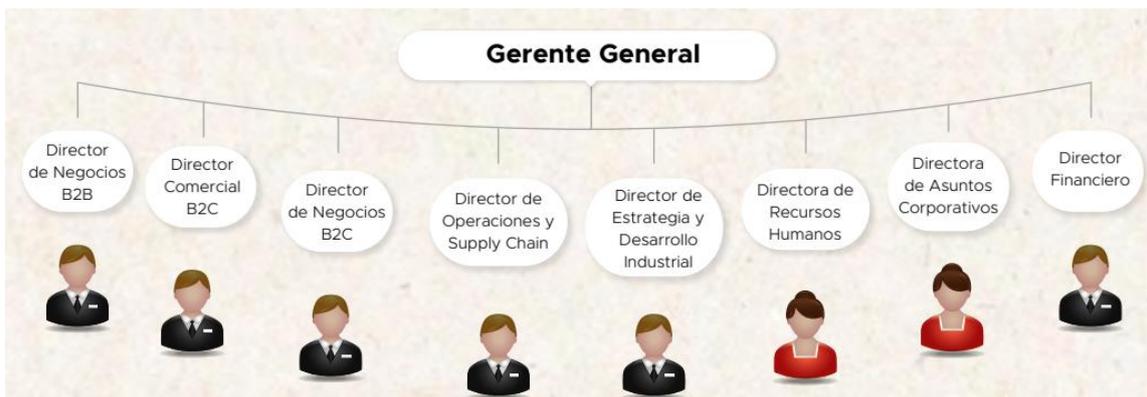


Nota: El grafico representa la ubicación de la planta Cajabamba de la empresa Moderna Alimentos S.A identificada con el punto rojo. Tomado de: ([22](https://www.google.com/maps/place/Moderna+Alimentos++Planta+Cajabamba/@-1.6961335,-78.7704227,695m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x91d30438d6aea8cb:0x1f3b577e97774731!8m2!3d-1.6961335!4d-78.7678478!16s%2Fg%2F11bw5xjtfj!5m1!1e4?entry=ttu, s.f.)</p></div><div data-bbox=)

Línea estructural del CAD de la empresa Moderna Alimentos S.A

El Comité De Alineación Directiva (CAD) de la empresa Moderna Alimentos S.A hoy está compuesto por 8 ejecutivos responsables de las diversas áreas funcionales de la organización, junto con el gerente general, quien además de liderar la aprobación y seguimiento de su despliegue estratégico, ejerce la representación legal de la empresa.

Figura 3: Estructura organizacional del CAD de la empresa Moderna Alimentos S.A



Nota: El gráfico representa la línea estructural del CAD de la empresa Moderna Alimentos S.A Tomado de: <https://www.modernaalimentos.com.ec/wp-content/uploads/2024/05/MDS2023ES-MEMORIA-DE-SOSTENIBILIDAD-MODERNA-ALIMENTOS-2023.pdf>

Productos que ofrece la empresa Moderna Alimentos S.A

La empresa Moderna Alimentos S.A es una empresa que está consciente de los retos que existen en el mercado, es por ello que cuentan con un portafolio de productos en diferentes líneas de fabricación.

• Línea industrial B2B

Debido a la experiencia adquirida Moderna Alimentos está dedicada a la producción de harinas de panificación del mercado: integrales, panaderas, pasteleras, galleteras, uso doméstico y pastas. Cada una de estas producciones contienen: proteínas, vitaminas B1,B2,B3, ácido fólico, hierro y fibra; los cuales cuentan como nutrientes que aportan al estilo de vida de los consumidores y a su vez satisfacen sus necesidades.

Dentro de la línea industrial existen productos:

- Harina Gallitop
- Harina Paniplus
- Harina Estrella De Octubre
- Harina Manta Especial
- Harina Súper Panadera
- Harina Tomebamba
- Harina Paniplus Integral
- Harina La Trigueñita Integral

- Harina Trébol Rojo

Moderna Alimentos S.A está en constante innovación en torno a sus productos debido a que tienen claro que deben adaptarse a las necesidades de sus clientes.

- **Línea de consumo B2C**

La empresa ofrece a sus consumidores productos deliciosos, nutritivos, versátiles, rápidos y sencillos de usar. La línea de consumo B2C ofrece: panes, pastas, avenas, premezclas, y harina de uso doméstico fraccionada que son reconocidos debido a su funcionalidad.

Línea YA| Harinas fraccionadas, premezclas, avena.

Esta línea de harinas fraccionadas contiene una serie de complementos que ayudan al bienestar de la nutrición familiar como: minerales, proteínas, vitaminas y fibra. Lo que convierte estos productos en un alimento completo para garantizar resultados homogéneos en sabor, consistencia, textura y presentación de los productos son las proporciones adecuadas. De igual forma la avena que proviene de hojuelas seleccionadas para volverlo un cereal vital por ser proteína, contener hierro y funcionar como fibra

sus principales productos son:

Línea Moderna:

- Harina con polvo de hornear
- Harina sin polvo de hornear
- Harina con levadura
- Harina integral
- Sémola de trigo
- Torta de limón
- Torta de vainilla
- Torta red velvet
- Torta arcoíris
- Torta de dinosaurio
- Torta unicornio
- Brownie

Coberturas:

- Chantilly de chocolate
- Chantilly de vainilla
- Merengue

Pancakes, Waffles, Crepes:

- Pancake avena
- Pancake de agua
- Pancake en leche

Premezclas:

- Torta de chocolate
- Torta de zanahoria
- Torta de naranja

Avena:

- Avena Ya en hojuelas
- Avena Ya en hojuelones
- Avena Ya molida

Línea de pan:

La empresa moderna de alimentos cuenta con una cantidad de 55 panes que son elaborados con ingredientes naturales como avena, linaza, machica, salvado, ajonjolí, frutos secos, rojos, entre otros. Los principales productos de esta línea son:

- Línea Moderna
- Línea Artesanal
- Apanadura Doradita
- Línea Kids
- Línea Gourmet
- Línea Benefit
- Rosquitas

Línea de Pastas:

La pasta elaborada por la empresa Moderna De Alimentos S.A está fabricada con sémola de trigo Durum cuyo alto valor nutricional convierte a estos productos en un alimento saludable que contiene proteínas y aporta energía en las familias de los ecuatorianos. Sus principales productos son:

- Fideos Cayambe
- Pasta Santorino

Clientes de la empresa moderna alimentos S.A

La empresa Moderna Alimentos S.A desea estar en conexión directa con sus clientes y consumidores en este caso cadenas de supermercados y todas las familias ecuatorianas en general que estén dispuestos a consumir los productos que la empresa oferta. Puesto que para ellos es necesario conocer y entender lo que el cliente piensa sobre sus productos y obtener información mediante el servicio al cliente y la gestión de peticiones, quejas y reclamos con el objetivo de brindar una experiencia única tanto a clientes como a consumidores y así satisfacer las necesidades de los mismos.

Es por ello que la empresa cuenta con un sistema de base de procesamiento de datos en dónde se registra la atención y las sugerencias de cada cliente o consumidor final poniendo a disposición de las mismas diversos canales de atención a través de los que puedan trasladar sus consultas, quejas sugerencias o reclamos.

Proveedores de la empresa Moderna Alimentos S.A

Los proveedores de la empresa deben cumplir con los estándares ambientales, laborales de seguridad y derechos humanos. Para esto los proveedores se someten a un proceso de calificación de proveedores impuesto por la empresa mediante el cual se valora su cumplimiento mediante etapas: revisión documental, auditoría In Situ validación, emisión del

certificado de código de ética y conducta para proveedores y contratistas el cual permite valorar el comportamiento conforme a los principios de la empresa.

Competidores de la Empresa Moderna Alimentos S.A

Para Moderna Alimentos S.A hacer negocios de manera interna es fundamental, la empresa cuenta con varios mecanismos de procesos de regulación legal a nivel interno y externo que promueven las conductas comerciales éticas.

A nivel externo existe la normativa ecuatoriana que se rige en base a la Ley Orgánica de Regulación del Control de Poder de Mercado en donde se especifica que cometer hechos o actos y prácticas contrarias al desarrollo de las actividades económicas es sancionado.

A nivel interno la empresa cuenta con procesos como:

Monitoreo de la fuerza de ventas: Realiza un monitoreo anual para evaluar el desempeño del personal en el cumplimiento de la ley de mercado.

Plan de negocio anual: Analiza información sobre la participación del mercado de la compañía con un enfoque específico en los productos y su comercialización

2.4 Fundamentación Teórica

Endomarketing

A título personal como autora de esta investigación considero que el endomarketing es la utilización de todas aquellas estrategias de gestión implementadas dentro de una organización que fomentan el compromiso del trabajador hacia con la empresa reduciendo así la tasa de rotación laboral y apoyando de manera directa a explotar todas las capacidades de cada uno de los empleados, de igual forma estas estrategias implementadas ayudarán a captar la atención de profesionales altamente capacitados y con una mente brillante.

Conceptos de endomarketing

Kloter & Keller (2006) mencionan que “ El marketing interno es la tarea de contratar, entrenar y motivar al personal idóneo para atender adecuadamente a los clientes” (p. 20).

Berry et al., (1994) comentan que el endomarketing es el encargado de administrar de manera correcta los recursos de trabajo para satisfacer las necesidades de los empleados y que estos a su vez con su desempeño logren cumplir con los objetivos de la organización.

Armstrong & Kotler (2013) dicen que el marketing interno “significa que la empresa de servicio debe orientar y motivar a sus empleados de contacto con el cliente y a su personal de servicio de apoyo para que trabajen como un equipo a fin de proporcionar satisfacción al cliente” (p.210). Es por ello que se dice que las empresas deben mantener contentos no solo a sus clientes de productos o servicios sino también a sus empleados siendo considerados como

clientes internos; es decir que deben cuidar y garantizar la satisfacción de quienes cuidan y satisfacen a sus clientes.

Regalado et al., (2011) el marketing interno es el conglomerado de direcciones que son dirigidas por una organización con la intención de mejorar la relación y el bienestar interno en empresas para conseguir un alto grado de fidelidad y responsabilidad entre la organización y colaborador.

Beneficios del Endomarketing

Kotler & Keller (2012) comentan que para que el endomarketing tenga un buen funcionamiento depende de los miembros de la organización o empresa y de su capacidad de comprensión y aceptación de estas herramientas; de esta manera el marketing puede ser beneficioso en algunos aspectos como:

- disminución de la rotación del personal.
- Promoción de un buen ambiente laboral.
- Fortalecimiento de las relaciones laborales.
- Articulación de todos los miembros de la empresa.
- Reducción de incertidumbre.
- Aumento de la productividad y competitividad.
- Fomenta el compromiso laboral y el espíritu de pertenencia.
- Reducción de posibles episodios de estrés en el personal.

Importancia del Endomarketing

En la actualidad la competitividad entre las empresas ha ido incrementando con el paso de los años, es por eso que muchas empresas buscan mejorar tanto sus procesos productivos como administrativos. Es así como de esta manera las empresas han optado por implementar dentro de sus gestiones la utilización de estrategias de endomarketing que resulten beneficiosas para el crecimiento del éxito de su empresa sin olvidarse del activo más importante con el que cuentan que es el talento humano.

Debido a esto Kotler & Keller (2012) hacen hincapié en la importancia del endomarketing y de la actitud positiva que debe generar este en los empleados quienes son considerados el cliente interno para que de esta manera puedan brindar un servicio de calidad al cliente externo. Mira (2013) el endomarketing se basa en el proceso de intercambio de comunicación interna que surge de la relación de una empresa con sus empleados, lo que hace que la gestión del talento humano sea más efectiva y aumenta la motivación y el compromiso; también permite

brindar el mayor cuidado a sus empleados a través de políticas de comunicación internas que fomenten un ambiente positivo y de confianza.

Además, cabe recalcar que para lograr los resultados deseados, es necesario planificar y llevar a cabo estas acciones generando información constantemente, esta información recolectada es de gran utilidad dentro de una retroalimentación mejor conocido como feedback.

Factores del Endomarketing

Para Staton et al., (2007) se puede tomar como factores importantes del endomarketing a:

- El clima laboral
- las condiciones de trabajo
- políticas de empresariales
- comunicación
- actividades de desarrollo empresarial
- ética, valores y responsabilidad empresarial
- capacidad de liderazgo dentro del personal
- niveles de competitividad
- condiciones brindadas al cliente interno
- salarios, remuneraciones y beneficios por meritocracia

Dimensiones del Endomarketing

Regalado et al., (2011) presentan como dimensiones importantes dentro del endomarketing a:

2.4.1.1 Recompensas o reconocimientos personales :

Es considerado de suma importancia darle valor al esfuerzo de cada uno de los miembros de la empresa, por ende, dentro de esto se puede incluir programas de incentivación que fomentan la superación de objetivos, metas y retos de cada empleado mediante la entrega de bonificaciones, premios o reconocimientos públicos por meritocracia que apoyen e incentiven al trabajador a sentirse cómodo y capaz de cumplir con las actividades designadas en entorno a sus funciones.

2.4.1.2 Retención de empleados y reclutamiento del personal:

La empresa debe manejar un proceso de llamamiento efectivo para captar la atención de nuevos talentos idóneos y especializados dentro de las áreas requeridas y a su vez darles las comodidades necesarias con respecto al desarrollo de sus actividades para que los mismos

puedan sentirse satisfechos y realizar de manera óptima sus actividades conduciendo así todo su esfuerzo al éxito de la empresa.

2.4.1.3 Desarrollo del personal:

Esta dimensión está centrada en el crecimiento y enriquecimiento de conocimientos del personal, esto se puede desarrollar mediante capacitaciones, charlas o guías de desenvolvimiento dentro del área de trabajo. El departamento de talento humano es el encargado de visualizar todas aquellas necesidades que se presentan en los distintos departamentos empresariales y satisfacer las necesidades de conocimientos y habilidades de los mismos seleccionando distintas herramientas que aporten en la optimización del talento de cada empleado.

2.4.1.4 Adaptación al ambiente Laboral

Esta dimensión está centrada en la capacidad que tiene cada empleado de adecuarse a las distintas situaciones laborales o a los distintos escenarios que se pueden presentar dentro del desarrollo de las actividades empresariales, todo esto de acuerdo con sus conocimientos, capacidades y habilidades que le ayudaran a estar prevenido y preparado para actuar en el caso de presentarse alguna emergencia o error que puede ser corregido a tiempo.

2.4.1.5 Capacidad de liderazgo:

En el en marketing la capacidad de liderazgo es sumamente importante debido a que de ella depende el desarrollo óptimo de las actividades empresariales; los líderes deben ser quienes guíen, motiven, apoyen y acompañen a sus compañeros de trabajo brindándoles confianza y estabilidad al momento de aplicar sus conocimientos y habilidades creando no solamente un clima laboral estable sino también fomentando el trabajo en equipo.

2.4.1.6 Comunicación:

Es de conocimiento general que para alcanzar el éxito dentro de toda empresa se necesita de una comunicación efectiva, Es por ello que el personal debe tener conocimiento que no solamente está en la obligación de comunicar inconvenientes o cambios dentro de las actividades o proyectos de crecimiento de la empresa, sino que también puede expresar sus necesidades y poner en conocimiento sus ideas.

2.5 Satisfacción Laboral

De manera personal y mediante mi experiencia se puede considerar a la satisfacción laboral como un fenómeno producido mediante una relación directa entre sentimientos existentes del

personal hacia su ambiente laboral y lo que estos producen y se refleja en ellos, determinando su bienestar y compromiso con el trabajo y éxito de la empresa a la que pertenece.

Conceptos de satisfacción laboral

Chiang et al., (2017) conceptualizan en la satisfacción laboral como aquel fenómeno que está asociado a las actitudes y aptitudes de los trabajadores las cuales de manera importante determinan la consecución de los objetivos y las metas de empresariales.

Sin embargo de acuerdo con Cantón & Telléz (2016) existen distintas conceptualizaciones de satisfacción laboral y todas estas concluyen en que esta es la consecuencia del estado emocional de un empleado basado en las circunstancias personales y laborales a las cuales esta expuesto y serán las que determinarán la satisfacción o insatisfacción laboral del empleado.

Por otra parte Chiang et al., (2017) enfatizan en que la satisfacción laboral es de importancia significativa dentro del análisis del bienestar físico, mental y emocional de los empleados debido a que son quienes pasan la mayor parte de sus vidas dentro de las organizaciones, de esta manera se pueden identificar, analizar y estudiar todos aquellos factores que afecten o mejoren la satisfacción laboral de los empleados mejorando la calidad de vida del personal dentro de la empresa con el fin de motivar a los colaboradores y alcanzar el éxito empresarial.

Importancia de la satisfacción laboral

Para Heredia (2017) la satisfacción laboral es de gran importancia dentro de una empresa debido a que está relacionada directamente con la experiencia que vive el personal dentro de una empresa; la percepción que tenga el trabajador de todo lo que sucede en su entorno laboral determinará su manera de actuar y el nivel de desempeño que este genere. Esto hará que el departamento de talento humano cuestione las estrategias implementadas verifique su funcionalidad y determine la necesidades de cambios dentro del entorno según los resultados que se presenten.

Factores que determinan la satisfacción laboral

Según Robbins & Judge (2013) se considera que los factores claves y determinantes considerados dentro de la satisfacción laboral son:

- Reto del trabajo
- Sistema de recompensas y remuneración justa
- Condiciones favorables de trabajo
- Colegas que brindan apoyo o colaboración

Dimensiones de la satisfacción laboral

Caballero (2002) explica que existen muchas dimensiones que están asociadas con la satisfacción laboral, sin embargo se han tomado como dimensiones claves a cinco:

- **Remuneración:** Cantidad de dinero recibida para el cumplimiento de actividades dentro de la empresa.
- **Trabajo:** El grado en que las tareas se consideran interesantes y proporciona oportunidades de aprendizaje.
- **Oportunidad de ascenso o crecimiento:** Existencia de posibilidades en ascenso dentro de los cargos desempeñados.
- **Lider:** El interés que presentan los líderes por cada uno de sus colaboradores poniendo interés en sus necesidades.
- **Colaboradores:** El grado de compañerismo, competencia y ambiente laboral agradable.

Beneficios de la satisfacción laboral

Pujol & Dabos (2018) comentan que la satisfacción laboral es un tema relevante en el ámbito laboral u organizacional, dependiendo de su utilización esto puede afectar o beneficiar no solamente a la vida de los empleados sino también a la productividad de la empresa. Es por eso que mencionan los siguientes beneficios:

- **Incremento de la productividad**

Los empleados satisfechos tienden a ser más productivos por su motivación y compromiso con sus tareas, es evidente el aumento en su eficiencia lo que se refleja es una mejor calidad de trabajo realizado.

- **Mejora de la retención de talento**

Una alta satisfacción laboral reduce las tasas de rotación del personal. Los empleados contentos son menos propensos a buscar otras oportunidades laborales, lo que ahorra costos asociados con la contratación y capacitación de nuevos empleados.

- **Reducción del ausentismo**

La satisfacción en el trabajo está correlacionada con una menor incidencia de ausencia. Los empleados satisfechos suelen tener mejores actitudes hacia el trabajo y una menor propensión a fallar.

- **Mejora en la salud mental y física**

Los empleados que están satisfechos con su trabajo tienden a experimentar menos estrés lo que contribuye a una mejor salud mental y física. Esto reduce el número de bajas por enfermedad y mejora el bienestar general de los empleados

- **Aumento del compromiso y la lealtad**

Los empleados satisfechos desarrollan un mayor sentido de lealtad hacia la empresa. Están más dispuestos a contribuir con ideas y esfuerzos adicionales para el éxito de la organización.

- **Mejora en el clima organizacional**

La satisfacción laboral contribuye a un ambiente de trabajo positivo. Un buen clima organizacional favorece la cooperación, la comunicación efectiva y un espíritu de equipo más fuerte.

- **Innovación y creatividad**

Los empleados satisfechos se sienten más seguros y valorados, lo que fomenta la creatividad y la disposición a proponer nuevas ideas y soluciones innovadoras.

- **Mejora en el servicio al cliente**

Los empleados satisfechos tienden a proporcionar un mejor servicio al cliente. Su actitud positiva y compromiso se refleja en la manera en que interactúan con los clientes, mejorando así la percepción en la satisfacción del cliente.

- **Reducción de costos**

No rotación y ausentismo laboral, así como una mayor productividad, contribuyen a una reducción de costos operativos y administrativos.

- **Atracción de talento**

Las empresas conocidas por su alta satisfacción laboral son más atractivas para los candidatos de alto calibre. Esto facilita la atracción del talento humano y mejora el proceso de selección de personal.

- **Fortalecimiento de la marca empleadora**

Una reputación positiva en cuanto a la satisfacción laboral refuerza la marca empleadora de la empresa, posicionándola como un lugar deseado para trabajar y mejorando su imagen pública.

La satisfacción laboral es esencial no solo para el bienestar de los empleados, sino también para la eficiencia operativa y el éxito a largo plazo de la empresa. Las empresas que invierten en mejorar la satisfacción de sus empleados cosechan múltiples beneficios que

abarcan desde el aumento de la productividad hasta la mejora de clima organizacional y la retención de talento humano.

Ventajas de la satisfacción laboral

Rodriguez et al., (2020) muestran que la satisfacción laboral no solo afecta la vida de los empleados sino que también afecta a la productividad y el funcionamiento en general de las empresas, es por eso que la satisfacción laboral es un aspecto crucial en el entorno de trabajo y sus beneficios son tan significativos que pueden representarse en las empresas como algunas ventajas claves; siendo estas las siguientes:

Reducción de conflictos laborales

La satisfacción laboral disminuye la probabilidad de conflictos internos. Los empleados satisfechos suelen tener mejores relaciones interpersonales y una comunicación más efectiva, lo que reduce el riesgo de malentendidos y enfrentamientos.

Mayor adaptabilidad al cambio

Los empleados que están satisfechos con su trabajo son más receptivos y adaptables a los cambios organizacionales. Su compromiso con la empresa facilita la implementación de nuevas políticas, tecnologías y procesos.

Fomento de la responsabilidad y autonomía

La satisfacción laboral suele estar relacionada con un mayor sentido de responsabilidad y autonomía. Los empleados satisfechos están más dispuestos a asumir responsabilidades adicionales y a tomar decisiones autónomas que beneficien a la empresa.

Mejora de la reputación corporativa

Empresas de altos niveles de satisfacción laboral son vistas como lugares atractivos para trabajar. Esto no solo ayuda en la atracción del talento humano, sino que también mejora la reputación de la empresa ante clientes, socios y la comunidad en general.

Impacto positivo en la innovación

La satisfacción laboral fomenta un ambiente en el que los empleados se sienten seguros para experimentar y proponer ideas innovadoras. Este ambiente creativo puede llegar a avances significativos de productos, servicios y procesos.

Desarrollo de competencias y habilidades

Los empleados satisfechos tienden a estar más interesados en el desarrollo profesional continuo. Participan más activamente en programas de formación y desarrollo, lo que mejora sus competencias y habilidades, beneficiando a la empresa en conjunto.

Aumento de la calidad de trabajo

Los empleados satisfechos suelen prestar más atención a los detalles y la calidad de su trabajo. Esto lleva a productos y servicios de mayor calidad lo que puede mejorar la satisfacción del cliente y la competitividad de la empresa.

Potenciación del trabajo en equipo

La satisfacción laboral fomenta una mayor colaboración y cohesión entre los miembros del equipo. Los empleados están más dispuestos a trabajar juntos y apoyarse mutuamente para alcanzar los objetivos comunes.

Incremento de orgullo y la identificación con la empresa

Los empleados satisfechos desarrollan un fuerte sentido de pertenencia y orgullo hacia su organización. Esto no solo mejora su desempeño, sino que también los convierte en embajadores positivos de la marca.

Reducción de costos relacionados con problemas de salud

La satisfacción laboral está asociada con menores niveles de estrés y por ende con menos problemas de salud relacionados con el trabajo. Esto puede reducir los costos asociados con seguros de salud, bajas por enfermedad y otros gastos médicos.

Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa

Las empresas que valoran y promueven la satisfacción laboral tienden a ser más conscientes de su responsabilidad social. Los empleados satisfechos participan en iniciativas de sostenibilidad y responsabilidad social, mejorando la contribución de la empresa a la comunidad y al medio ambiente.

Mejora los procesos de feedback

Los empleados satisfechos son más propensos a participar en los procesos de retroalimentación constructiva. Su disposición a dar y recibir feedback mejora los procesos internos y la comunicación, contribuyendo al desarrollo empresarial.

Fortalecimiento del liderazgo

Un alto nivel de satisfacción laboral fortalece el liderazgo dentro de la empresa. Los líderes efectivos que promueven la satisfacción laboral son más respetados y seguidos por sus equipos, lo que mejora la cohesión y la dirección estratégica de la empresa.

Es decir que la satisfacción laboral no solo beneficia a los empleados en términos de bienestar personal, sino que también aporta numerosas ventajas estratégicas y operativas a la organización potenciando su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

Desventajas de la satisfacción laboral

Aunque la satisfacción laboral tiene muchas ventajas, es importante considerar también algunas potenciales desventajas o desafíos que puedan surgir si no se gestionan adecuadamente las herramientas,

Salessi (2014) explica que la satisfacción laboral puede ser compleja debido a que existen desafíos y aspectos negativos dentro de la aplicación de las herramientas de endomarketing. Por ello y para evitar incertidumbre dentro de la empresa es importante tomar en cuenta las siguientes desventajas:

Complacencia y estancamiento

Los empleados altamente satisfechos pueden volverse complacientes, lo que puede llevar a una falta de impulso para mejorar o innovar. La sensación de estar cómodos puede disminuir la motivación para buscar nuevas oportunidades de crecimiento o desarrollo.

Resistencia al cambio

Cuando los empleados están muy satisfechos en el estado actual de las cosas, pueden resistirse a los cambios organizacionales, incluso si estos cambios son necesarios para el crecimiento y la adaptación al mercado.

Incremento de costos

Mantener altos niveles de satisfacción laboral a menudo implica inversiones significativas en beneficios, programas de bienestar, desarrollo profesional y otras iniciativas. Estos costos pueden ser altos y no todas las empresas pueden permitirse mantener estos gastos continuamente.

Desigualdades internas

Focalizarse demasiado en la satisfacción laboral puede llevar a desigualdades si ciertos grupos de individuos reciben más atención y recursos que otros. Esto puede llevar a una falta de preparación para enfrentar desafíos y cambios repentinos en el mercado.

Falsa sensación de seguridad

Los empleados satisfechos pueden desarrollar una falsa sensación de seguridad sobre su posición y éxito de la empresa. Esto puede llevar a una falta de preparación para enfrentar desafíos y cambios repentinos en el mercado.

Burocracia aumentada

Implementar y mantener programas destinados a aumentar la satisfacción laboral puede añadir capas de burocracia y procesos administrativos que ralenticen la toma de decisiones y la agilidad organizacional.

Dependencia de incentivos

Los empleados pueden llegar a depender de incentivos y recompensas para mantener su satisfacción y motivación esto puede ser insostenible a largo plazo y puede dificultar la motivación intrínseca de los empleados.

Sobrecarga de gestión

La necesidad de gestionar y monitorizar continuamente los niveles de satisfacción laboral puede sobrecargar a los empleados de Recursos Humanos y a la gerencia, desviando atención y recursos de otras áreas estratégicas.

Riesgo de homogeneidad

Enfocarse y exorbitantemente en mantener a los empleados satisfechos puede llevar a la homogeneización de ideas y perspectivas, ya que pueden evitar conflictos y desafíos que son esenciales para la innovación y el crecimiento.

Desaliento de la competencia

En un entorno donde todos están excesivamente satisfechos, puede haber una falta de competencia interna saludable. La competencia puede ser un motor importante para el desarrollo de habilidades y el rendimiento.

Ámbitos de aplicación de la satisfacción laboral

Según Waldinger (2016) la satisfacción laboral es fundamental para comprender su alcance y aplicaciones, se aplica en diversos contextos, que es desde la gestión de Recursos Humanos hasta la calidad del servicio al cliente.

La satisfacción laboral se puede evaluar y mejorar en varios ámbitos clave dentro de una organización. Cada ámbito abarca aspectos específicos que influyen directamente en el bienestar y la percepción del trabajo por parte de los empleados.

A continuación se describen los ámbitos en los cuales se puede aplicar la satisfacción laboral:

2.5.1.1 Condiciones físicas del trabajo

Infraestructura

La calidad de las instalaciones físicas, incluyendo oficinas, de áreas comunes y equipos de trabajo. Un entorno bien diseñado y mantenido puede mejorar el confort y la productividad.

Ergonomía profesional

Mobiliario adecuado, iluminación adecuada y condiciones ambientales óptimas como temperatura y bajo ruido que minimizan el estrés físico y contribuyen a la salud de los empleados.

2.5.1.2 Compensación y beneficios

Salario

La percepción de equidad y competitividad salarial en comparación con el mercado y con otros empleados dentro de la misma organización.

Beneficios

Incluyen seguros de salud, planes de jubilación, bonos, vacaciones pagadas y otros incentivos no monetarios que mejoran la calidad de vida de los empleados.

Equidad

La percepción de justicia en la distribución de compensaciones y beneficios puede afectar la satisfacción laboral.

2.5.1.3 Desarrollo y crecimiento profesional

Capacitación y desarrollo

Programas de formación y desarrollo profesional que permiten a los empleados adquirir nuevas habilidades y avanzar en sus carreras.

Oportunidades de promoción

La existencia de planos de carrera claras y la posibilidad de ascender dentro de la organización.

Mentoría y coaching

Apoyo mediante mentores y coaches para el desarrollo personal y profesional de los empleados.

2.5.1.4 Relaciones interpersonales

Compañeros de trabajo

La calidad de las relaciones con colegas, que incluyen la cooperación, el apoyo mutuo y el espíritu de equipo.

Supervisión y liderazgo

La calidad de la relación con los supervisores, incluyendo el apoyo, la comunicación efectiva, y el reconocimiento del trabajo bien hecho

clima organizacional

El ambiente general en el lugar de trabajo puede influir en la motivación y la satisfacción de los empleados.

2.5.1.5 Reconocimiento y recompensas

Reconocimiento formal

Programas y ceremonias oficiales que reconocen y recompensan el buen desempeño y los logros de los empleados.

Reconocimiento informal

Apreciación y agradecimientos diarios por parte de los supervisores y colegas.

2.5.1.6 Autonomía y responsabilidad

Autonomía

La capacidad de los empleados para tomar decisiones y controlar su propio trabajo.

Responsabilidad

La claridad en las expectativas y el nivel de responsabilidad asignada a los empleados, que pueden aumentar su sentido de logro y pertenencia.

2.5.1.7 Equilibrio vida-trabajo

Flexibilidad

Políticas que permiten horarios de trabajo flexibles, opciones de teletrabajo y licencias por motivos personales, lo cual ayuda a los empleados a equilibrar sus responsabilidades laborales y personales.

Apoyo familiar

Programas y beneficios que apoyan a los empleados en sus responsabilidades familiares, como guarderías y permisos parentales.

2.5.1.8 Cultura y valores organizacionales

cultura corporativa

Los valores, normas y creencias que predominan en la empresa y que influyen en el comportamiento y la actitud de los empleados.

Ética y responsabilidad social

La percepción de la ética y la responsabilidad social de la empresa pueden afectar a la satisfacción laboral al influir en el orgullo y la identificación de los empleados con la organización.

2.5.1.9 Participación y empoderamiento

Participación

La oportunidad de los empleados para involucrarse en la toma de decisiones y aportar sus ideas.

Empoderamiento

El grado en que los empleados se sienten capacitados y confiados para influir en su trabajo y en la organización en general.

2.5.1.10 Comunicaciones

Transparencia

La claridad y apertura en la comunicación interna que permite a los empleados de estar informados sobre los asuntos importantes de la organización.

Feedback

Mecanismos de eficaces para dar y recibir retroalimentación constructiva.

La satisfacción laboral abarca múltiples ámbitos que afectan al bienestar y la productividad de los empleados. Al abordar de manera integral estos ámbitos las organizaciones pueden crear un entorno de trabajo más positivo, motivador y productivo

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Método

El método implementado dentro de la presente investigación es el método hipotético - deductivo. Para Tamayo (2012), este método es un proceso en donde se presentan distintas condiciones mediante sucesos específicos presentados y caracterizados generalmente por ser tentativos, verificables, de razonamiento riguroso y observación empírica; desde la aplicación de la lógica a las realidades o hechos observados. Para implementar el método hipotético - deductivo dentro de la investigación se siguieron los siguientes pasos:

- **Observación:**

Mediante la observación del desarrollo de actividades de cada uno de los participantes dentro de la empresa Moderna Alimentos S.A se puede tener una opinión propia en cuanto al endomarketing aplicado dentro de la empresa y a su vez identificar variables que intervienen en el comportamiento y la satisfacción laboral de cada empleado; mediante esta observación no participativa se determinan las falencias dentro de cada una de las variables obteniendo así la identificación de un problema y su respectiva solución.

- **Identificar el problema:**

Se identificó el problema en referencia al endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa moderna alimentos del cantón Colta planta Cajabamba mediante la recolección de datos destinados al estudio propio.

- **Formulación de Hipótesis**

Para Pájaro (2002), la hipótesis está definida como una forma de saberes de conocimiento científico. El enunciado debe ir de la mano con el conocimiento anterior ya que sin éste no se puede llevar a cabo el objeto de estudio; además de tener veracidad en las conclusiones previamente requeridas.

- **Deducir las consecuencias elementales de la hipótesis**

Mediante la aplicación del método hipotético - deductivo conjuntamente con los resultados obtenidos en la guía de observación y cuestionario de la encuesta como medios de recolección de información se pone en pie el inicio al cumplimiento del objetivo en donde se determinaron los aspectos fundamentales que evidencian si el endomarketing incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

3.2 Tipo de investigación

Investigación del Campo

Ñaupas et al., (2018) explican que la investigación de campo se realiza en un lugar específico e implica guardar contacto directo con el fenómeno que se está estudiando en base a la documentación bibliográfica obtenida en la investigación y en su mayoría se emplea para el abordaje de temas relacionados sobre psicología, derecho, geografía; entre otros.

Para su desarrollo se visitó la empresa Moderna Alimentos S.A con el fin de estudiar cada una de las estrategias de endomarketing implementadas dentro de la empresa para la satisfacción laboral.

Investigación descriptiva

Ñaupas et al ., (2018) aseguran también que la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Por ello esta investigación se dedica a describir el tema de la investigación basándose en las cualidades y detalles del ambiente en el que se desarrolla la investigación y sus fenómenos.

La investigación descriptiva dentro de este trabajo se enfocó en comprender y describir a los fenómenos tal cual son, sin manipular las variables detallando las características, ventajas y desventajas de cada una, así como también otro tipo de aspectos relevantes que permiten obtener una visión clara y completa del endomarketing y su incidencia en la satisfacción laboral de la empresa moderna alimentos S.A específicamente en la planta de Cajabamba ubicada en el cantón Colta.

3.3 Diseño de Investigación

Diseño de la investigación no experimental

La presente investigación posee una investigación no experimental de corte transversal debido a que no se manipularon las variables y su medición se realizó dentro del entorno laboral de la empresa Moderna Alimentos S.A del cantón Colta planta Cajabamba mediante la observación directa del caso para posteriormente analizar la información recolectada, permitiendo analizar y describir la situación de la empresa y su problemática; fomentando así la búsqueda de soluciones, mostrando resultados en función al ambiente laboral.

Para Hernandez et al., (2010) la investigación no experimental, se realiza sin manipular deliberadamente variables y en la que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

3.4 Técnicas de recolección de datos

Técnicas

Las técnicas utilizadas en la presente investigación son las siguientes:

- **Encuesta:**

Para Sampieri & Hernandez (2010) la encuesta es un instrumento de investigación descriptiva que precisa identificar a prioridad las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población y especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. A través de esta técnica se ha recopilado información del personal de la empresa Moderna Alimentos S.A ubicada en el cantón Colta planta Cajabamba

- **Observación**

Sampieri & Hernandez (2010) argumentan también que la observación es el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objeto de estudio uno o varios hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual; por lo que en el caso de las Ciencias Naturales, cualquier dato observado es considerado como algo factual, verdadero o contundente; a diferencia de las Ciencias Sociales, el dato es el resultado que se obtiene del proceso entre los sujetos y sus relaciones por lo que no es tan factual y pudiera ser subjetivo.

3.5 Población de estudio y tamaño de muestra

Población

Según Tamayo (2012) se considera población al conjunto de elementos que conservan características similares entre sí, dentro de este estudio se cuenta con una población objetivo de 70 personas quienes laboran en la empresa Moderna Alimentos S.A de la planta Cajabamba del cantón Colta.

Muestra

Parella & Martins (2008) argumento en que la muestra está conformada por unidades seleccionadas de una determinada población y son los sujetos o elementos con los cuales se realiza la investigación. Puesto que la empresa Moderna Alimentos S.A de la planta Cajabamba del cantón Colta cuenta con una población mínima para esta investigación se trabajó con el universo, por ello no es necesario el muestreo.

3.6 Hipótesis

Camacho (2007) muestra a la hipótesis como el eslabón necesario entre la teoría y la práctica investigativa que lleva al descubrimiento de nuevos aportes hacia el saber, indica lo que se está tratando de probar, es entonces una explicación posible que investiga una proposición que debe ser puesta a prueba para determinar su validez. En este sentido puede ser correcta o incorrecta. Siendo las siguientes hipótesis que se han planteado para la investigación:

H_i.- El endomarketing incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

H₀.- El endomarketing no incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

3.7 Métodos de análisis y procesamiento de datos

Técnicas de procesamiento de información

Para el procesamiento de datos se emplearon cuadros y gráficos estadísticos que elaboren el análisis correspondiente en una hoja de cálculo en Excel y demás herramientas SPSS (Statistical Product And Service Solution) esto permitió comprobar la eficacia de la hipótesis.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis y discusión de resultados

Estadística de fiabilidad

Para Nina-Cuchillo,J. & Nina Cuchillo, E. (2021) el análisis de confiabilidad es un estadístico que permite hallar la confiabilidad con la cual está estructurado un instrumento.

Para instrumento con ítems que poseen escala politómica se utiliza el coeficiente de Alfa de Cronbach. Según Nina-Cuchillo,J. & Nina Cuchillo,E. (2021) citó a Warrens (2015), la confiabilidad permite la consistencia interna del instrumento, mediante el grado de correlación entre sus ítems. Este tipo de análisis es muy utilizado para la validación de instrumentos de investigación.

Para interpretar los valores del coeficiente Alfa de Cronbach, Herrera (1998) estableció los siguientes rangos de confiabilidad.

Tabla 1 valores del coeficiente de Alfa de Cronbach Herrera

Intervalos	Interpretación
0,00 a 0,53	Confiabilidad nula
0,54 a 0, 59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Confiabilidad excelente
1,00	Confiabilidad perfecta

Fuente: Herrera (1998)

Verificación del supuesto de normalidad de datos

para realizar el supuesto de normalidad de datos se utilizó la prueba de Kolmogorov – Smirnov “conocida como prueba K -S, es una prueba de significación estadística para verificar si los datos de la muestra proceden de una distribución no normal. Se emplea para variables cuantitativas y continuas y cuando el tamaño muestral es mayor de 50.” Saldaña (2016, P.36). Teniendo en cuenta lo anterior se consideró a toda la población de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba que está constituida de 70 empleados para determinar los supuestos de normalidad entre las variables.

Es así como se obtuvieron los resultados mostrados en la tabla.

Tabla 2 Verificación del supuesto de normalidad de datos mediante la prueba K-S.

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
PREGUNTA 1 ¿Siente afinidad con los valores que promueve la empresa? Indique el nivel	,515	70	<,001
PREGUNTA 2 ¿Cuál es el nivel de funcionalidad de la comunicación interna de la empresa?	,420	70	<,001
PREGUNTA 3 ¿Cuál es su satisfacción laboral actual?	,478	70	<,001
PREGUNTA 4 ¿Cómo calificaría usted el liderazgo de su supervisor inmediato?	,446	70	<,001

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Tabla 3 Resultado del Alfa de Cronbach.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	13

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Una vez obtenida la tabla, se puede apreciar que el resultado del Alfa de Cronbach es de 0,800 pudiendo deducirlo mediante la tabla de Herrera (1998) se obtiene una confiabilidad excelente y una excelente viabilidad en la encuesta.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos después de realizar la encuesta sobre el endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba, para ello se ha abordado a todo el personal que forma parte de la empresa.

Interpretación:

de acuerdo con el resultado obtenido, que en este caso es de 0,8 indica que el constructo elaborado para la determinación y aplicación de las encuestas es del 0,72 a 0,99 mostrando un significado de confiabilidad excelente. Esto Por lo pronto permitirá obtener datos muy significativos dentro de la investigación.

4.2 Análisis e interpretación de la encuesta.

Pregunta 1: ¿Siente afinidad con los valores que promueve la empresa? Indique el nivel

Tabla 4: Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	60	85,7%	85,7%	85,7%
	Medio	10	14,3%	14,3%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

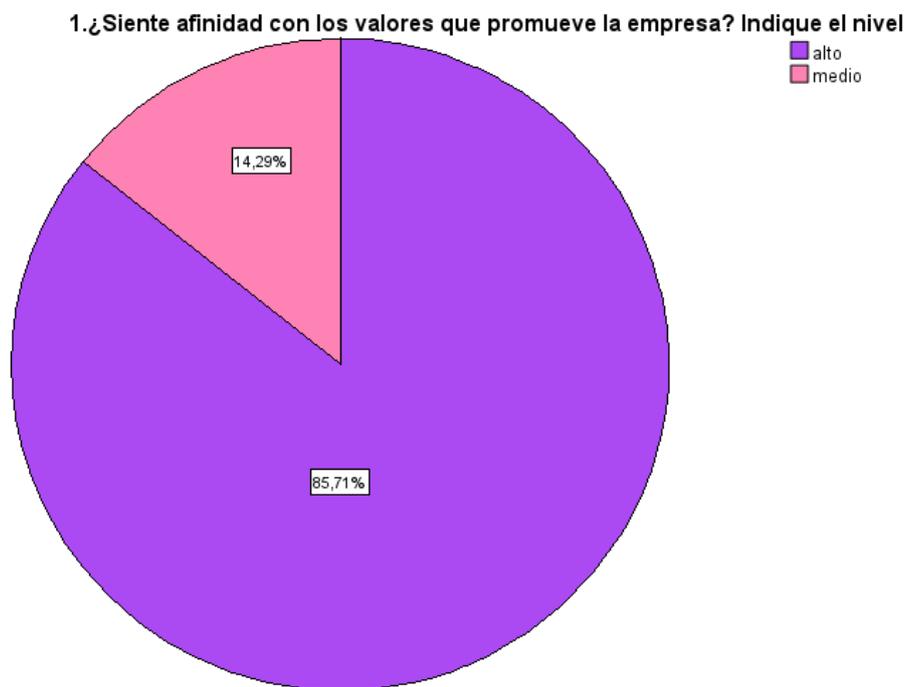


Figura 4: Pregunta 1

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: en la presente pregunta el 85,7% de las personas encuestadas sienten que la afinidad con los valores de la empresa es de grado alto, sin embargo, el 14,3% restantes optan por decir que la empresa tiene un nivel medio de afinidad con los valores.

Interpretación: según los datos obtenidos se puede decir que la empresa tiene niveles de valores muy considerables y aptos para que los trabajadores se sientan conformes con sus puestos de trabajo.

Pregunta 2: ¿Las instalaciones que posee la empresa son adecuadas (superficie, mobiliarios, equipos técnicos u otros) y facilitan su trabajo?

Tabla 5: Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	70	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

¿Las instalaciones que posee la empresa son adecuadas (superficie, mobiliarios, equipos técnicos u otros) y facilitan su trabajo?

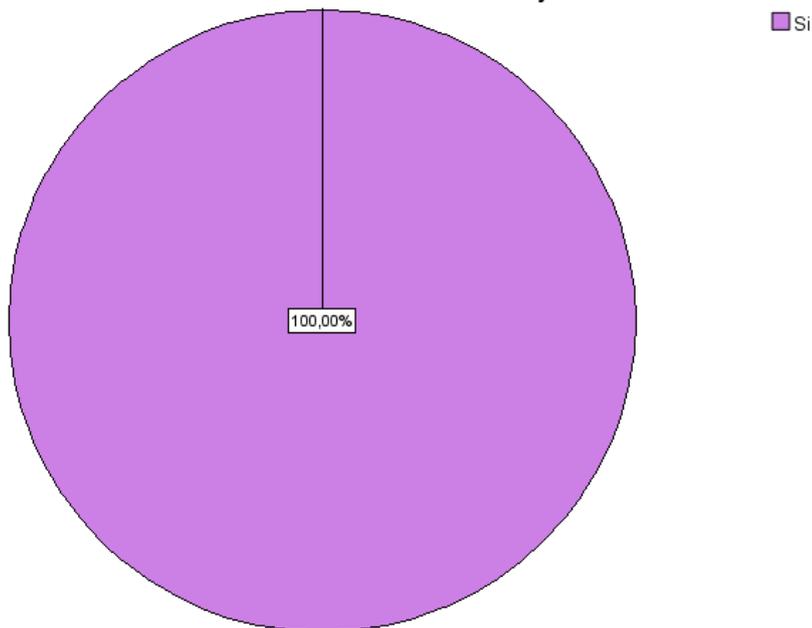


Figura 5: Pregunta 2

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: Se puede apreciar que el 100% de las personas encuestadas se sienten conformes con todas las instalaciones que posee la empresa ya sea en las superficies, en el mobiliario, en los equipos de trabajo u otros.

Interpretación: Según lo analizado, se puede observar una completa conformidad por parte de los empleados ya que los instrumentos brindados por la empresa en su totalidad son adecuados los mismos que ayudan a cumplir con todas sus obligaciones laborales y sobre todo les ayuda a agilizar sus actividades.

Pregunta 3: ¿Cuál es el nivel de funcionalidad de la comunicación interna de la empresa?

Tabla 6: Pregunta 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Media	24	34,3%	34,3%	34,3%
baja	46	65,7%	65,7%	100,0%
Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

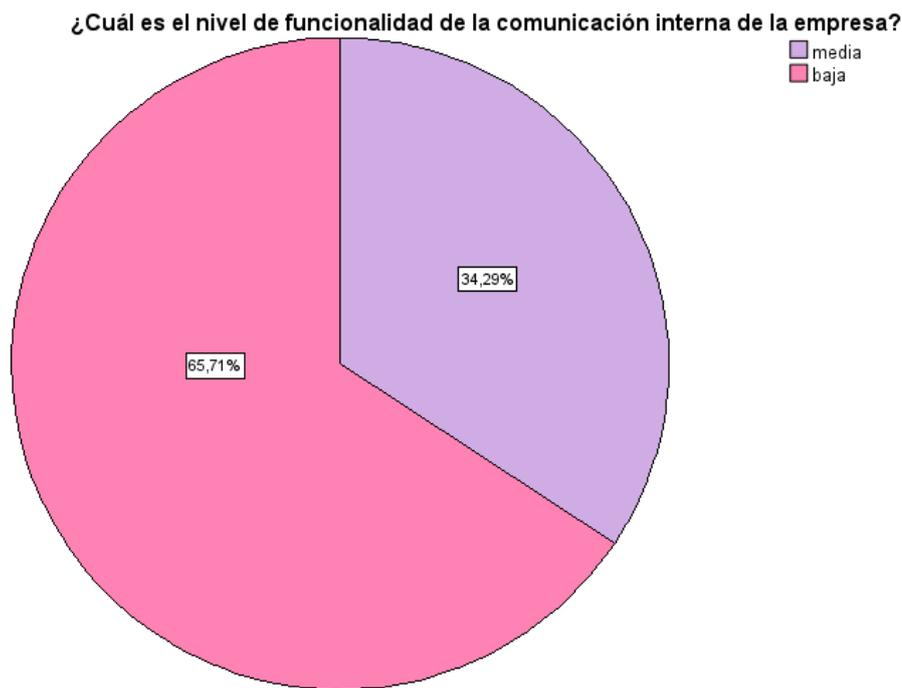


Figura 6: Pregunta 3

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: Como se puede observar en la siguiente pregunta, el 65,7% de las personas encuestadas enmarcan que la empresa tiene un bajo nivel de funcionalidad en lo que a comunicación interna se refiere, Por otra parte, el 34,3% restante del notan que la empresa tiene un nivel medio de comunicación interna.

Interpretación: Mediante los resultados se deduce que la empresa carece de comunicación interna pues cuenta con un nivel bajo según el 65,7% de los empleados; es decir que los empleados no se sienten satisfechos por ende se les dificulta llegar a cumplir a cabalidad las funciones y responsabilidades que tiene la empresa.

Pregunta 4: Indique si los líderes de la empresa se preocupan por los problemas y necesidades de los empleados de la empresa.

Tabla 7: Pregunta 4

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto		3	4,3%	4,3%	4,3%
Medio		15	21,4%	21,4%	25,7%
Bajo		52	74,3%	74,3%	100,0%
Total		70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña

4. Indique si los líderes de la empresa se preocupan por los problemas y necesidades de los empleados de la empresa

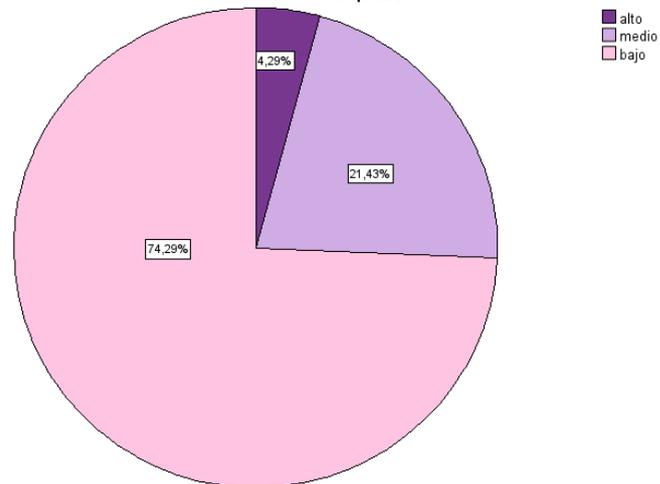


Figura 7: Pregunta 4

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: según los datos recaudados, el 74,3% de las personas encuestadas denotan que los líderes no tienen una alta preocupación por los problemas y necesidades de los trabajadores de la empresa, por otra parte, un 21,4% sienten que los líderes se preocupan medianamente por sus empleados y por último un 4,3% indica que se preocupan lo suficiente por sus trabajadores.

Interpretación: la mayoría de las personas que conforman la empresa no se sienten a gusto con la preocupación de los líderes de la compañía, debido a que este no fomenta un buen ritmo de trabajo armonioso dentro de la misma.

Pregunta 5: ¿Cómo calificaría usted el liderazgo de su supervisor inmediato?

Tabla 8: Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	2	2,9 %	2,9%	2,9%
	Medio	17	24,3%	24,3%	27,14%
	Bajo	51	72,9%	72,9%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

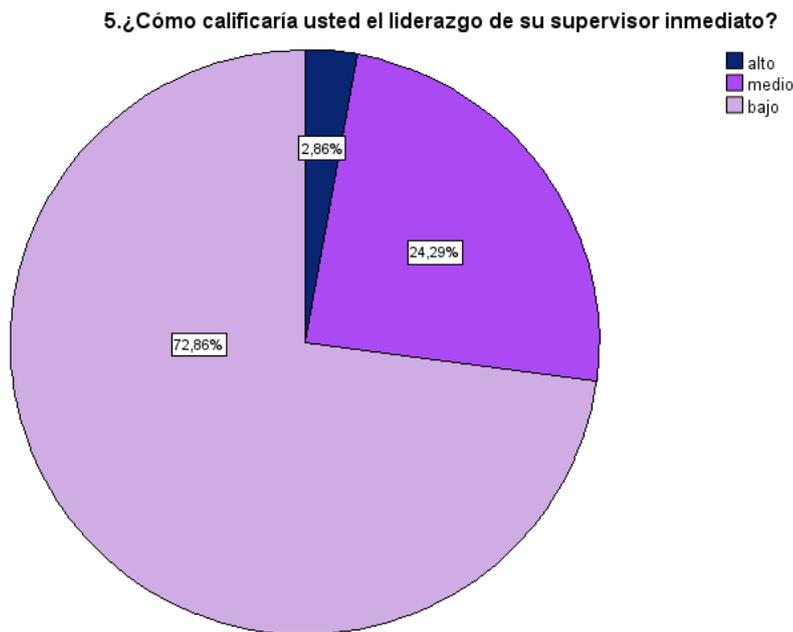


Figura 8: Pregunta 5

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: Alrededor del 72,9% de las personas encuestadas califican con un puntaje bajo al liderazgo de sus supervisores, por otra parte, el 24,3% se sienten medianamente satisfechos con los resultados que tienen sus supervisores a liderar el equipo de trabajo y por último un 2,9% están altamente satisfechos con el liderazgo de sus altos mandos.

Interpretación: se determina mediante el análisis que los empleados de la empresa no se sienten satisfechos con el liderazgo de sus supervisores, esto se evidencia debido a que solo el 2,9% de los empleados encuestados considera que el nivel de liderazgo es alto. Esto evidencia la carencia de capacidades que tienen los líderes de la empresa en torno a sus funciones.

Pregunta 6: ¿Las recompensas o incentivos que ustedes reciben por su desempeño son adecuados?

Tabla 9: Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	27	38,6%	38,6%	38,6%
	Medio	32	45,7%	45,7%	84,3%
	Bajo	11	15,7%	15,7%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)



Figura 9: Pregunta 6

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: Como podemos apreciar el 38,6% de los trabajadores enmarcan que los incentivos por sus desempeños son conformemente altos, el 45,7% denotan que son moderados de acuerdo con sus desempeños, mientras tanto que el 15,7% restante no se siente inconforme con sus incentivos porque regularmente son bajos.

Interpretación: Con respecto a las recompensas o incentivos por el desempeño laboral los resultados de la encuesta arrojan que el 45,7% de los encuestados están medianamente conformes mientras que el 15,7% no lo están por ello se deduce que en su mayoría el personal no se siente conforme y satisfecho con los incentivos hacia su desempeño.

Pregunta 7: ¿Cuál es su satisfacción laboral actual? Indique el nivel

Tabla 10: Pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	1	1,4%	1,4 %	1,4 %
	Medio	14	20,0%	20,0%	21,4 %
	Bajo	55	78,6%	78,6%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

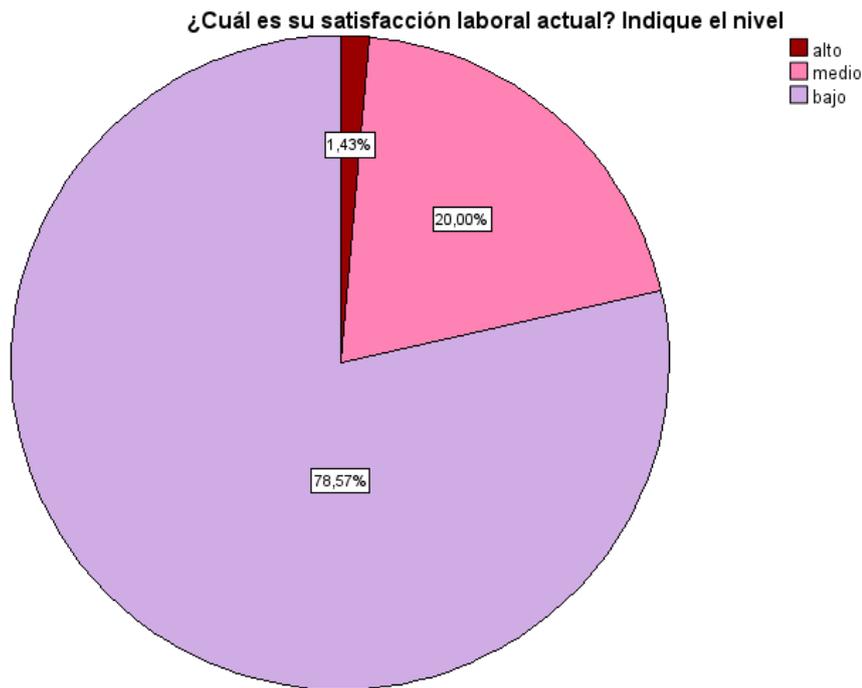


Figura 10: Pregunta 7

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña

Análisis: el 78,6% de las personas que conforman la empresa tienen un índice bajo de satisfacción laboral, por otra parte, el 20% se encuentran medianamente satisfechos con su estancia laboral y por último un 1,4% del total se siente muy altamente satisfechos en su trabajo.

Interpretación: en base al análisis se determina la ausencia de satisfacción laboral en los empleados ya que solo el 1,4% se encuentran altamente satisfechos, lo que hace que el compromiso de los trabajadores de hacer sus funciones también se vea afectado.

Pregunta 8: ¿Cuál es el nivel de oportunidades de crecimiento profesional que le ha brindado a la empresa?

Tabla 11: Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	13	18,6%	18,6%	18,6%
	Medio	36	51,4%	51,4%	70 %
	Bajo	21	30%	30%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)



Figura 11: Pregunta 8

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: En la presente pregunta el 51,4% de los trabajadores dicen que el nivel de oportunidades y crecimiento profesional que ha brindado a la empresa es medio, el 30% de nota que el crecimiento que ha tenido en la organización es bajo y por último un 18,6% de encuestados califican a nivel como alto.

Interpretación: Con respecto a los resultados obtenidos se puede deducir que los trabajadores de la empresa no se encuentran satisfechos en torno al nivel de oportunidades de crecimiento que brindan la empresa pues solo un 18,6% indican que existe un alto nivel. Lo que denota las carencias en torno a las oportunidades de crecimiento profesional de los empleados de la empresa.

Pregunta 9: La capacitación que brinda la empresa en cuanto a las funciones que usted como empleado desempeña es: Indique el nivel.

Tabla 12: Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta	4	5,7%	5,7%	5,7%
	Media	23	32,9%	32,9%	38,6%
	Bajo	43	61,4%	61,4%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

La capacitación que brinda la empresa en cuanto a las funciones que usted como empleado desempeña es:
Indique el nivel.

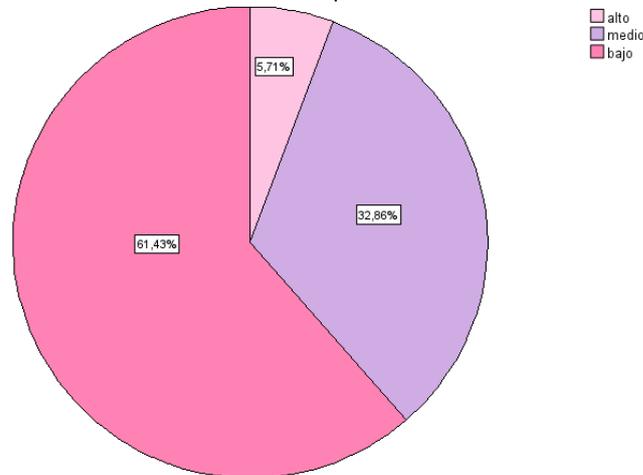


Figura 12: Pregunta 9

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: El 61,4% de los trabajadores de la empresa indican que las capacitaciones se brindan en un nivel bajo, el 32,9% afirma que las capacitaciones se brindan en un nivel medio y finalmente un 5,7% de los trabajadores indica que las capacitaciones brindadas son altas.

Interpretación: mediante el presente análisis se deduce que la empresa no está capacitando correctamente a sus trabajadores pues solo un 5,7% afirma recibir capacitaciones en niveles altos, es necesario recordar que esto es esencial para mejorar la productividad, fomentar la innovación, asegurar la calidad, aumentar la satisfacción laboral y desarrollar habilidades transferibles y liderazgo.

Pregunta 10: ¿Recibe apoyo de su equipo de trabajo en inspirarlo a mejorar?

Tabla 13: Pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	50	71,4%	71,4%	71,4%
	Medio	18	25,7%	25,7%	97,1%
	Bajo	2	2,9%	2,9%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)



Figura13: Pregunta 10

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: En la presente pregunta el 71,4% de la población encuestada recibe un alto apoyo de su equipo de trabajo lo que aporta en mejorar de sus labores, El 25,7% recibe medianamente el apoyo de todo su equipo de trabajo, Mientras tanto para el 2,9% el apoyo de sus compañeros de trabajo es bajo.

Interpretación: Mediante los resultados obtenidos podemos deducir que los empleados denotan cierto grado de empatía y compañerismo puesto que el 71,4% afirma recibir apoyo de su equipo de trabajo, siendo esto beneficioso en torno a la facilitación de resolución de problemas, esto contribuye a una cultura organizacional positiva y a su vez facilita la adaptación al cambio y fomenta el sentido de pertenencia.

Pregunta 11: ¿En qué nivel según su perspectiva califica el ambiente laboral dentro de la empresa?

Tabla 14: Pregunta 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	2	2,9%	2,9%	2,9%
	Medio	26	37,1%	37,1%	40%
	Bajo	42	60,0%	60,0%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

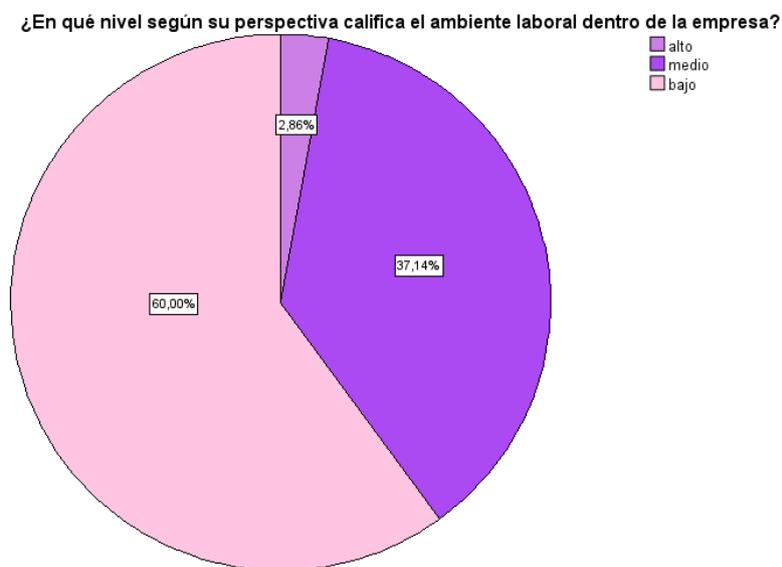


Figura 14: Pregunta 11

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: El 60% de los empleados indicaron que el nivel de ambiente laboral es bajo, así también un 37,1% indicaron que el nivel de ambiente laboral es medianamente aceptable; es decir que para el 2,9% restante de los empleados el ambiente laboral dentro de la empresa es alto.

Interpretación: Se deduce que en su mayoría los empleados de la empresa no se encuentran satisfechos en torno al ambiente laboral esto gracias a que solo un 2,9% del total de los empleados indican que el nivel de ambiente laboral es alto evidencian un claro problema en la satisfacción de los mismos.

Pregunta 12: ¿La empresa cuenta con áreas de dispersión adecuadas?

Tabla 15: Pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	47	67,1%	67,1%	67,1%
	Si	23	32,9%	32,9%	100,0%
	Total	70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)



Figura 15: Pregunta 12

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: En la presente pregunta el 67,1% dice que efectivamente la empresa cuenta con unas adecuadas áreas de dispersión, por otra parte, el 32,9% restante niega que la empresa cuente con dichas áreas.

Interpretación: Un área de dispersión es importante porque reduce el estrés, fomenta la creatividad, mejora la productividad con el fin de crear un entorno laboral más saludable y eficiente, beneficiando tanto a los empleados como a la organización en su conjunto. Sin embargo, la empresa carece de áreas de dispersión, esto según lo indica el 67,1% del personal.

Pregunta 13: ¿Considera adecuado que la empresa implemente más despacio sobre actividades para que usted como empleado se sienta cómodo y comprometido con los objetivos y valores de la empresa?

Tabla 16: Pregunta 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	68	97,1%	97,1%	97,1%
	No	2	2,9%	2,9%	100,0%
Total		70	100,0%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

¿Considera adecuado que la empresa implemente más despacio sobre actividades para que empleado se sienta cómodo y comprometido con los objetivos y valores de la empresa?

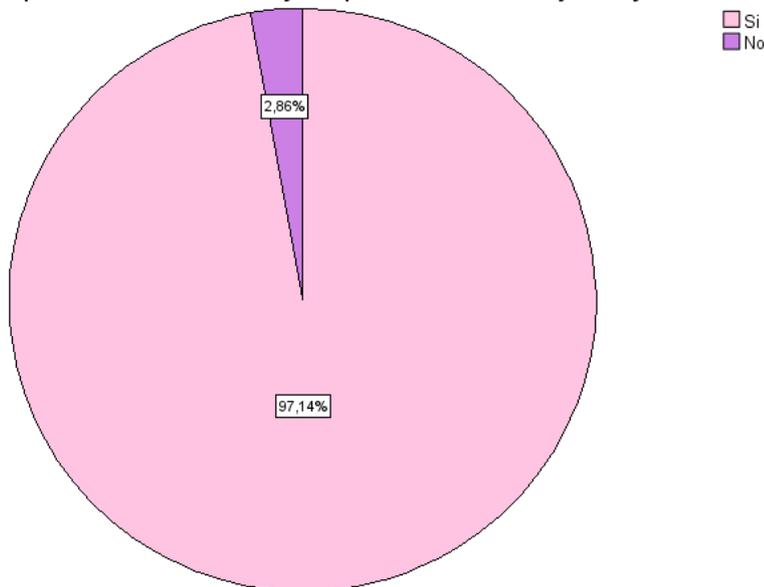


Figura 16: Pregunta 13

Fuente: IBM SPSS

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

Análisis: El 97,1% de la población encuestada sí considera adecuado que la empresa implemente más de espacios o actividades para que el empleado se sienta cómodo y comprometido con los objetivos y valores, el 2,9% de encuestados restantes denotan que no es importante que la empresa implemente dichos espacios.

Interpretación: Mediante el análisis se identifica el interés de los empleados en que se dé apertura a espacios o actividades que aporten en su dispersión puesto que el 97,1% considera que es adecuado para su satisfacción, compromiso y comodidad dentro de la empresa.

4.3 Discusión de resultados

Tabla 17: Hallazgos de la encuesta

Hallazgos importantes

1. El 85% de las personas encuestadas sienten un alto grado de afinidad con los valores de la empresa.	7. El 78,6% de los encuestados indican que actualmente se sienten insatisfechos dentro de la empresa.
2. Hoy el 100% de los empleados de la planta se sienten conformes con las instalaciones que posee la empresa.	8. Solo el 18,57% de los encuestados indican que el nivel de oportunidad de crecimiento dentro de la empresa es alto.
3. 65,7% de las personas encuestadas aseguran que la empresa cuenta con un bajo nivel de funcionalidad.	9. El 61,4% de los empleados afirman que el nivel de capacitación que brinda la empresa es bajo.
4. El 74,3% de las personas encuestadas afirman que los líderes de la empresa no se preocupan lo suficiente por los trabajadores.	10. 71,43% de las personas encuestadas de afirman recibir apoyo de sus compañeros de trabajo.
5. El liderazgo de los supervisores inmediatos de la empresa según lo que las encuestas muestran es deficiente pues el 72,9% de los empleados no se sienten satisfechos.	11. El 60% del personal mediante las encuestas indican que el nivel de ambiente laboral es bajo.
6. Al sumar el 47,7% de los encuestados que están medianamente conformes con los incentivos y el 15,7% de los que no lo están se deduce que en su mayoría el personal no se siente conforme o satisfecho.	12. La empresa no cuenta con áreas de dispersión adecuadas según el 67,1% de los empleados lo indica.
	13. El 97,1% del personal considera conveniente implementar nuevas herramientas de endomarketing.

¹**Nota:** resumen de la información obtenida tras la aplicación de la encuesta a los empleados de la planta Cajabamba de la empresa Moderna Alimentos.

4.4 Comprobación de la hipótesis

Hipótesis

H_i.-El endomarketing incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

H₀.-El endomarketing no incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

Cálculo del chi cuadrado

Para Narvaez (2022) la prueba de Chi-Cuadrado es un procedimiento estadístico utilizado para determinar si existe una diferencia significativa entre los resultados esperados y observados en una o más categorías.

Se trata de una prueba no paramétrica que es utilizada por los investigadores para examinar las diferencias entre variables categóricas de la misma población. También puede utilizarse para validar o proporcionar un contexto adicional para las frecuencias observadas.

Para nuestra prueba de Chi-Cuadrado utilizamos nuestra primera pregunta ¿Siente afinidad con los valores que promueve la empresa? Perteneciendo a nuestra variable independiente y eso vez la séptima pregunta ¿Cuál es su satisfacción laboral actual? Siendo esta para nuestra variable dependiente.

Tabla 18: Resultado del Chi Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,629 ^a	2	,036
Razón de verosimilitud	5,657	2	,059
Asociación lineal por lineal	4,135	1	,042
N de casos válidos	70		

6,629 > 2 se Rechaza H₀

Como nos refleja el cálculo del chi cuadrado nos arroja un resultado de 6,629 lo cual es mayor a nuestro gl de **2**, dando como resultado el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alternativa

Es decir que el Chi Cuadrado tabulado es de **6,629** > el Chi Cuadrado de la tabla **5,99** por lo tanto se rechaza la **H₀** y se acepta la **H_i** - El endomarketing incide en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se determina que el endomarketing tiene una incidencia notablemente positiva y directa en la satisfacción laboral de los empleados de la empresa, la inversión de estrategias de marketing no solo mejora la satisfacción laboral, sino que también son una herramienta esencial para cualquier organización que busca maximizar el éxito empresarial.
- Al diagnosticar los niveles de endomarketing en la satisfacción laboral se logran percibir niveles bajos, que revelan deficiencias que afectan negativamente la satisfacción laboral de los empleados; la falta de estrategias efectivas de endomarketing dan como resultado un entorno de trabajo poco motivador y desalentador lo que ha impactado en la productividad.
- La evaluación del endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa demuestra que se puede mejorar la satisfacción al ejecutar estrategias de manera óptima y correcta obteniendo resultados positivos y significativos en el bienestar y el compromiso de los empleados; mejorando la comunicación interna y fomentando una cultura organizacional positiva.
- El proponer estrategias de marketing para mejorar la satisfacción laboral de la empresa dará como resultado una mejora significativa en la productividad, en el compromiso y en la retención del talento humano. La clave del éxito radica en la comunicación continua y el reconocimiento al esfuerzo mediante la inversión en el desarrollo

5.2 Recomendaciones

- Es recomendable que la empresa moderna alimentos adopte nuevas estrategias de marketing que se enfoquen en mejorar la satisfacción laboral de sus empleados ya que, gracias a su incidencia, dichas estrategias se convertirán en una herramienta poderosa que llevarán al éxito a la empresa fortaleciendo así sus niveles de competitividad en el mercado.
- La empresa moderna alimentos debe implementar un sistema de diagnóstico y evaluación dentro de la empresa que permitirá medir y optimizar las estrategias de marketing de manera efectiva contribuyendo al bienestar de la satisfacción de los empleados y a las mejoras internas de los procesos.
- Para proponer estrategias de endomarketing efectivas que busquen mejorar la satisfacción laboral de la empresa moderna alimentos, es importante el diseño de iniciativas que se alinean con las necesidades y expectativas de los empleados es así como se podrá crear un entorno de trabajo que favorezca a la satisfacción laboral y fortalezca la relación entre la empresa y sus empleados.

CAPITULOVI

6. PROPUESTA

Luego del análisis de los resultados y la identificación de los puntos críticos en incidencia del endomarketing en la satisfacción laboral de la empresa moderna alimentos del cantón Colta planta Cajabamba, se presenta a continuación la propuesta de estrategias de endomarketing diseñadas conforme a las necesidades y expectativas de los empleados, estas estrategias ayudaran en el fortalecimiento de la satisfacción laboral y el compromiso de los empleados hacia con la empresa.

Tabla 19: Propuesta de estrategias de endomarketing a aplicar en la empresa

ESTRATEGIA	OBJETIVOS	ACTORES	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
Comunicación interna efectiva	Mejora de la comunicación entre empleados y dirección	-Departamento de talento humano -directivos	-Boletines de informativos semanales en reuniones mensuales -canales de comunicación internos -chat corporativo	5000,00 dólares anuales
Reconocimiento y recompensa	Aumentar la motivación y el reconocimiento del esfuerzo	-Departamento de talento humano -directivos	-Programa de empleados del mes -bonificaciones por desempeño -eventos de reconocimiento	12000,00 dólares anuales
De formación y desarrollo	Fomentar el desarrollo profesional y personal	-Departamento de talento humano	-Cursos de capacitación -talleres de desarrollo personal -planes de carrera	20000,00 dólares anuales
El bienestar laboral	Mejora el bienestar físico y mental de los empleados	-Departamento de talento humano -proveedores externos	-Programas de salud y bienestar -actividades deportivas y recreativas -asesoramiento psicológico	5000,00 dólares anuales
Cultura organizacional	Fortalecer la cultura y los valores de la empresa	-Todo el personal de la empresa	-Jornadas de integración -talleres de valores -celebración de los hitos importantes	9000,00 dólares anuales
Feedback y participación	Promover la participación y el feedback de los empleados	-Todo el personal de la empresa	-Encuestas de satisfacción -reuniones de feedback -buzón de sugerencias	3000,00 dólares anuales

Flexibilidad laboral	Incrementar la satisfacción mediante opciones flexibles de trabajo	-Departamento de talento humano -directivos	-Horarios flexibles -teletrabajo -programas de conciliación vida trabajo	4000,00 dólares anuales
Responsabilidad social empresarial	Aumentar el sentido de pertenencia y orgullo de la empresa	-Departamento de talento humano -directivos -empleados	-Programas de voluntariado -Proyectos de sostenibilidad -Colaboración con ONGS	15000,00 dólares anuales

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

7. Bibliografía

- Armstrong, & Kotler. (2013). *Fundamentos de Marketing* . PEARSON EDUCACION.
- Berry, Hensen, & Burke. (1994). Improving retailer capability for effective consumerism response. *Journal of Retailing*, 52, 3.
- Caballero, K. (2002). Satisfacción en el trabajo y su proyección en la enseñanza . *Profesorado* , 6(1-2), 1-10.
- Camacho. (2007). Investigacion poblaciones y muestra. *Acta Medica Costarricense*. 11-12.
- Cantón, I., & Telléz, S. (2016). La satisfacción laboral y profesional de los profesores. *Revista Lasallista de Investigación*, vol. 13(núm. 1.), 214-226.
- Chiang, M., Gómez, N., & Hidalgo, J. (2017). Job satisfaction of Chilean workers a model of structural equations. *Cuadernos de Administración*.
- Corcuera. (2020). Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración. *El Endomarketing y el compromiso organizacional de los trabajadores de la empresa Evaluamedic SAC en la ciudad de Trujillo 2020*. Trujillo, Perú: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO.
- Cruz. (Junio de 2018). Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales. *Relación entre el endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral de los colaboradores en la Asociación Educativa Adventista Nor Oriental, 2017*. Lima, Perú: Universidad Peruana Unión.
- Heredia, J. (2017). Estudio de la Relación del Clima Laboral y la Satisfacción de los trabajadores de la empresa CORPROMEDIC S.A. Quito, Pichincha, Ecuador : Escuela Politecnica Nacional.
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2010). *Metodología De La Investigación*.
- Herrera, A. (1998). Notas sobre psicometría. 1-26. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <https://docer.com.ar/doc/nc0svex>
- Holguin, & Contreras. (2020). Satisfacción laboral del personal en el Servicio de Nefrología del Hospital Guillermo Kaelin de la Fuente (Villa María) en 2019. *Universidad de San Martín de Porres Perú*. doi:<https://doi.org/10.24265/horizmed.2020.v20n2.09>
<https://www.google.com/maps/place/Moderna+Alimentos+-+Planta+Cajabamba/@-1.6961335,-78.7704227,695m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x91d30438d6aea8cb:0x1f3b577e97774731!8m2!3d-1.6961335!4d-78.7678478!16s%2Fg%2F11bw5xjtfj!5m1!1e4?entry=ttu>. (s.f.). Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Moderna+Alimentos+-+Planta+Cajabamba/@-1.6961335,-78.7704227,695m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x91d30438d6aea8cb:0x1f3b577e97774731!8m2!3d-1.6961335!4d-78.7678478!16s%2Fg%2F11bw5xjtfj!5m1!1e4?entry=ttu>

- Kloter, & Keller. (2006). *Dirección de marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, & Keller. (2012). *DIRECCIÓN DE MARKETING*. PEARSON EDUCACION .
- Mestanza, & Panduro. (2021). Facultad de negocios Carrera de Administración y Marketing . *EL ENDOMARKETING Y LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN UNA EMPRESA PANIFICADORA DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021*. Trujillo, Perú: Universidad Nacional del Norte.
- Mira, J. (2013). La comunicación interna en el hospital. *Textos de administración sanitaria y gestión clínica*(8).
- Moderna Alimentos S.A. (2023). *modernaalimentos.com.ec*. Obtenido de <https://www.modernaalimentos.com.ec/wp-content/uploads/2024/05/MDS2023ES-MEMORIA-DE-SOSTENIBILIDAD-MODERNA-ALIMENTOS-2023.pdf>
- Monsalve. (2022). FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES. *ESTRATEGIAS DE ENDOMARKETING PARA LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS COLABORADORES DEL GRUPO ASES CAPITAL S.A.C. CHICLAYO 2019*. Pimentel, Perú: Universidad Señor de Sipán.
- Mora, & Mariscal. (2019). Correlación entre la satisfacción laboral y desempeño laboral . *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 9.
- Mucha, & Huacho. (2020). Facultad de Ciencias de la Empresa Escuela Academico Profesional de Administración y Recursos Humanos. *Endomarketing y su relación con el desempeño laboral del personal de la I.E.P Gotitas de Rocío en la localidad de Huancayo - 2020*. Huancayo, Perú: Universidad Continental.
- Narvaez, M. (4 de mayo de 2022). *QuestionPro*. Obtenido de Prueba de Chi Cuadrado ¿Qué es y cómo se realiza?: <https://www.questionpro.com/blog/es/prueba-de-chi-cuadrado-de-pearson/>
- Nina-Cuchillo, J., & Nina-Cuchillo, E. (2021). Análisis de confiabilidad: Cálculo del coeficiente Alfa Cronbach usando el software SPSS. *Accelerating the wolds research*. ACADEMIA.
- Ñaupas, Palacios, & Valdibia. (2018). *Metodología de la inversión cuantitativa*. Ediciones de la U.

- Pájaro. (2002). *La Formulación de Hipótesis. Cinta De Moebio. Revista De Epistemología De Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://estudiosdeadministracion.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/26238>
- Palella, & Martins. (2008). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. FEDUPEL .
- Pujol, L., & dabos, g. (2018). Lucas Pujol; guillermo dabos. *Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes*, 3-18.
- Regalado, Allpacca, Baca, & Gerónimo. (2011). *Endomarketing: Estrategias de relación con el cliente interno*. Esan.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* . PEARSON.
- Rodriguez, A., Orozco, D., & Garzón, M. (Junio de 2020). *Scienlo.org.com*. Obtenido de http://scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632020000200118
- S.A, M. A. (s.f.). *modernaalimentos.com.ec*. Obtenido de <https://modernaalimentos.com.ec/docs/ModernaAlimentos-MDS-2021-05.pdf>
- S.A, M. A. (s.f.). *modernaalimentos.com.ec*. Obtenido de https://modernaalimentos.com.ec/docs/MS_Moderna_2022_al21062023_Optimizada.pdf
- S.A, M. A. (s.f.). *modernaalimentos.com.ec*. Obtenido de <https://www.modernaalimentos.com.ec/wp-content/uploads/2024/05/MDS2023ES-MEMORIA-DE-SOSTENIBILIDAD-MODERNA-ALIMENTOS-2023.pdf>
- Saldaña, M. r. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal . *Revista enfermería del trabajo* .
- Salessi, S. (2014). *Revista de Psicología. Satisfacción laboral : acerca de su conceptualización, medición y estado actual del arte*. Argentina : Biblioteca digital de la Universidad Católica de Argentina .
- Sampieri, & Hernandez, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. MC.Graw.
- Santamaría. (octubre de 2017). Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del título de ingeniería en Marketing y gestión de Negocios. *El Endomarketing y la satisfacción del cliente interno en la empresa Importadora Alvarado Vázquez Cia Ltda., de la ciudad de Ambato*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de [file:///C:/Users/Chela/Downloads/ENDOMARKETING_El_marketing_mirando_para%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Chela/Downloads/ENDOMARKETING_El_marketing_mirando_para%20(1).pdf)
- Staton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* . McGraw - Hill Interamericana.

- Tamayo. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. Mexico: Limusa.
- Vinueza, Basantes, & Coronel. (Junio de 2016). Universidad estatal de Milagro Ecuador. *Niveles de satisfacción de los Usuarios del Hospital Andino Alternativo*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Revista Ciencia Unemi.
- Waldinger, R. (2016). *Alcanza la satisfacción laboral Los secretos para ser feliz en el trabajo*. 50 minutos .
- Warrens, M. (2015). Some Relationships Between Cronbach's Alpha and the Spearman-Brown Formula. *University of Groningen*, 127-137. doi:10.1007/s00357-015-9168-0

8. ANEXOS

CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADORES	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
<p>Mestanza & Panduro (2021) afirman que al endomarketing se lo puede definir como el instrumento mediante el cual se logra una relación directa entre colaborador-organización fomentando el compromiso para el cumplimiento de los objetivos empresariales haciendo que cada colaborador se sienta participe del cumplimiento de los valores de la empresa para la que trabajan, satisfaciendo sus necesidades y permitiendo abrir nuevos caminos hacia la ventaja competitiva</p>	Compromiso	Nivel de orientación hacia el servicio de colaboración	<p>Técnicas: Encuesta Observación</p> <p>Instrumento: Guía de observación Cuestionario de encuesta.</p>
		Nivel de compromiso y desempeño	
		Nivel de confianza hacia el líder	
	Valores	Nivel de sentido de pertenencia	
		Nivel de Honestidad	
		Nivel de profesionalidad	
	Ventaja competitiva	Nivel de asertividad	
		Nivel de resolución de conflictos	
		Resolución de problemas de manera colaborativa	

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)

CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADORES	TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS
<p>Pérez (2011) menciona que la satisfacción laboral, manifestando que quien inició realizando aportes al concepto fue Taylor en 1991 quien, gracias a su estudio en una compañía, observó que la satisfacción en el trabajo estaba asociada a los incentivos, apreciación y oportunidad de progreso dentro de la misma. También menciona que otra propuesta importante para el abordaje de la satisfacción laboral fue la de Elton Mayo en 1945, quien analizó que los efectos de las condiciones laborales, especialmente la iluminación, afectaban la productividad de los colaboradores.</p>	Incentivos	Nivel de reconocimiento profesional	<p>Técnicas: Encuesta Observación</p> <p>Instrumento: Guía de observación Cuestionario de encuesta.</p>
		Nivel de desempeño individual	
		Índice global de satisfacción	
	Oportunidad	Nivel de éxito empresarial	
		Nivel de desempeño laboral	
		Porcentaje de capacitación empresarial	
	Apreciación	Nivel de productividad empresarial	
		Nivel de relación laboral	
		Nivel de rendimiento empresarial	

Investigador: Monserrath Lamiña (2024)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FAULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

El Endomarketing en la satisfacción laboral en la empresa moderna alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

Objetivo de la encuesta:

Recabar datos para establecer los niveles de aplicación de endomarketing que inciden en la satisfacción laboral de la empresa Moderna Alimentos del cantón Colta planta Cajabamba.

A continuación, se presentan una serie de preguntas con la finalidad de desarrollar un análisis dentro de la investigación empresarial; es por ello que se solicita contestar con sinceridad.

La encuesta se realizará de manera discreta y convencional por ello no es necesario que usted coloque su nombre o identificación.

¡Muchas gracias!

1.- ¿Cuál es su nivel de compromiso en el desarrollo de las actividades asignadas a su cargo dentro de la empresa?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

2.- ¿Siente afinidad con los valores que promueve la empresa? Indique el nivel.

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

3.- ¿Las instalaciones que posee la empresa son adecuadas (Superficie, mobiliarios, equipos, técnicos u otros) y facilitan su trabajo?

- 1. si
- 2. no

4.- ¿Cuál es el nivel de funcionalidad de la comunicación interna de la empresa?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

5.- Indique si los líderes de la empresa se preocupan por los problemas y necesidades de los empleados de la empresa.

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

6.- ¿Cómo calificaría usted el liderazgo de su supervisor inmediato?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FAULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

7.- ¿Las recompensas o incentivos que usted recibe por su desempeño son adecuados?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

8.- ¿Cuál su grado de satisfacción laboral actual?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

9.- ¿Cuál es el nivel de oportunidades de crecimiento profesional que le ha brindado la empresa?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

10.- La capacitación que brinda la empresa en cuanto a las funciones que usted como empleado desempeña son:

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

11.- ¿Recibe apoyo de su equipo de trabajo en inspirarlo a mejorar?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

12.- ¿En qué nivel según su perspectiva califica el ambiente laboral dentro de la empresa?

- 1. Alto
- 2. Medio
- 3. Bajo

13.- ¿La empresa cuenta con áreas de dispersión adecuadas?

- 1. sí
- 2. no

14.- ¿Considera adecuado que la empresa implemente más espacios o actividades para que usted como empleado se sienta cómo y comprometido con los objetivos y valores de la empresa?

- 1. sí
- 2. no



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FAULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RECOMENDACIONES:

A continuación de manera opcional en este apartado en blanco usted podrá expresar que recomendaciones daría usted a su líder inmediato para poder mejorar la satisfacción laboral de los empleados de la planta.

QUE LAS CAPACITACIONES SE AMPLIEN AL
DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO EN TEMAS ESPE
CIFICOS DE MOLINERIA

¡Gracias por tu tiempo!







