



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la  
empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Administración de Negocios - MBA

**AUTOR:**

Del Aguila Paredes, Edmundo (ORCID: 0000-0002-2361-0560)

**ASESOR:**

Dr. Granados Maguiño, Mauro Amaru (ORCID: 0000-0002-5668-0557)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gerencias Funcionales

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## Dedicatoria

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por haberme dado la vida y haberme permitido haber llegado hasta este momento tan importante en mi formación profesional. A mis padres Álvaro y Lidia, por su apoyo incondicional en cada momento difícil y por su eterno amor. A mi esposa Geleny y mi hijo Noah por ser el motor que tengo para seguir saliendo adelante y todo lo que hago es por ellos.

## **Agradecimiento**

A Dios, por ser nuestro guía espiritual y encaminarnos con fe y buena voluntad con el prójimo. A todas las personas que nos dieron su incondicional apoyo. A la Universidad César Vallejo. A nuestro asesor de tesis: Dr. Granados Maguiño, Mauro Amaru por su asesoría, paciencia y orientación para guiarnos a la feliz culminación de esta tesis. A la empresa Sodexo, que permitieron el desarrollo de esta tesis. A todos Muchas Gracias

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	14
3.2. Variables y operacionalización.....	14
3.3. Población, muestra y muestreo.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos .....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos .....	17
IV. RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN.....	28
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES .....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS .....	41

## Índice de tablas

Tabla 1. Técnicas e instrumentos de medición .....	16
Tabla 2 Alfa de Cronbach para los instrumentos.....	16
Tabla 3 Nivel de la dimensión contratación y retención .....	18
Tabla 4 Nivel de la dimensión capacidad y desarrollo.....	18
Tabla 5 Nivel de la dimensión adecuación laboral .....	19
Tabla 6 Nivel de la dimensión comunicación interna.....	19
Tabla 7 Nivel de la variable endomarketing.....	20
Tabla 8 Nivel de la dimensión motivación .....	20
Tabla 9 Nivel de la dimensión relaciones interpersonales.....	21
Tabla 10 Nivel de la dimensión incentivos .....	21
Tabla 11 Nivel de la variable satisfacción laboral.....	22
Tabla 12 Correlación de Rho Spearman dimensión contratación y retención y la satisfacción laboral.....	23
Tabla 13 Correlación de Rho Spearman dimensión capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral.....	24
Tabla 14 Correlación de Rho Spearman dimensión adecuación laboral y la satisfacción laboral.....	25
Tabla 15 Correlación de Rho Spearman dimensión comunicación interna y la satisfacción laboral.....	26
Tabla 16 Correlación de Rho Spearman endomarketing y la satisfacción laboral	27

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun. La investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, correlacional y de corte transversal, la muestra estuvo conformada por 75 colaboradores de la empresa, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario, tuvo como resultados que el 24.00% de los colaboradores indicaron que el nivel de la variable endomarketing es bueno, el 57.33% indicaron que es regular y el 18.67% indicaron que es malo; por lo tanto, el nivel de endomarketing es regular. El 21.33% de los colaboradores indicaron que el nivel de la satisfacción laboral es bueno, el 56.00% indicaron que es regular y el 22.67% indicaron que es malo, por lo tanto, el nivel de la variable satisfacción laboral es regular. Concluye que el valor de Rho de Spearman fue 0.859 y su valor de significancia igual a 0.000 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

**Palabras clave:** Endomarketing, capacitación, satisfacción laboral.

## **Abstract**

The objective of this research was to determine the relationship between endomarketing and job satisfaction in the employees of the company Sodexo Perú SAC, headquarters of the Argentun mining unit. The research was of an applied type, quantitative approach, non-experimental, correlational and cross-sectional design, the sample was made up of 75 company employees, the technique was the survey and the instrument the questionnaire, the results were that 24.00% of the collaborators indicated that the level of the endomarketing variable is good, 57.33% indicated that it is regular and 18.67% indicated that it is bad; therefore, the level of endomarketing is regular. 21.33% of the collaborators indicated that the level of job satisfaction is good, 56.00% indicated that it is regular and 22.67% indicated that it is bad, therefore, the level of the job satisfaction variable is regular. It concludes that the Spearman Rho value was 0.859 and its significance value equal to 0.000 as it is less than 0.05, therefore, there is a positive and significant relationship between endomarketing and job satisfaction in the employees of the company Sodexo Perú SAC, Argentun mining unit headquarters, 2021.

Keywords: Endomarketing, training, job satisfaction.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Actualmente, la mayoría de las empresas del mundo, principalmente en países desarrollados, están armando sus equipos de gestión para enfocarse en fortalecer sus acciones e incidir en la satisfacción del cliente, desarrollando una formación valiosa y motivándolos a hacer un buen trabajo. Estas empresas han cambiado su enfoque común, principalmente por cuestiones de globalización y competencia, lo principal es reflejar su imagen de adentro hacia afuera.

Vásquez (2017), sostiene que en todas las unidades es inevitable apoyarse en la coordinación en diferentes áreas como marketing, recursos humanos, talento, relaciones públicas y comunicación interna para lograr una gestión total de la marca, tanto interna como externamente. El problema al que se enfrentan las empresas hoy en día es que no logran definir las condiciones necesarias para sumar relaciones a sus socios, por lo que solo cuando los socios están satisfechos y satisfechos con su desempeño pueden transmitir sus sentimientos a los clientes y hacerlos mejor percibidos. Con este servicio, el endomarketing es una herramienta de éxito. Estas reglas son importantes para todas las marcas, representan métodos de endomarketing a diario y se cumplen cada vez más.

Durante el 2017, uno de los peligros que enfrentan los empleadores en todo el mundo es la falta de talento o la falta de personal adecuadamente capacitado para funcionar en una organización, lo que afecta en gran medida su capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes. Según los resultados de la encuesta de escasez de talento 2017 realizada por ManpowerGroup (2017), el resultado esperado de esta situación es que, en primer lugar, disminuye la capacidad de atender a los clientes, a lo que sigue una disminución de la competitividad y productividad, además de un aumento en la rotación de empleados, y una disminución esperada de la motivación y compromiso de los empleados.

En América, los empleadores de la región siguen sin preocuparse por el mercado laboral, principalmente en Perú, Brasil y México; quién vincula este resultado con el impacto en las relaciones con los clientes (ManpowerGroup, 2017). En Perú, el 54% de los empleadores tiene dificultades para cubrir las vacantes, incluidas las más difíciles de encontrar: técnicos, soporte administrativo, ingenieros, representantes de ventas y operadores (ManpowerGroup, 2017).

Los países en desarrollo, especialmente Perú, requieren muchas estrategias relacionadas con los empleados. Como muestra la noticia publicada por La República (2020) según la Encuesta Nacional de Satisfacción Laboral, el 24% de los empleados peruanos mienten que soy feliz en el trabajo. Mientras que a otros les motiva trabajar solo para la familia o por diversos motivos que nada tienen que ver con el entorno laboral. Con base en estos resultados, podemos concluir que los temas relacionados con la satisfacción interna de la empresa son muy importantes, por un lado, la eficiencia del trabajo de los empleados aumentará en un 40%, su creatividad en un 80%, y cuentan con iniciativas innovadoras

La Sodexo Perú, inició operaciones en 1998, brindando servicios (comida, entretenimiento, hoteles, tratamiento de agua potable y lavandería) en áreas remotas, y para 2015 Sodexo ya estaba en la costa. Es líder principalmente en los sectores de minería e hidrocarburos, pero no se pasan por alto otros sectores. Dentro de los problemas encontrados podemos decir lo siguiente:

Dentro de los problemas que se encuentran en la empresa son: Lo que demuestra que los empleados no son leales a la empresa; también se puede ver que los gerentes no intentan desarrollar las habilidades de los trabajadores si reciben capacitación es por cuenta del colaborador, pero necesitan que hagan su trabajo a la perfección; tampoco les interesa si los empleados se quedan o van a trabajar en la empresa, prefieren amistades e intereses políticos, además, se puede observar que el nivel de comunicación dentro la institución es muy baja, por lo que, existen malos entendidos; esto propicia que los jefes utilizan el diálogo vertical, haciendo que solo se dirijan a sus trabajadores solo para ordenar y hacer prevalecer sus cargos de jefes.

Entonces de acuerdo a lo expuesto anteriormente planteamos como pregunta general:

¿Cuál es la relación que existe entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021?

Como problemas específicos se tiene:

1. ¿Cuál es la relación entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021?

2. ¿Cuál es la relación entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021?
3. ¿Cuál es la relación entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021?
4. ¿Cuál es la relación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021?

La investigación se *justifica teóricamente* dado que los resultados de este estudio pueden reforzar la teoría conceptual de las variables, los nuevos descubrimientos permiten su validación o comprensión. La información proporcionada en la encuesta destaca los problemas de las empresas encuestadas y la investigación se puede utilizar como referencia para futuras investigaciones en el campo. *A nivel práctico*, de esta manera, tienen una comprensión más amplia de cómo crean su impacto en un mayor rendimiento, lo que se refleja en la satisfacción del cliente, creando así una mayor competitividad. Mediante una gestión adecuada *A nivel metodológico*, utilizar técnicas de investigación como cuestionarios y software para calcular la relación entre dos variables y sus dimensiones; en consecuencia, este estudio se convertirá en la base o referencia para futuras investigaciones. *A nivel social*, la investigación es crucial porque creará una mayor satisfacción en el trabajo con una gestión adecuada de los recursos humanos; sin embargo, pueden lograr este objetivo con la satisfacción de los clientes comerciales.

Así mismo, la investigación tiene como objetivo general:

Determinar la relación que existe entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun

Y como objetivos específicos se tiene:

1. Identificar la relación que existe entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

2. Identificar la relación que existe entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.
3. Identificar la relación que existe entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021
4. Identificar la relación que existe entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

En cuanto, a la hipótesis general se tiene que:

Existe relación positiva y significativamente entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

Y como hipótesis específicas:

1. Existe relación positiva y significativa entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.
2. Existe relación positiva y significativa entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.
3. Existe relación positiva y significativa entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021
4. Existe relación positiva y significativa entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Después de revisar diferentes artículos científicos respecto a las variables en estudio, se presentan los antecedentes de la investigación.

A nivel internacional tenemos los siguientes antecedentes:

Castañeda (2019), en su artículo sobre, el endomarketing como herramienta de gestión, cuyo objetivo es conocer la importancia de este plan dentro de la corporación en Colombia como dispositivo para inspirar y generar dedicación y analizando con un desmedido diploma de pertenencia del personal, en el que se utiliza la técnica de valoración teórica de ideas y su software a las corporaciones, concluyendo que Endomarketing presenta formas adecuadas para entender que en las empresas el activo más importante son actualmente los roles de los seres humanos deben adaptarse a los deseos de las personas así como a los objetivos de la organización, que beneficien un empoderamiento de los clientes internos con sus puestos de trabajo y las capacidades que desempeñan.

Es relevante porque indica la trascendencia de la propiedad humana como el pilar primario que constituye el motor de auge, competitividad y permanencia dentro de la organización, por la construcción de agencias desde adentro hacia afuera.

Rivas (2019), en su tesis de maestría denominada “La motivación y su influencia en la satisfacción laboral del personal de galletas PUIG” la investigadora sostiene que hay factores internos y externos que contribuyen a la motivación de los trabajadores, pues la empresa Puig, en sus trabajos ha logrado altos niveles de compromiso por lo que su crecimiento personal y laboral lo ha llevado a autorrealizarse como profesionales competentes por lo que las conclusiones del estudio señaló, que en un promedio el 70% de los empleados de la empresa Galletas Puig, presentan altos niveles de satisfacción por la realización del trabajo, pues se le reconoce responsabilidad, logros, crecimiento y ascenso factores que son fundamentales para mantener un empleado satisfecho y feliz. De acuerdo lo anterior, recomienda la tesista que es importante para toda empresa.

Wasaf y Jahanzeb (2021), El propósito de este estudio fue examinar el efecto de la satisfacción laboral en el trabajo de los empleados que trabajan en organizaciones del sector privado en Peshawar, Pakistán. Ciento ochenta empleados (n = 180) de instituciones privadas en Peshawar fueron seleccionados para este propósito. Según los resultados de la encuesta, el tipo de ocupación

mostró una relación significativa con la satisfacción laboral. De igual manera, se encontró una correlación positiva entre la satisfacción laboral y el desempeño de los empleados. Por lo tanto, el estudio concluye que los empleados satisfechos se desempeñaron mejor que los empleados insatisfechos, por lo que juegan un papel importante en la mejora de su organización.

Pinto (2020), En su investigación en Quito, considerando al Endomarketing como base para los niveles de satisfacción dentro de la empresa en Guayaquil, su objetivo de moda se transformó en incrementar un enfoque para mejorar el diploma del placer de la tarea, se han utilizado estrategias teóricas y empíricas tanto para la recopilación de registros, la dimensión de cuestionarios realizadas a clientes internos, en las cuales se obtuvo como efectos que las cuestiones que incidirían en el placer de la actividad se deben a la retribución acorde con el característica, a nivel de liderazgo, grado de reconocimiento por sus logros y una sensación de deleite y realización personal.

Se suele recomendar aplicar las propuestas de Endomarketing y que los ajustes dentro del grado de placer sean evaluados cada seis meses para reforzar los logros o corregir los errores que puedan ocurrir, de igual manera para poner en vigencia un lugar de social y guía familiar para cumplir los deseos tanto externos como internos, para que pueda aumentar su orgullo personal y laboral.

Quijano (2020) el propósito de su investigación fue analizar el impacto de los estilos de control sobre el clima y la satisfacción laboral. Se concluye que el clima organizacional y la satisfacción laboral afectan la percepción de comunicación y motivación de los empleados.

Payares, et al. (2017) El propósito de este artículo es analizar la relación entre el endomarketing y la calidad de los servicios internos de las pequeñas y medianas empresas del Sector Salud de Barranquilla (IPS), su desarrollo estuvo sujeto a un enfoque cuantitativo, diseño no experimental. Finalmente, se observó que existe una débil correlación positiva entre los indicadores incluidos en la variable endomarketing y los indicadores que vinculan la calidad del servicio interno en pequeñas y medianas empresas. Esto quiere decir que los elementos de endomarketing no se relacionan significativamente con los indicadores de calidad de los servicios internos de la empresa.

A nivel nacional tenemos los siguientes antecedentes:

Sarmiento (2021), en una investigación referente a la conexión entre Endomarketing y Satisfacción Laboral cuyo objetivo es decidir la gestión de la publicidad interna y el marketing al interior de la Compañía Hielosnorte en Trujillo, se utilizó el cheque correspondiente a cada variable como herramienta, así como el análisis documental, mostrando como resultado que el 77% de su gente verifica que el Endomarketing es bajo mientras que el 83% además entiende que su orgullo es bajo. Adicionalmente, se concluye que cuanto más alto es el diploma de Endomarketing, mayor es el grado de satisfacción de los empleados, demostrando a su vez que cuando no se logra una publicidad interna precisa, tiene un efecto terrible en nuestros colaboradores. Esta investigación es aplicable porque si tiene etapas bajas de placer laboral, reflejarán actitudes terribles hacia el interés, lo que afecta el éxito del plan estratégico de la corporación.

Ayala y Pajuela (2018) para la elaboración de este estudio se aplicó un enfoque cualitativo para determinar a las categorías de análisis necesarias que le dieran validez al estudio en este contexto el tipo de investigación que se aplicó fue el correccional, aplicando así un diseño investigativo transaccional. En relación a lo anterior la hipótesis de estudio fue el determinar si “existe relación entre la motivación y desempeño laboral del personal administrativo de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Piura”. Se determinó que la motivación es directamente proporcional al desempeño pues un empleado feliz y con todas las necesidades cubiertas será más eficiente y comprometido que uno que no los está, en consecuencia, él desempeño favorable del trabajador será reflejado en los procesos de trabajo, pues un empleado altamente eficiente logrará resultados óptimos para el desarrollo de la corporación.

Deza (2017), el autor de la disertación enfatiza que esto es una ventaja, ya que conoce, entre otras cosas, la filosofía de la institución, las actividades y las expectativas de su trabajo. De este modo en sus conclusiones determinó que los altos niveles de compromiso se ven reflejado en el compromiso de los profesores por impartir la materia durante un tiempo tan prolongado como este.

Rodas (2017), concluyó que el nivel de satisfacción del cliente interno influye en los resultados de ventas de la institución y no permite el logro de las metas asumidas, pues la institución no tiene relación con el cliente interno y no ha realizado ninguna acción y no fortalece las relaciones con el cliente interno.

Noriega (2020), en su investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre endomarketing y la satisfacción laboral en los colaboradores de la Cooperativa San Lorenzo de la ciudad de Trujillo, su investigación fue de tipo aplicada, de diseño no experimental, tuvo como muestra 99 colaboradores y se tuvo como conclusión principal que existe relación positiva y significativa entre endomarketing con la satisfacción laboral en los colaboradores de la Cooperativa San Lorenzo, 2020.

Paz, et al. (2020), el objetivo de este estudio es determinar la relación entre endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral entre el personal de la Asociación Educativa Adventista del Noreste 2019. El alcance del estudio es correlacional, diseño no experimental, transversal. Se utilizó una muestra de 125 empleados. Los resultados se analizaron mediante una prueba estadística de Rho Spearman que mostró una relación positiva significativa entre el endomarketing y el compromiso organizacional ( $Rho = 0,870^{**}$ ;  $p < 0,000$ ). De igual manera, se analizó la relación entre endomarketing y satisfacción laboral, mostrando una correlación positiva muy fuerte ( $Rho = 0.964^{**}$ ;  $p < 0.000$ ). Finalmente, se observó que a mayor práctica de endomarketing, mayor lealtad a la institución educativa y mayor satisfacción de los empleados.

Rebaza (2019) desarrolló su estudio en Supermercados Peruanos S.A – Plaza Veá Chimote, en este sentido la empresa es líder en el mercado en venta de comestibles. El estudio reflejó que ella está muy comprometida con la satisfacción laboral de sus trabajadores y su bienestar social. En este sentido, la investigación tuvo como propósito determinar la relación entre la motivación y la satisfacción laboral de los trabajadores. La aplicación del método de estudio es cuantitativa de tipo descriptivo correccional bajo un diseño e investigación no experimental. En este orden de ideas los instrumentos para la recolección de datos que se tomaron escala de motivación y escala de satisfacción laboral de Sonia Palma, lo cual arrojó variable interesantes. Que concluyeron que la empresa desarrolla una adecuada motivación y satisfacción laboral dentro de la corporación, lo que influye en la motivación y compromiso por lograr mejores resultados.

Se presentan las teorías relacionadas a la investigación, se tiene a, Araque et al (2017) el endomarketing es una forma de comunicación, colaboración y respeto; es una creencia separada que para que las personas reconozcan, sean leales a la

organización, deben tener conocimiento de estrategias y planes. Según Kotler y Keller (2016), endomarketing implica la capacitación previa, la motivación y la contratación de empleados talentosos que atienden a los clientes para superar sus expectativas. Su filosofía es que el principio del mercado común afecta a todos los miembros, especialmente a los altos directivos.

Jiménez y Gamboa (2017) definen el marketing interno o marketing interno como el uso del marketing dentro de una organización, y más específicamente en las prácticas de gestión de recursos humanos. Bohnenberger et al. (2018), es una herramienta que mejora tres áreas fundamentales: respetar los valores organizacionales, aumentar el nivel de cumplimiento de los colaboradores y lograr la satisfacción del cliente. Según Hernández et al. (2017) y Kotler et al. (2020), incluido el uso de la tecnología para guiar y alentar a los empleados que tienen contacto directo con los clientes y aquellos que brindan servicios de apoyo a buscar trabajar juntos para satisfacer a los clientes. Pinheiro y Mendes (2016) agregan que el marketing interno y el clima organizacional son dos términos estrechamente relacionados, ya que ambos afectan la productividad y el desempeño de cada cliente interno (empleado).

Caldwell et al. (2015) afirman que la inversión requerida para implementar una estrategia de marketing interno es crítica ya que permite a la organización desarrollar una ventaja competitiva (mejorando la calidad del producto y el servicio al cliente externo); lo que le permite ganar de forma sostenible con la competencia a lo largo del tiempo.

En palabras de Castañeda (2019), el marketing interno ayuda a crear puestos de trabajo que satisfagan tanto las necesidades de las personas como los objetivos de la organización, permitiendo así que los clientes internos adquieran puestos y funciones. Huang (2020) argumenta que es crucial que los empleados comprendan y dominen la cultura organizacional, ya que esto les permitirá comunicarse de manera efectiva y adaptarse al entorno de trabajo.

Cervi y Froemming (2017) argumentan que los departamentos de recursos humanos deben incorporar prácticas de marketing interno en sus estrategias para ayudar a abordar los problemas relacionados con la gestión de personas, el marketing, el servicio y la ventaja competitiva.

Según Caridad et al. (2017) El endomarketing puede verse como un programa intensivo enfocado en el conocimiento del cliente interno, sus competencias, capacitación y atención oportuna a sus necesidades en la organización y la práctica perfecta para buscar generar más motivación y compromiso en la organización. Los empleados brindan una mejor calidad de desarrollo de procesos para clientes externos.

El endomarketing es una campaña de marketing de las empresas de servicios para capacitar y motivar de manera efectiva a los enlaces con los clientes y a todo el personal de servicio de apoyo para que trabajen en equipo para lograr la satisfacción del cliente (Wong & Castro, 2018).

Define al endomarketing como un conjunto de técnicas que le permiten a una empresa mostrar el valor de sus objetivos, estrategias, estructuras, dirigentes y demás componentes a un mercado constituido por sus trabajadores, con el objetivo de incrementar su productividad y lealtad por medio de un ambiente de trabajo adecuado que se interese por sus necesidades y deseos, el cual da como resultado un servicio generalizado de todos los empleados hacia la satisfacción del cliente externo (Cheng, 2016).

Para Zhang y Xu (2021), el endomarketing, es una combinación de técnicas y métodos implementados en la práctica para organizar, siempre que la organización pueda aumentar la productividad, la eficiencia, un alto porcentaje de beneficios máximos para los clientes y socios adecuados.

Por otro lado, para Dechawatanapaisal (2018), definir el marketing interno como el compromiso de la organización con los empleados para que puedan identificar mejor los servicios o productos brindados, aumentando así el entusiasmo y la lealtad de los empleados hacia la empresa.

Respecto a las dimensiones del endomarketing, Trinidad (2016) se menciona que los principales componentes a considerar para el endomarketing son: *Capacitación y Desarrollo*: se entiende como la función de los empleados, es decir, capacitar a los empleados para que desempeñen funciones de excelencia interna y externamente de acuerdo con los servicios y bienes que brinda la empresa. *Contratación y retención de empleados*. Conceptualizar el proceso de contratación y retención de nuevos empleados. Aunque las actividades y responsabilidades están claramente definidas, la compensación también está definida por el mercado

laboral de la industria manufacturera y el reconocimiento de los mejores empleados. *Adecuación en el trabajo*. Se refiere a la adaptación de los empleados a los diferentes puestos con el fin de formular las medidas que mejor se adapten a sus capacidades. *Comunicación interna*. Implica la comunicación horizontal de las diversas funciones de la organización, así como el estudio de valores, metas, resultados, cambios, metas, nuevos servicios o productos por parte de la organización, y también brinda una oportunidad para que los empleados expresen sus necesidades.

Omar et al (2017) definen la satisfacción laboral como una forma de percibir el aspecto laboral de cada puesto y evaluar si es importante o no. Para Rico (2012), conceptualiza dos tipos de satisfacción laboral: interna al puesto asignado y externa al entorno laboral.

De acuerdo con el método de los autores Salessi y Omar (2018), la satisfacción laboral se puede definir como una forma conductual en la que un empleado demuestra su desempeño, con base en los valores positivos que el empleado desarrolla a partir de su comportamiento laboral y los mismos pueden interferir seriamente con su comportamiento.

Haz y Fierro (2017) la satisfacción laboral es sin duda la cualidad laboral más relevante a lo largo de décadas de investigación.

Sukhani y Jain (2020).

Pujol y Dabos (2018) menciona que la satisfacción laboral tiene una evaluación natural, es decir, la calidad de los empleados en la empresa, incluidas las relaciones personales, los requisitos laborales, los proyectos de carrera, etc.

La satisfacción es la respuesta emocional provocada por los empleados al evaluar varios aspectos de la organización, y la satisfacción está influenciada por las características personales de los empleados, así como por el mercado laboral, lo que puede conducir a un estilo de trabajo o a la evitación (Cabezas et al., 2017).

Padilla, et al (2015) argumentan que la satisfacción laboral afecta directamente la vida de los empleados al realizar diversas actividades, por lo tanto, los empleados satisfechos tienen mejor salud y calidad de vida.

La satisfacción laboral es el grado en que una persona se siente negativa o positiva en función de varios aspectos de su trabajo (Chiang y Candia, 2021), y esta satisfacción puede estar relacionada con la calidad de las tareas que reciben los

empleados y la felicidad que les brindan. o sentimientos desagradables (Andrade et al., 2020), también se puede decir que estas actitudes incluyen emociones positivas o negativas a través de las cuales los empleados perciben el entorno y la calidad del trabajo que realizan (Trijullo et al., 2020).

Sukhan y Jain (2020) definen la satisfacción laboral como el sentimiento positivo y placentero que surge de la percepción de un individuo de su trabajo y trabajo, es decir, la realización de la satisfacción y la satisfacción de sus necesidades y el aumento del deseo y la satisfacción de el trabajo.

La importancia de la satisfacción laboral a nivel individual se refleja en la salud física y mental, el equilibrio, la satisfacción, el bienestar laboral y el confort psicológico (Madahi, 2015). A nivel organizacional, la satisfacción laboral tiene un efecto positivo y también logra los objetivos organizacionales al mejorar el desempeño, la productividad, la asistencia y el compromiso de los empleados (Abdeldayem et al., 2019 y 2020).

El concepto de satisfacción laboral implica compromiso, entendido como una actitud positiva hacia el trabajo caracterizada por un alto nivel de identificación, lealtad y vitalidad del empleado con su organización (Valero et al., 2021).

Cuando los empleados demuestran altos niveles de satisfacción laboral, tienen actitudes positivas hacia su trabajo como energía, motivación, dedicación, esfuerzo para completar tareas de capacitación, lo que significa que existen instituciones que cumplen sus tareas. Un clima y una cultura organizacional sólidos (Gil, 2017).

La satisfacción laboral puede estar directamente relacionada con el conocimiento de una persona dentro de una organización. Esta experiencia se traduce en la percepción del trabajador, que eventualmente se convierte en el componente emocional. Todos estos factores desencadenan el curso de acción de un individuo (Castro et al., 2017).

Otro concepto de satisfacción laboral lo da Rodríguez et al. (2016), se conceptualiza como un conjunto de adicciones o actitudes que desarrolla una persona frente a situaciones laborales, y estas conductas pueden referirse al trabajo en general o a algún aspecto específico del trabajo.

Para Chiang y Ojeda (2013), la satisfacción de los empleados con el trabajo y el ambiente laboral es un aspecto muy candente para los encargados de dirigir una

empresa. Numerosos estudios han encontrado que la lealtad de los empleados a una empresa, la productividad, el ausentismo o la rotación dependen de altos niveles de satisfacción laboral.

Según Vele y Bejarano (2017) estudia la satisfacción laboral en tres dimensiones que son: *Motivación*, estos se entienden como factores que permiten a las personas actuar con cierto esfuerzo y dedicación, ya sean causas internas o externas. La motivación intrínseca se relaciona principalmente con necesidades básicas como la alimentación o necesidades de aprendizaje como la autoestima, mientras que la motivación externa son los factores ambientales que estimulan la conducta. *Relaciones interpersonales*, Ocurre entre dos personas y es producto de una buena comunicación, lo que hace que la relación sea satisfactoria, con base en esta apreciación podemos concluir que, si se logra una relación interpersonal efectiva en la organización, la buena comunicación entre todos los integrantes es muy importante. *Incentivos*, Esta dimensión implica el reconocimiento de los trabajadores cuando su desempeño excede el resultado prescrito, por lo que todos los empleadores deben tener en cuenta que el trabajo excelente debe ser recompensado económicamente para que los trabajadores estén satisfechos.

El endomarketing es una alternativa que surge de los requisitos de cambio climático y cultural de una organización, ayuda a motivar el capital humano, mantiene lo mejor y hace frente a ciertos cambios culturales que prevalecen en el contexto de procesos y relaciones de estandarización.

La satisfacción laboral es un pilar y es evaluada por muchas teorías, desde la motivación hasta la interacción. Cada una de estas teorías ofrece una idea que se relaciona con los aspectos fundamentales discutidos en la evaluación y la idea de cambio. A continuación, presentamos algunas de las teorías más importantes.

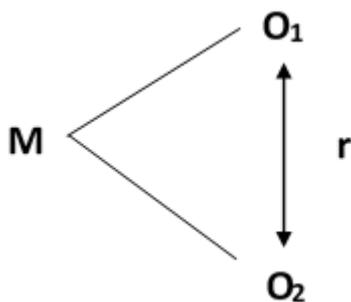
### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo: aplicativo, porque tiene como objetivo crear nuevas estrategias y aplicarlas a partir de los conocimientos adquiridos a partir de la investigación.

Enfoque: Cuantitativo, porque utiliza la recopilación de datos para probar hipótesis, crear patrones de comportamiento y validar teorías basadas en evidencia numérica y análisis estadístico (Hernández et al, 2014).

Diseño: No experimental, correlacional y de corte transversal, dado que no existe manipulación en las variables, intentar analizarlas y estudiarlas en tiempo real en un momento concreto y al final de su descripción se conocerá la relación entre las dos variables (Hernández et al, 2014).



Dónde:

M = muestra

R = relación

O<sub>1</sub> =Variable Endomarketing

O<sub>2</sub> = Variable Satisfacción laboral

#### 3.2. Variables y operacionalización

##### Variable: Endomarketing

Araque et al (2017) el endomarketing es una forma de comunicación, colaboración y respeto; es una creencia separada que para que las personas reconozcan, sean leales y leales a la organización, deben tener conocimiento de estrategias y planes.

**Variable: Satisfacción laboral**

Definición conceptual: Pujol y Dabos (2018) menciona que la satisfacción laboral tiene una evaluación natural, es decir, la calidad de los empleados en la empresa, incluidas las relaciones personales, los requisitos laborales, los proyectos de carrera, etc.

**3.3. Población, muestra y muestreo****Población**

La población está compuesta por 75 colaboradores de la empresa Sodexo Perú SA que están asignados a la unidad minera Argentun.

**Muestra**

está compuesta por 75 colaboradores de la empresa Sodexo Perú SA que están asignados a la unidad minera Argentun.

**Muestreo**

El muestreo de la presente investigación fue no probabilístico por conveniencia.

**Unidad de análisis**

Colaborador de la empresa Sodexo Perú SA que están asignados a la unidad minera Argentun.

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

La encuesta se utilizó para medir las variables en estudio. Para Hernández et al. (2014) este tipo de técnica tiene como objetivo obtener información de un grupo o parte de la población.

**Instrumento**

Para este estudio se utilizó el cuestionario, Hernández et al. (2014) señalaron que se trata de una serie de preguntas sobre una o más variables a medir.

**Tabla 1.**  
*Técnicas e instrumentos de medición*

<b>Variable</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Informante</b>
Endomarketing	Encuesta	Cuestionario	Colaborador
Satisfacción laboral	Encuesta	Cuestionario	Colaborador

Elaboración propia.

### **Validez**

El instrumento se sometió a la validez por juicio de experto, los cuales validaron el instrumento.

### **Confiabilidad**

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos se aplicó el Alfa de Cronbach, a continuación, se muestra los resultados.

**Tabla 2**

*Alfa de Cronbach para los instrumentos*

<b>Variable</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	
Endomarketing	0.886	Ver anexo 4
Satisfacción laboral	0.868	Ver anexo 5

Elaboración propia.

### **3.5. Procedimientos**

Los datos se recopilaron mediante la encuesta. El cuestionario se basó en indicadores para cada dimensión de la escala Likert, las opciones de preguntas fueron desde siempre hasta nunca, y los resultados para cada variable se concentraron en los niveles bajo, medio y alto. Los resultados se utilizan para gestionar el debate de la investigación y situar teorías y resultados en otros contextos. De esta forma, se crean los resultados de investigación y las recomendaciones necesarias.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Los datos que se recolectaron fueron analizados mediante figuras y tablas utilizando la estadística descriptiva que se han tabulado por cada uno de las variables, lo cual tiene dimensiones e indicadores, y para contrastación de la

hipótesis se ha utilizado la estadística inferencial aplicando el método de correlación de Rho Spearman.

### **3.7. Aspectos éticos**

Este estudio fue desarrollado de acuerdo con el reglamento de la Universidad César Vallejo y cumple con el reglamento de la APA, teniendo en cuenta los nombramientos para este estudio; además, las conclusiones como parte de nuestra problemática realidad y marco teórico. Los artículos o publicaciones bibliográficas señalan responsabilidad sin necesidad de procesar los datos obtenidos, lo que contribuye a los resultados de la investigación; cabe señalar que la información recibida es confidencial y utilizada únicamente por la Universidad. Nuevamente, esto conducirá a discusiones y conclusiones relevantes.

#### IV. RESULTADOS

Estadística descriptiva – Variable Endomarketing

**Tabla 3**

*Nivel de la dimensión contratación y retención*

Nivel	Rango	n	%
Bueno	23 - 30	19	25.33%
Regular	15 - 22	33	44.00%
Malo	06 - 14	23	30.67%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 3, el 25.33% de los colaboradores indicaron que el nivel es bueno de la dimensión contratación y retención, el 44.00% indicaron que es regular y el 30.67% indicaron que es malo.

**Tabla 4**

*Nivel de la dimensión capacidad y desarrollo*

Nivel	Rango	n	%
Bueno	23 - 30	20	26.67%
Regular	15 - 22	30	40.00%
Malo	06 - 14	25	33.33%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 4, el 26.67% de los colaboradores indicaron que el nivel de la dimensión capacidad y desarrollo es bueno, el 40.00% indicaron que es regular y el 33.33% indicaron que es malo.

**Tabla 5***Nivel de la dimensión adecuación laboral*

Nivel	Rango	n	%
Bueno	23 - 30	22	29.33%
Regular	15 - 22	31	41.33%
Malo	06 - 14	22	29.33%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 5, el 29.33% de los colaboradores indicaron que el nivel de la dimensión adecuación laboral es bueno, el 41.33% indicaron que es regular y el 29.33% indicaron que es malo.

**Tabla 6***Nivel de la dimensión comunicación interna*

Nivel	Rango	n	%
Bueno	30 - 40	24	32.00%
Regular	20 - 29	31	41.33%
Malo	08 - 19	20	26.67%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 6, el 32.00% de los colaboradores indicaron que el nivel de la dimensión comunicación interna es bueno, el 41.33% indicaron que es regular y el 26.67% indicaron que es malo.

**Tabla 7***Nivel de la variable endomarketing*

Nivel	Rango	n	%
Bueno	96 - 130	18	24.00%
Regular	62 - 95	43	57.33%
Malo	26 - 61	14	18.67%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 7, el 24.00% de los colaboradores indicaron que el nivel de la variable endomarketing es bueno, el 57.33% indicaron que es regular y el 18.67% indicaron que es malo; por lo tanto, el nivel de endomarketing es regular.

#### Estadística descriptiva – Variable Satisfacción laboral

**Tabla 8***Nivel de la dimensión motivación*

Nivel	Rango	n	%
Alto	38 - 50	27	36.00%
Regular	24 - 37	31	41.33%
Bajo	10 - 23	17	22.67%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 8, el 36.00% de los colaboradores indicaron que el nivel de la dimensión motivación es bueno, el 41.33% indicaron que es regular y el 22.67% indicaron que es malo.

**Tabla 9***Nivel de la dimensión relaciones interpersonales*

Nivel	Rango	n	%
Alto	34 - 45	22	29.33%
Regular	22 - 33	32	42.67%
Bajo	9 - 21	21	28.00%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 9, el 29.33% de los colaboradores indicaron que el nivel de la dimensión relaciones interpersonales es bueno, el 42.67% indicaron que es regular y el 28.00% indicaron que es malo.

**Tabla 10***Nivel de la dimensión incentivos*

Nivel	Rango	n	%
Alto	34 - 45	20	26.67%
Regular	22 - 33	29	38.67%
Bajo	9 - 21	26	34.67%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 10, el 26.67% de los colaboradores indicaron que el nivel de la dimensión incentivos es bueno, el 38.67% indicaron que es regular y el 34.67% indicaron que es malo.

**Tabla 11***Nivel de la variable satisfacción laboral*

Nivel	Rango	n	%
Bueno	104 - 140	16	21.33%
Regular	66 - 103	42	56.00%
Malo	28 - 65	17	22.67%
Total		75	100.00%

*Nota.* Encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa.

Según la tabla 11, el 21.33% de los colaboradores indicaron que el nivel de la satisfacción laboral es bueno, el 56.00% indicaron que es regular y el 22.67% indicaron que es malo, por lo tanto, el nivel de la variable satisfacción laboral es regular.

Objetivo específico 01: Identificar la relación que existe entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, se tiene:

**Tabla 12**

*Correlación de Rho Spearman dimensión contratación y retención y la satisfacción laboral*

			Dimensión contratación y retención	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Dimensión contratación y retención	Coeficiente de correlación	1,000	,624*
		Sig. (bilateral)	.	,029
		N	75	75
	Satisfacción laboral	Coeficiente de correlación	,624*	1,000
		Sig. (bilateral)	,029	.
		N	75	75

*Nota.* La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).

Fuente: Resultado del SPSS 25

### **Interpretación**

A partir de los resultados de la Tabla 12, las estadísticas sobre el grado de correlación entre la contratación y retención y la satisfacción laboral fueron encontradas por el Rho de Spearman 0.624 existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.029 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

Objetivo específico 02: Identificar la relación que existe entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

**Tabla 13**

*Correlación de Rho Spearman dimensión capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral*

			Dimensión capacitación y desarrollo	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Dimensión capacitación y desarrollo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 75	,534* ,005 75
	Satisfacción laboral	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,534* ,005 75	1,000 . 75

*Nota.* La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).

Fuente: Resultado del SPSS 25

### Interpretación

A partir de los resultados de la Tabla 13, las estadísticas sobre el grado de correlación entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral fueron encontradas por el Rho de Spearman 0.534 existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.005 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

Objetivo específico 03: Identificar la relación que existe entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021

**Tabla 14**

*Correlación de Rho Spearman dimensión adecuación laboral y la satisfacción laboral*

			Dimensión adecuación laboral	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Dimensión adecuación laboral	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 75	,586* ,003 75
	Satisfacción laboral	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,586* ,003 75	1,000 . 75

*Nota.* La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).  
Fuente: Resultado del SPSS 25

### Interpretación

A partir de los resultados de la Tabla 14, las estadísticas sobre el grado de correlación entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral fueron encontradas por el Rho de Spearman 0.586 existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.003 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

Objetivo específico 04: Identificar la relación que existe entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

**Tabla 15**

*Correlación de Rho Spearman dimensión comunicación interna y la satisfacción laboral*

			Dimensión comunicación interna	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Dimensión comunicación interna	Coeficiente de correlación	1,000	,499*
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	75	75
	Satisfacción laboral	Coeficiente de correlación	,499*	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	75	75

*Nota.* La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).

Fuente: Resultado del SPSS 25

### Interpretación

A partir de los resultados de la Tabla 15, las estadísticas sobre el grado de correlación entre la comunicación interna y la satisfacción laboral fueron encontradas por el Rho de Spearman 0.499 existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.001 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

Objetivo general: Determinar la relación que existe entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

**Tabla 16**

*Correlación de Rho Spearman endomarketing y la satisfacción laboral*

			Endomarketing	Satisfacción laboral
Rho de Spearman	Endomarketing	Coeficiente de correlación	1,000	,859*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	75	75
	Satisfacción laboral	Coeficiente de correlación	,859*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	75	75

*Nota.* La correlación es significativa en el nivel 0,00 (2 colas).

Fuente: Resultado del SPSS 25

### Interpretación

A partir de los resultados de la Tabla 16, las estadísticas sobre el grado de correlación entre el endomarketing y la satisfacción laboral fueron encontradas por el Rho de Spearman 0.859 con una alta correlación positiva y su valor de significancia igual a 0.000 por ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

## V. DISCUSIÓN

Como primer objetivo específico es identificar la relación que existe entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, como aporte teórico se tiene a Trinidad (2016) donde menciona que la capacitación y desarrollo se entiende como la función de los empleados, es decir, capacitar a los empleados para que desempeñen funciones de excelencia interna y externamente de acuerdo con los servicios y bienes que brinda la empresa. Los resultados encontrados en la investigación arrojaron como valor de Rho de Spearman 0.624 y su valor de significancia igual a 0.029 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, los cuales tienen similitud con la investigación realizada por Noriega (2020) donde concluye que las dimensiones de la endomarketing se relación positiva y significativamente con la satisfacción laboral en los colaboradores de la cooperativa, pero no tiene similitud con la investigación realizada por Payares, et al. (2017) donde se observó que existe una débil correlación positiva entre los indicadores incluidos en la variable endomarketing y los indicadores que vinculan la calidad del servicio interno en pequeñas y medianas empresas. Esto quiere decir que los elementos de endomarketing no se relacionan significativamente con los indicadores de calidad de los servicios internos de la empresa. por lo tanto, la importancia de realizar la contratación y retención del personal ya que al realizar una buena contratación se logra realizar la retención del personal y por ende mejora la satisfacción de los colaboradores.

Se tiene como segundo objetivo específico identificar la relación que existe entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, según el aporte teórico de Trinidad (2016) donde menciona que la capacitación y desarrollo se entiende como la función de los empleados, es decir, capacitar a los empleados para que desempeñen funciones de excelencia interna y externamente de acuerdo con los servicios y bienes que brinda la empresa, los resultados encontrados indican que el valor de Rho Spearman es de 0.534 y su valor de significancia igual a 0.005 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa

entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, los cuales tienen similitud con la investigación realizada por Belizario y Sánchez (2018), donde concluye que las dimensiones de endomarketing se relacionan positivamente con la satisfacción de los colaboradores de la tienda Ripley. Así mismo con la investigación realizada por Rivas (2019), donde las conclusiones del estudio señalaron, que en un promedio el 70% de los empleados de la empresa Galletas Puig, presentan altos niveles de satisfacción por la realización del trabajo, pues se le reconoce responsabilidad, logros, crecimiento y ascenso factores que son fundamentales para mantener un empleado satisfecho y feliz. También con la investigación de Ayala y Pajuela (2018) se determinó que la motivación es directamente proporcional al desempeño pues un empleado feliz y con todas las necesidades cubiertas será más eficiente y comprometido que uno que no los está, en consecuencia, el desempeño favorable del trabajador será reflejado en los procesos de trabajo, pues un empleado altamente eficiente logrará resultados óptimos para el desarrollo de la corporación. Por lo tanto, la importancia de tener planes de capacitaciones y desarrollo en las organizaciones de esta manera se mantendrá colaboradores bien capacitados y podrán desarrollar mejor sus funciones y la productividad laboral incrementará.

Se tiene como tercer objetivo específico identificar la relación que existe entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, según el aporte teórico de Trinidad donde menciona que la adecuación laboral se refiere a la adaptación de los empleados a los diferentes puestos con el fin de formular las medidas que mejor se adapten a sus capacidades; los resultados obtenidos indican que el valor de Rho Spearman es 0.586 y su valor de significancia igual a 0.003 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, estos resultados tienen similitud con la investigación realizada por También tiene relación con Pinto (2020), en su investigación en Quito, considerando al endomarketing como base para los niveles de satisfacción dentro de la empresa en Guayaquil, su objetivo de moda se transformó en incrementar un enfoque para mejorar el diploma del placer de la

tarea, se han utilizado estrategias teóricas y empíricas tanto para la recopilación de registros, la dimensión de cuestionarios realizadas a clientes internos, en las cuales se obtuvo como efectos que las cuestiones que incidirían en el placer de la actividad se deben a la retribución acorde con el característica, a nivel de liderazgo, grado de reconocimiento por sus logros y una sensación de deleite y realización personal, por eso la importancia de la adecuación en el trabajo por eso la importancia que en todas empresas se debe de realizar un inducción personalidad para que su adecuación sea la más rápida y placentera en los colaboradores de la empresa.

Se tiene como cuarto objetivo específico identificar la relación que existe entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, según el aporte teórico de Trinidad (2016) menciona que la comunicación interna implica la comunicación horizontal de las diversas funciones de la organización, así como el estudio de valores, metas, resultados, cambios, metas, nuevos servicios o productos por parte de la organización, y también brinda una oportunidad para que los empleados expresen sus necesidades; según los resultados encontrados el valor de Rho Spearman 0.499 y su valor de significancia igual a 0.001 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021, los cuales tienen similitud con la investigación realizada por Quijano (2020) el propósito de su investigación fue analizar el impacto de los estilos de control sobre el clima y la satisfacción laboral. Se concluye que el clima organizacional y la satisfacción laboral afectan la percepción de comunicación y motivación de los empleados. También tiene similitud con la investigación de Castañeda (2019), en su artículo sobre, el endomarketing concluye que el endomarketing presenta formas adecuadas para entender que en las empresas el activo más importante son actualmente los roles de los seres humanos deben adaptarse a los deseos de las personas, así como a los objetivos de la organización, que beneficien un empoderamiento de los clientes internos con sus puestos de trabajo y las capacidades que desempeñan.

Y como objetivo general es determinar la relación que existe entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, según el aporte teórico de Araque et al

(2017) el endomarketing es una forma de comunicación, colaboración y respeto; es una creencia separada que para que las personas reconozcan, sean leales a la organización, deben tener conocimiento de estrategias y planes. Así mismo Kotler y Keller (2016), endomarketing implica la capacitación previa, la motivación y la contratación de empleados talentosos que atienden a los clientes para superar sus expectativas. Su filosofía es que el principio del mercado común afecta a todos los miembros, especialmente a los altos directivos. Los resultados indican que el valor de Rho Spearman Rho es 0.859 existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.000 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021. Estos resultados tienen similitud con la investigación realizada por Sarmiento (2021), donde concluye que cuanto más alto es el diploma de Endomarketing, mayor es el grado de satisfacción de los empleados, demostrando a su vez que cuando no se logra una publicidad interna precisa, tiene un efecto terrible en nuestros colaboradores. Así mismo también tiene similitud con la investigación de Noriega (2020), donde obtuvo como conclusión principal que existe relación positiva y significativa entre endomarketing con la satisfacción laboral en los colaboradores de la Cooperativa San Lorenzo, 2020. Igual resultado se encontró en la investigación de Paz, et al. (2020), el objetivo de este estudio es determinar la relación entre endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral entre el personal de la Asociación Educativa Adventista del Nororiental 2019. Los resultados se analizaron mediante una prueba estadística de Rho Spearman que mostró una relación positiva significativa entre el endomarketing y el compromiso organizacional ( $Rho = 0,870^{**}$ ;  $p < 0,000$ ). De igual manera, se analizó la relación entre endomarketing y satisfacción laboral, mostrando una correlación positiva muy fuerte ( $Rho = 0.964^{**}$ ;  $p < 0.000$ ). Finalmente, se observó que a mayor práctica de endomarketing, mayor lealtad a la institución educativa y mayor satisfacción de los empleados. Así mismo con la investigación de Wasaf y Jahanzeb (2021), según los resultados de la encuesta, el tipo de ocupación mostró una relación significativa con la satisfacción laboral. De igual manera, se encontró una correlación positiva entre la satisfacción laboral y el desempeño de los empleados. Por lo tanto, el estudio concluye que los empleados satisfechos se desempeñaron mejor que los

empleados insatisfechos, por lo que juegan un papel importante en la mejora de su organización. Es por eso la importancia de tener al personal de todas las empresas satisfechas de esta manera lograrán un buen desempeño y eso se verá reflejado en la satisfacción del cliente externo, y como se logra esa satisfacción con la aplicación de estrategias de endomarketing donde aplicaran métodos para mejorar las condiciones internas de los colaboradores y de esta manera se sentirán satisfechos.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó que el valor de Rho de Spearman fue 0.859 por lo tanto, existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.000 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre el endomarketing y satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.
2. Se determinó que el valor de Rho de Spearman fue 0.624 por lo tanto existe una correlación positiva moderada y su valor de significancia igual a 0.029 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la contratación y retención y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.
3. Se determinó que el valor de Rho de Spearman 0.534 existe una correlación positiva moderada y su valor de significancia igual a 0.005 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la capacitación y desarrollo y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.
4. Se determinó que el valor de Rho de Spearman fue 0.586 existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.003 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la adecuación laboral y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.
5. Se determinó que el valor de Rho de Spearman 0.499 existe una correlación positiva alta y su valor de significancia igual a 0.001 al ser menor que el 0.05, por lo tanto, existe relación positiva y significativa entre la comunicación interna y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. El gerente debe crear un ambiente de trabajo saludable para brindar a los empleados un ambiente de trabajo satisfactorio que asegure una alta productividad y un alto compromiso con la empresa.
2. Desarrollar un plan de formación por el gerente de RRHH con las herramientas necesarias para que los colaboradores tengan las habilidades y capacidad para llevar a cabo sus funciones de manera efectiva.
3. Al gerente crear planes de carrera o promoción que motiva al colaborador al trabajo en equipo con base en el logro de las metas institucionales.
4. Fortalecer la relación de los colaboradores con sus supervisores inmediatos y el responsable del área, tomando en cuenta las opiniones y sugerencias que contribuyan a un cambio positivo en sus acciones e ideas reflejadas en el equipo.
5. El uso de este estudio está destinado a servir como material de asesoramiento y apoyo para que los estudiantes aborden problemas relacionados con el marketing interno que afectan la satisfacción del cliente interno; de esta forma, se comprende la importancia de utilizarlo para brindar un mejor servicio a los clientes externos.

## REFERENCIAS

- Abdeldayem, M.; Aldeeb, H. y Abbad, M. (2020). Role of Human Resources Planning in Raising the Efficiency of the Organizational Structures: Evidence from Bahrain. *Global Scientific Journals*, Vol. (8), No. (3), Pp. 1281-1295.
- Andrade, E., Holanda, M., Soares, E., y Lobato, A. (2020). Autoeficácia, satisfação no trabalho, aspectos sociodemográficos e condições de trabalho de docentes-alunos do Parfor. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, 101(258), 337-358. <https://doi.org/10.24109/2176-6681.rbep.101i258.4263>
- Araque, D., Sánchez, J., & Uribe, A. (2017). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en Centros de Desarrollo Tecnológico colombianos. *Revista Estudios Gerenciales*. <https://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-relacion-entre-marketing-interno-compromiso-S0123592317300049>
- Ayala, T. y Pajuelo, S. (2018). *La motivación y su influencia en el desempeño laboral de los colaboradores de los juzgados de subespecialidad comercial de la Corte Superior de Justicia de Lima, 2018*. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2304/Tania%20Ayala\\_Silvia%20Pajuelo\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2304/Tania%20Ayala_Silvia%20Pajuelo_Tesis_Titulo%20Profesional_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Bohnenberger, M. C., Schmidt, S., Damacena, C. y Batle-Lorente, F. J. (2018). Internal marketing: A model for implementation and development. *Dimensión Empresarial*, 17(1), 7-22. <https://doi.org/10.15665/dem.v17i1.1657>.
- Cabezas, V. Medeiros, J. Paz, M. y Inostroza, D. (2017). Políticas Educativas. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 25(64), 1 – 32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14507/epaa.25.2451>
- Caldwell, C., Licon, B. y Floyd, L. A. (2015). Internal marketing to achieve competitive advantage. *International Business and Management*, 10(1), 1-8. <https://doi.org/10.3968/6298>.
- Caridad, M., Salazar, C., y Castellano, M. (2017). Endomarketing: Estrategia dinamizadora para la responsabilidad social del sector universitario. *Revista Espacios*, 38(1), 6-21
- Castañeda, S. (2019). Endomarketing y aprendizaje organizacional: una herramienta para la gestión. *NOVUM*, 2(9), 184-196.

- Castro, A., Contreras P., & Montoya R. (2017). Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 14 (1), pp. 105-118.
- Cervi, C. y Froemming, L. M. (2017). Afinal, o que é endomarketing? Estudo das estratégias de endomarketing de uma universidade comunitária do Rio Grande do Sul. *RAIMED: Revista de Administração IMED*, 7(1), 114-136. <https://doi.org/10.18256/2237-7956/raimed.v7n1p114-136>.
- Chen (2016). The relationship between internal marketing orientation, employee commitment, charismatic leadership and performance. *International Journal of Organizational Innovation*, 8 (2015), pp. 67-78
- Chiang, M., y Candia, F. (2021). Las creencias afectan al compromiso organizacional y la satisfacción laboral. Un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Científica de la UCSA*, 8(1), 14-25. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.01.014>
- Chiang, V. y Ojeda, H. (2013). Estudio de la relación entre satisfacción laboral y el desempeño de los trabajadores de las ferias libres. *Contaduría y Administración*. Pp 39-60.
- Dechawatanapaisal, D. (2018). Employee retention: the effects of internal branding and brand attitudes in sales organizations. *Personnel Review*, 47(3), 675-693. <https://doi.org/10.1108/PR-06-2017-0193>.
- Deza, A. (2017). *Satisfacción laboral y su relación con la productividad de los piscicultores de la comunidad de Pacococha - Castrovirreyna, Huancavelica*. <https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1404/TP%20-%20UNH.POST.%200002.pdf?sequence=1&isAllo>
- Gil, J. (2017). Características personales y de los centros educativos en la explicación de la satisfacción laboral del profesorado. *Revista de Psicodidáctica*, 22(1), 16-22. [https://doi.org/10.1016/S1136-1034\(17\)30039-4](https://doi.org/10.1016/S1136-1034(17)30039-4)
- Haz, I., y Fierro, I. (2017). Liderazgo y Satisfacción Laboral: Un Análisis de Estudios previos. *PODIUM*, 29-40.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). México: Edamsa Impresiones S.A.

- Hernández-Díaz, A., Calderon-Abreu, T., Amador-Dumois, M. y Córdova-Claudio, M. (2017). Internal marketing and customer-contact employees' attitudinal outcomes. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 30(1), 124-143. <https://doi.org/10.1108/ARLA-08-2015-0190>
- Huang, Y.-T. (2020). Internal marketing and internal customer: A review, reconceptualization, and extension. *Journal of Relationship Marketing*, 19(3), 165-181. <https://doi.org/10.1080/15332667.2019.1664873>.
- Jiménez, L. A. y Gamboa, R. (2017). El Endomarketing: aplicado al talento clave interno en el sector salud. *Mundo FESC*, 6(12), 8-19.
- Kotler, P. y Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing* (14a ed.). México: Editorial Pearson Educación.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C. y He, H. (2020). *Principles of Marketing* (European Edition) (Octava ed.). Pearson Education Limited.
- La República. (2020). *Empleo: Solo el 24% de los peruanos son felices en su trabajo*. La República, pág. 1.
- Madahi, A. y Mardood, H. (2015). *The impact of organizational culture on job satisfaction, faculty of economic and business science*, Akli Muhand University, Algeria.
- ManpowerGroup (2017). *1er Reporte de Sustentabilidad ManpowerGroup Latinoamérica*.  
<https://www.manpowergroup.com.mx/wps/wcm/connect/manpowergroup/32296fac-870d-4f1e-8057-9e36a0df0517/1er+Reporte+de+Sustentabilidad+LATAM-min.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=32296fac-870d-4f1e-8057-9e36a0df0517>
- Omar, A., Salessi, S. y Urteaga, F. (2017). Impact of management practices on job satisfaction. *Revista de Administração Mackenzie*, vol. 18, núm. (5): 92-115. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195453538005>
- Padilla, A, Moreno, y. Gonzales, X. (2015). Level of performance and job satisfaction in companies in Loja City, case study: LOJAGAS, *Sur Academi*, 2(4), 88–94
- Payares, K.; Berdugo, A.; Caridad. M. y Navarro, E. (2017). Endomarketing y calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector

<https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/a17v38n57p32.pdf>

- Paz, J., Huamán, S. y Tarrillo, J. (2020). Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral en colaboradores de una asociación educativa. *Apuntes Universitarios*, 10(4), 108–125. <https://doi.org/10.17162/au.v10i4.495>
- Pinheiro, R. y Mendes, D. (2016). Endomarketing como medida estratégica ao desenvolvimento organizacional das cooperativas. *Revista de Administração de Roraima*, 6(3), 624-643. <https://doi.org/10.18227/2237-8057rarr.v6i3.6048>.
- Pinto De La Cadena, A. E. (2020). *Estudio de investigación para determinar los niveles de satisfacción organizacional, como fundamento del endomarketing, en la estrategia de comunicación de una empresa industrial de la ciudad de Guayaquil*. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4258>
- Pujol, L. y Dabos, G. (2018). Satisfacción laboral: una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 3-18
- Quijano, G. M. (2020). *El clima organizacional y la satisfacción laboral de los*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32381/1/TESIS%20FINAL%20Geovanna%20Rosales%20firmas%20%281%29firma%20electronica-signed.pdf>: <https://repositorio.uta.edu.ec>
- Rebaza, K. (2019). *Motivación y Satisfacción Laboral De Los Trabajadores De Supermercados Peruanos S.A – Plaza Vea Chimbote 2019*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/3786>:
- Rico, P. (2012). Satisfacción laboral de los asalariados en España. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 137-158
- Rivas, C. J. (2019). *La motivación y su influencia en la satisfacción laboral del personal de galletas PUIG*. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve>: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAU0646.pdf>
- Rodríguez, D., Núñez, L., Cáceres, A. (2016). Estudio comparativo de la satisfacción laboral universitaria de Anzoátegui de la Universidad de Oriente. *Investigación y Posgrado*. pp 63-68.

- Salessi, S., y Omar, A. (2018). Tríada oscura de personalidad, satisfacción laboral y cinismo organizacional: un modelo estructural. *Universitas Psychologica*, 17(3), 21-32.
- Sarmiento, D. (2021). *Plan de Endomarketing para la satisfacción laboral de los trabajadores de una Empresa Agroindustrial - Lambayeque*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/57579>
- Sukhani, R. y Jain, A. (2020). Assessing the impact of education qualification on job satisfaction of employees. *Shodh Sarita*, vol. 7, no. 26, pp. 105–110.
- Trijullo, P., Ortiz, M., Carrasco, M., Herrera, G., y Martínez, C. (2020). Satisfacción laboral y desempeño académico universitario. *InterCambios*, 7(66-78), 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.2916/inter.7.2.8>
- Trinidad, L. (2016). *Endomarketing y compromiso organizacional en la unidad ejecutora 404 Hospital II-2 Tarapoto, 2016*. Universidad César Vallejo de Tarapoto. Obtenido de [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JhOWRa0bREJ:r epositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12892/trinidad\\_al.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=pe#15](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:JhOWRa0bREJ:r epositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12892/trinidad_al.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=pe#15)
- Valero, V., Vilca, G. & Coapaza, M. (2021). Organizational culture and job satisfaction in Espinar teachers. *PURIQ*, 4(1), 4-13. <https://doi.org/10.37073/puriq.4.1.190>
- Vásquez, R. (2017). *10 Insights del Endomarketing: La verdad oculta de la cultura empresarial*. La verdad oculta de la cultura empresarial. Obtenido de <http://www.mercadonegro.pe/10-insights-del-endomarketing-la-verdad-oculta-lacultura-empresarial/>
- Vele, X. y Bejarano, J. (2017). Relación entre el clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores en la unidad educativa partícula adventista del Ecuador, 2016. *Revista muro de la Investigación*, 1(2), 65-79.
- Wasaf, I. y Jahanzeb, M. (2021). A Study of Job Satisfaction and Its Effect on the Performance of Employees Working in Private Sector Organizations, Peshawar. *Education Research International*. <https://doi.org/10.1155/2021/1751495>

- Wong, A. M., & Castro, D. V. (2018). Endomarketing: Satisfacción Laboral Desde La Perspectiva De Género Y Edad. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(31), 112. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n31p112>
- Zhang, H. y Xu, H. (2021). Improving internal branding outcomes through employees' self-leadership. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 257-266. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.12.013>.

## ANEXOS

### Anexo 01. Matriz operacional

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Endomarketing	Araque et al (2017) el endomarketing es un vínculo comunicativo, colaboración y respeto; argumenta que es transcendental para el reconocimiento, la dedicación y el compromiso de quienes conforman la organización que es imperativo que exista conocimiento de estrategias y planes.	Para medir el nivel y analizar la variable endomarketing se realizó en función a sus cuatro dimensiones para la cual de aplico un cuestionario a los colaboradores de la empresa.	Contratación y retención	Adecuada contratación Nivel salarial Beneficios laborales	Ordinal
			Capacitación y desarrollo	Necesidades de capacitación Habilidades y destrezas Nivel de entrenamiento	
			Adecuación laboral	Modificación de funciones Toma de decisiones Atención de necesidades	
			Comunicación interna	Metas organizacionales Modificaciones Valores	
Satisfacción laboral	Pujol y Dabos (2018) afirma que la satisfacción laboral posee una evaluación natural, donde las cualidades de los empleados sobre su instancia en la empresa que incluyen relaciones personales, exigencias laborales, proyectos de carreras, etc.	Para medir el nivel y analizar la variable satisfacción laboral se realizó en función a sus tres dimensiones para la cual de aplico un cuestionario a los colaboradores de la empresa.	Motivación	Claridad en mensajes Participa laboralmente Expresa agradecimiento Brinda aliento	Ordinal
			Relaciones interpersonales	Apoya opiniones Organiza recursos Se identifica laboralmente	
			Incentivos.	Reconoce labor Existe convenios Elige estilos de trabajo	

## Anexo 02. Instrumento para medir el Endomarketing

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial. Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021. Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

La escala tiene 5 puntos que se detallan a continuación:

Afirmaciones	Puntaje
De acuerdo totalmente (TDA)	5
De acuerdo (DA)	4
Indiferente (NA/ND)	3
En desacuerdo (ED)	2
En desacuerdo total (ED)	1

Ítems	Pregunta	1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Contratación y retención</b>						
1	El proceso de reclutamiento de nuevos empleados es claro y se especifica lo que se espera de ellos					
2	Se siente conforme con el contrato ofrecido por la empresa					
3	Es remunerado de acuerdo con la media del sector					
4	Su salario le alcanza para satisfacer sus necesidades					
5	Usted recibe todos los beneficios acordes con las normativas laborales (CTS, ESSALUD, etc.)					
6	La empresa ofrece oportunidades de pagos extras					
<b>Dimensión: Capacidad y desarrollo</b>						
7	La empresa me capacita para desarrollar mejor mi actividad					

8	Considera necesario recibir capacitaciones específicas para un nivel de eficacia y eficiencia mayor					
9	Cuenta con habilidades suficientes para desempeñarse adecuadamente en su función					
10	Sus destrezas le permiten alcanzar las metas propuestas por la empresa					
11	La empresa ofrece oportunidades para aumentar mi conocimiento de forma general					
12	La empresa brinda información y asesoría de los servicios brindados a los clientes					
<b>Dimensión: Adecuación laboral</b>						
13	La empresa me posiciona en una función según mis habilidades y conocimientos					
14	La empresa me brinda la oportunidad de solicitar la rotación de puesto.					
15	Tengo la libertad para tomar decisiones referentes al desarrollo de mis funciones.					
16	Soy responsable de las decisiones tomadas en el funcionamiento de mis actividades					
17	La empresa se preocupa por cada uno de los colaboradores y sus necesidades					
18	La empresa le brinda todos los recursos necesarios para un desempeño óptimo					
<b>Dimensión: Comunicación interna</b>						
19	Conozco las metas y objetivos trazados por la empresa.					
20	El administrador o gerente de la empresa le refuerza el cumplimiento de la visión y misión empresarial					
21	Estoy en alineamiento con los valores de la empresa.					
22	Mi comportamiento dentro y fuera de la empresa refleja los valores propuestos.					
23	Los cambios que van a ocurrir en la empresa son comunicados previamente.					
24	La empresa socializa con los trabajadores las nuevas promociones de sus servicios antes de ser publicado.					
25	La empresa da a conocer los resultados obtenidos mensualmente.					
26	Tengo conocimiento de las actividades que se realizan en la empresa					

### Anexo 03. Instrumento para medir la Satisfacción laboral

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial. Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, 2021. Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

La escala tiene 5 puntos que se detallan a continuación:

Afirmaciones	Puntaje
Siempre	5
Casi siempre	4
A Veces	3
Casi siempre	2
Siempre	1

Ítems	Pregunta	1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Motivación</b>						
1	Mi contribución juega un papel importante con el éxito de la institución.					
2	La labor que desempeño es valorada por todos los agentes de la empresa					
3	Me desenvuelvo responsablemente.					
4	Siento que está realizando algo valioso.					
5	Mi trabajo me ofrece hacer las cosas que me gustan.					
6	Me siento complacido con la actividad que realizo.					
7	El trabajo que realizo es motivador.					
8	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.					
9	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a)					
10	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.					

<b>Dimensión: Relaciones interpersonales</b>						
11	La relación con los compañeros de trabajo es buena.					
12	El ambiente creado por los compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.					
13	Me agrada trabajar con los compañeros.					
14	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.					
15	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.					
16	Existe buena comunicación con los compañeros de trabajo.					
17	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta					
18	La relación que tengo con los superiores es cordial					
19	No me siento a gusto con mis jefes superiores					
<b>Dimensión: Incentivos</b>						
20	Recibo buen trato en mi trabajo					
21	En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada					
22	Los beneficios que me ofrecen en el trabajo son los adecuados					
23	Existe un ambiente organizado en mi trabajo.					
24	Tengo la libertad de elegir mi método de trabajo.					
25	Existen programas de capacitación de parte de la empresa					
26	Recibo apoyo de parte de la empresa para realizar mí trabajo					
27	Reconocen mi labor realizada en actos públicos					
28	Estoy conforme con el salario que recibo					

## Anexo 04. Confiabilidad del instrumento alfa de Cronbach - Endomarketing

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,886	26

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	89,9310	35,067	,324	,806
P02	90,1724	34,505	,333	,897
P03	90,2069	40,813	-,115	,831
P04	90,4138	40,037	-,037	,802
P05	90,2759	43,135	-,266	,861
P06	89,8621	37,909	,147	,860
P07	90,1034	39,239	-,003	,897
P08	89,8276	38,862	,037	,886
P09	90,0345	37,677	,125	,862
P10	89,8621	35,195	,268	,816
P11	90,0690	34,424	,339	,895
P12	90,1034	38,882	,034	,887
P13	90,2414	38,333	,102	,870
P14	90,4483	39,399	-,020	,803
P15	90,0690	40,638	-,102	,827
P16	90,0690	37,424	,118	,863
P17	90,0345	36,463	,220	,836
P18	90,1379	42,552	-,224	,854
P19	90,4828	36,187	,239	,831
P20	90,1034	37,382	,168	,852
P21	90,2414	38,618	,055	,881
P22	89,5862	41,537	-,164	,819
P23	89,5862	41,394	-,145	,821
P24	89,3793	37,815	,198	,852
P25	89,7586	39,833	,000	,892
P26	89,5172	38,759	,108	,870

## Anexo 05. Confiabilidad del instrumento alfa de Cronbach – Satisfacción laboral

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,868	28

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P01	97,5862	38,180	-,150	,821
P02	97,4138	35,680	,015	,870
P03	97,6207	37,744	-,119	,812
P04	97,5172	37,187	-,080	,800
P05	97,1379	34,695	,184	,825
P06	97,6552	32,305	,302	,872
P07	97,2414	32,333	,342	,867
P08	97,5862	33,251	,247	,896
P09	97,3793	37,030	-,074	,800
P10	97,3793	33,172	,177	,809
P11	98,1034	36,882	-,045	,886
P12	97,8966	31,882	,308	,864
P13	97,2759	38,850	-,196	,842
P14	97,2069	34,956	,105	,841
P15	97,5517	37,970	-,137	,819
P16	97,8621	32,552	,240	,887
P17	97,5517	37,042	-,069	,896
P18	97,3793	33,958	,200	,813
P19	97,5517	42,613	-,462	,803
P20	97,4483	33,113	,199	,803
P21	97,6552	35,305	,036	,863
P22	97,0345	36,606	,000	,872
P23	97,0000	39,357	-,256	,831
P24	96,9655	31,963	,447	,848
P25	97,0345	34,177	,260	,808
P26	96,8621	36,909	-,024	,877
P27	96,9655	40,249	-,354	,847
P28	97,1379	36,623	,030	,865

### Anexo 06. Base de datos – Variable endomarketing

VARIABLE: ENDOMARKETING																															
Encuesta	Dimensión: Contratación y retención							Dimensión: Capacidad y desarrollo							Dimensión: Adecuación laboral							Dimensión: Comunicación interna							VE		
	P0 1	P0 2	P0 3	P0 4	P0 5	P0 6	DC R	P0 7	P0 8	P0 9	P1 0	P1 1	P1 2	DC D	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7	P1 8	DA L	P1 9	P2 0	P2 1	P2 2	P2 3	P2 4	P2 5		P2 6	DC I
C01	2	3	4	5	4	5	23	4	5	4	5	3	3	24	4	4	5	2	4	4	23	5	5	4	4	1	4	2	5	30	100
C02	1	2	4	4	2	1	14	3	2	2	3	1	2	13	4	3	5	3	5	4	24	4	5	2	4	2	5	4	4	30	81
C03	5	1	2	2	2	3	15	2	3	2	4	2	2	15	2	1	3	3	2	1	12	1	4	4	2	4	1	1	1	18	60
C04	4	2	5	4	4	4	23	1	4	2	2	1	1	11	1	4	3	1	1	1	11	1	2	1	2	3	2	2	3	16	61
C05	3	3	3	3	2	1	15	2	2	2	2	2	2	12	2	1	1	3	2	2	11	3	1	4	2	1	4	5	3	23	61
C06	4	4	4	5	2	4	23	5	4	4	4	2	5	24	3	5	4	5	5	2	24	3	2	3	3	2	4	4	4	25	96
C07	4	4	5	4	4	3	24	2	1	5	1	1	3	13	4	5	3	5	4	3	24	2	5	4	5	4	5	5	5	35	96
C08	5	2	5	5	2	4	23	4	1	3	3	2	5	18	4	4	3	1	2	2	16	2	3	4	3	1	2	4	4	23	80
C09	3	5	4	3	4	4	23	5	4	5	3	3	4	24	3	1	2	1	3	3	13	3	4	2	4	1	2	2	1	19	79
C10	4	1	2	4	1	1	13	1	1	3	1	3	3	12	2	3	1	1	3	3	13	1	2	4	1	2	4	3	3	20	58
C11	2	3	4	2	2	5	18	5	4	5	2	5	2	23	3	2	4	1	3	1	14	4	4	4	4	4	3	5	3	31	86
C12	1	2	4	4	5	4	20	3	4	4	5	5	3	24	4	5	5	4	3	5	26	3	1	2	4	4	2	2	1	19	89
C13	2	1	5	5	5	1	19	3	2	5	4	5	5	24	5	5	5	3	4	3	25	4	1	3	3	4	5	4	5	29	97
C14	5	3	2	2	3	5	20	3	2	1	3	2	3	14	5	3	5	5	3	4	25	2	2	3	1	2	2	4	3	19	78
C15	1	5	5	1	3	5	20	1	5	5	2	4	5	22	4	2	3	5	5	4	23	2	3	4	2	2	3	1	2	19	84
C16	2	2	2	1	3	3	13	4	4	4	5	4	2	23	4	2	1	3	2	1	13	4	5	3	5	2	2	2	1	24	73
C17	3	1	2	4	3	4	17	1	2	2	3	1	1	10	2	1	3	1	2	2	11	1	4	1	5	5	1	3	1	21	59
C18	3	1	5	4	1	5	19	2	2	3	2	2	3	14	1	1	1	3	3	2	11	4	2	2	1	2	1	2	3	17	61
C19	2	5	4	2	4	2	19	2	2	2	1	2	1	10	2	4	5	4	4	4	23	3	3	4	3	2	4	5	1	25	77
C20	1	3	4	3	4	5	20	4	3	3	5	1	2	18	1	1	3	2	1	4	12	4	2	3	5	4	4	4	5	31	81
C21	3	3	5	5	1	1	18	3	5	4	4	4	3	23	5	3	5	5	3	5	26	5	2	5	4	2	3	4	4	29	96

C22	4	5	5	5	2	3	24	2	5	4	1	3	3	18	5	4	4	4	5	3	25	4	4	4	1	5	4	4	3	29	96
C23	2	5	2	4	1	4	18	1	4	3	2	2	2	14	1	1	1	1	5	3	12	4	3	5	3	5	2	5	4	31	75
C24	2	5	4	3	3	2	19	3	5	5	4	5	4	26	5	4	3	3	2	4	21	2	5	5	4	3	3	3	5	30	96
C25	4	5	5	5	2	3	24	2	1	4	2	2	2	13	1	1	1	5	4	2	14	2	2	3	2	2	2	1	3	17	68
C26	2	1	5	2	5	3	18	3	3	4	5	5	5	25	5	4	3	2	5	4	23	3	3	4	5	2	4	5	4	30	96
C27	2	3	5	2	1	1	14	2	4	4	5	4	4	23	5	2	1	2	3	1	14	5	5	3	2	2	5	5	4	31	82
C28	2	4	5	2	3	2	18	2	3	2	1	3	3	14	3	1	2	4	1	1	12	3	4	5	4	3	4	5	3	31	75
C29	3	2	1	1	2	3	12	3	4	4	2	5	3	21	2	2	5	1	2	2	14	5	4	4	4	3	4	4	4	32	79
C30	4	2	5	2	2	4	19	2	4	1	3	3	1	14	1	2	4	3	2	2	14	5	5	4	1	3	5	5	4	32	79
C31	2	3	2	1	2	1	11	3	1	4	4	4	3	19	4	1	1	3	4	5	18	2	4	3	1	5	2	5	4	26	74
C32	2	2	5	2	4	5	20	5	4	4	3	4	3	23	1	5	3	3	4	4	20	4	4	4	5	4	4	4	5	34	97
C33	2	2	2	2	2	4	14	2	3	4	1	2	2	14	5	1	2	4	2	2	16	4	5	3	4	4	2	4	4	30	74
C34	2	4	2	1	1	2	12	2	1	2	2	4	1	12	4	3	5	4	3	4	23	4	4	5	4	3	5	2	4	31	78
C35	4	4	5	4	4	5	26	5	4	2	5	4	5	25	2	4	3	5	3	4	21	2	4	3	2	4	2	4	4	25	97
C36	1	2	4	3	2	1	13	1	5	4	1	5	2	18	4	4	3	5	5	3	24	4	3	3	3	1	2	4	3	23	78
C37	4	3	4	2	5	3	21	2	5	4	3	2	3	19	1	3	1	2	3	1	11	4	5	5	5	4	2	3	4	32	83
C38	1	1	4	2	1	5	14	2	2	3	1	4	2	14	5	3	1	3	5	1	18	2	2	2	3	2	1	2	1	15	61
C39	3	3	1	2	3	2	14	4	5	5	1	5	3	23	2	1	5	1	1	3	13	2	1	1	1	1	2	2	1	11	61
C40	2	4	4	1	5	5	21	3	2	2	2	3	1	13	1	1	5	2	2	4	15	4	1	2	2	3	4	1	2	19	68
C41	4	4	5	5	4	4	26	5	4	3	4	4	4	24	5	4	2	2	4	3	20	1	2	2	4	5	4	5	4	27	97
C42	4	5	4	1	2	3	19	4	4	3	3	4	4	22	2	2	2	4	2	3	15	2	2	5	3	2	1	1	3	19	75
C43	5	3	5	5	5	3	26	1	4	2	4	3	5	19	4	4	5	5	1	5	24	3	3	3	4	5	5	3	3	29	98
C44	3	2	4	1	1	3	14	5	5	4	4	4	2	24	4	5	4	2	2	5	22	3	3	1	3	3	2	2	2	19	79
C45	3	1	2	2	4	1	13	3	1	2	3	2	1	12	1	4	3	4	2	2	16	3	3	2	2	3	3	1	3	20	61
C46	2	1	2	2	1	3	11	4	2	1	2	1	3	13	2	3	3	2	3	2	15	2	3	2	3	2	2	3	1	18	57
C47	1	4	4	5	4	4	22	5	5	4	2	5	5	26	2	5	5	3	5	4	24	3	4	4	2	4	3	2	3	25	97
C48	5	5	4	5	4	3	26	4	4	3	2	4	3	20	5	4	5	5	2	1	22	3	3	5	2	5	2	4	4	28	96

C49	2	1	2	1	4	3	13	4	2	1	2	2	2	13	1	3	2	3	3	3	15	3	5	3	1	3	1	1	1	18	59
C50	5	2	4	1	4	3	19	4	4	4	5	1	1	19	5	5	5	5	2	3	25	1	3	1	3	1	1	2	1	13	76
C51	3	4	4	4	4	4	23	1	2	1	4	4	2	14	4	4	3	5	3	5	24	3	5	2	1	3	2	1	2	19	80
C52	3	5	4	2	4	5	23	1	5	3	4	2	4	19	1	3	4	4	1	3	16	3	2	4	2	4	2	1	1	19	77
C53	1	3	4	2	2	2	14	1	1	2	2	5	1	12	5	3	3	4	1	3	19	2	3	1	4	5	1	5	4	25	70
C54	1	4	5	3	5	4	22	4	4	5	2	4	3	22	1	4	2	3	2	3	15	1	2	3	5	2	2	1	2	18	77
C55	3	5	5	4	3	4	24	3	4	4	4	4	4	23	5	4	3	4	2	4	22	4	1	4	2	4	2	5	5	27	96
C56	3	2	2	2	3	1	13	5	5	4	4	4	3	25	3	4	5	3	5	4	24	5	4	4	4	5	5	4	3	34	96
C57	1	1	5	3	1	5	16	3	4	5	4	1	5	22	3	2	1	3	3	3	15	3	5	4	2	2	2	4	2	24	77
C58	3	2	4	3	2	5	19	3	3	2	2	4	5	19	1	1	4	5	4	1	16	5	1	2	3	4	4	4	2	25	79
C59	1	4	5	1	1	2	14	4	5	1	5	1	4	20	2	1	3	4	1	2	13	5	4	5	2	1	5	5	3	30	77
C60	1	1	2	2	2	2	10	2	5	1	1	2	4	15	3	4	1	2	1	4	15	4	2	5	5	1	2	1	1	21	61
C61	2	5	4	2	3	3	19	3	3	4	4	3	5	22	5	5	4	4	2	5	25	4	2	3	3	4	5	5	4	30	96
C62	5	4	5	2	2	4	22	1	2	1	3	3	2	12	4	1	5	5	4	5	24	2	1	5	2	3	1	2	2	18	76
C63	4	5	5	4	5	5	28	4	4	3	1	1	4	17	4	3	5	1	2	5	20	4	3	4	3	4	4	4	5	31	96
C64	2	1	1	2	1	4	11	1	2	4	2	1	3	13	1	4	2	4	1	2	14	5	1	5	2	2	3	2	1	21	59
C65	2	3	4	5	1	4	19	3	3	1	2	4	3	16	5	3	3	1	1	3	16	2	5	4	5	4	1	3	1	25	76
C66	5	5	5	4	3	2	24	1	5	2	2	3	4	17	5	5	1	1	1	3	16	4	5	2	3	5	2	2	2	25	82
C67	1	3	2	3	2	2	13	2	2	2	5	1	3	15	1	5	5	5	4	5	25	1	5	5	1	2	1	5	1	21	74
C68	4	5	5	4	2	4	24	5	3	4	2	2	1	17	1	3	3	1	4	2	14	4	5	5	3	4	4	2	4	31	86
C69	4	3	1	1	2	3	14	4	1	2	4	5	3	19	2	4	5	1	1	3	16	2	3	4	3	2	4	5	2	25	74
C70	4	1	4	1	1	2	13	1	2	3	3	5	3	17	2	3	1	3	5	2	16	1	3	4	2	3	3	4	4	24	70
C71	5	1	5	1	5	3	20	5	2	2	2	3	2	16	5	2	4	1	5	3	20	1	5	3	4	5	5	4	5	32	88
C72	4	1	4	4	1	2	16	5	2	4	1	1	2	15	2	2	1	2	1	1	9	5	4	2	4	1	2	1	1	20	60
C73	3	3	5	4	4	4	23	1	4	1	2	3	5	16	2	5	4	1	2	2	16	4	2	2	2	3	3	4	2	22	77
C74	3	4	4	2	1	3	17	5	1	5	4	4	4	23	5	4	3	2	3	1	18	5	4	4	1	3	5	3	5	30	88
C75	3	2	4	3	2	3	17	2	1	3	2	2	3	13	5	2	1	1	4	4	17	2	5	5	5	4	3	2	4	30	77

### Anexo 07. Base de datos – Variable Satisfacción laboral

VARIABLE: SATISFACCIÓN LABORAL																																
Encuesta	Dimensión: Motivación											Dimensión: Relaciones interpersonales									Dimensión: Incentivos								DI	VSL		
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	DM	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	DRI	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26			P27	P28
C01	5	3	5	4	2	3	5	3	4	4	38	4	2	1	5	3	3	4	3	2	27	4	5	4	4	3	5	5	5	4	39	104
C02	2	1	2	2	3	1	2	3	3	3	22	4	2	4	5	1	2	1	1	1	21	5	1	3	2	1	4	1	1	4	22	65
C03	5	3	3	5	2	2	5	3	2	5	35	4	2	4	4	3	5	5	2	5	34	5	3	4	4	2	4	4	5	4	35	104
C04	5	3	4	4	2	3	4	1	3	3	32	5	3	5	5	2	2	4	4	4	34	5	3	3	5	3	5	5	5	4	38	104
C05	5	1	3	5	2	4	4	3	4	1	32	4	1	2	5	3	4	5	2	1	27	5	3	2	4	3	4	4	1	2	28	87
C06	4	2	2	4	1	4	4	3	4	5	33	4	1	2	4	1	4	1	3	1	21	5	3	3	5	2	5	5	2	5	35	89
C07	5	3	4	5	3	5	5	3	5	3	41	4	2	4	4	3	1	5	3	2	28	4	3	5	4	3	4	5	3	5	36	105
C08	4	3	1	1	3	3	4	1	1	1	22	5	2	4	5	2	4	5	4	5	36	4	1	1	5	1	1	5	1	1	20	78
C09	5	2	4	4	3	5	5	2	3	5	38	4	2	4	5	2	5	4	2	1	29	5	2	4	5	4	3	4	5	5	37	104
C10	4	4	4	4	2	4	5	3	4	5	39	4	2	1	2	3	4	1	1	1	19	4	1	2	2	3	1	4	2	1	20	78
C11	4	3	4	4	2	5	4	4	4	4	38	5	3	4	4	3	2	4	2	1	28	1	3	3	1	3	1	4	2	2	20	86
C12	4	3	4	5	3	4	4	1	2	5	35	4	2	1	1	3	1	4	2	1	19	5	2	4	5	1	4	5	5	3	34	88
C13	4	4	5	4	4	2	4	3	4	4	38	1	1	2	4	1	2	4	2	4	21	4	3	2	2	2	2	1	2	2	20	79
C14	5	2	1	4	4	5	5	3	5	4	38	5	3	5	5	3	5	5	1	3	35	5	1	3	5	4	4	4	3	3	32	105
C15	4	2	4	4	4	5	5	4	3	3	38	5	4	4	4	3	4	5	3	2	34	5	3	4	5	3	3	5	2	4	34	106
C16	4	2	4	4	1	5	5	4	4	5	38	5	1	4	5	3	4	5	4	5	36	4	3	2	2	3	2	1	2	2	21	95
C17	5	3	4	4	5	5	4	3	3	3	39	5	3	4	1	1	3	1	1	1	20	5	1	3	5	4	4	5	2	5	34	93
C18	4	2	5	4	1	5	4	1	2	2	30	5	2	5	5	3	4	5	3	4	36	4	2	1	1	1	2	4	1	4	20	86
C19	5	3	2	4	3	3	5	5	5	4	39	4	3	2	1	3	1	4	1	2	21	4	1	5	5	2	1	5	2	3	28	88
C20	4	3	4	4	1	1	5	2	4	2	30	5	3	1	5	4	5	5	2	4	34	5	1	4	5	1	2	5	1	5	29	93
C21	4	1	1	4	2	3	1	2	2	1	21	5	2	2	2	1	1	4	2	1	20	4	1	3	4	2	3	1	2	4	24	65
C22	4	3	3	5	3	5	5	4	3	3	38	2	1	4	2	1	3	4	1	2	20	5	1	5	5	2	3	5	3	5	34	92

C23	4	3	3	5	3	1	5	1	3	5	33	2	3	1	2	2	3	2	1	2	18	1	1	2	2	2	1	1	3	1	14	65
C24	5	2	1	5	3	5	5	1	1	4	32	4	4	2	5	4	5	5	4	3	36	4	2	2	2	2	3	1	2	2	20	88
C25	4	2	2	4	3	4	4	1	3	3	30	1	2	4	1	3	1	4	2	3	21	4	2	2	5	3	4	4	1	4	29	80
C26	5	3	3	4	3	3	4	5	3	5	38	5	4	4	4	2	4	4	2	5	34	4	3	5	4	3	4	4	5	2	34	106
C27	4	2	4	4	4	3	5	3	4	5	38	4	3	4	4	3	4	5	3	5	35	4	4	2	4	2	4	4	5	3	32	105
C28	4	1	4	4	2	4	5	3	2	1	30	4	4	4	4	3	5	4	3	4	35	4	2	1	1	2	2	4	2	3	21	86
C29	1	3	2	2	1	4	2	5	4	3	27	4	3	2	4	1	1	1	1	1	18	4	1	3	2	2	1	2	1	4	20	65
C30	2	3	4	2	3	5	4	1	2	4	30	1	3	3	1	1	1	1	2	2	15	4	1	2	2	1	1	4	3	2	20	65
C31	2	2	3	4	1	2	2	3	4	3	26	4	1	1	4	2	1	4	1	1	19	2	1	3	2	3	1	4	3	1	20	65
C32	4	2	4	5	2	5	5	3	1	4	35	5	2	4	4	2	4	5	4	5	35	4	1	3	2	1	1	2	2	4	20	90
C33	4	3	1	4	2	2	2	2	1	1	22	4	3	1	5	1	1	1	2	2	20	4	1	3	2	2	2	2	2	2	20	62
C34	4	3	3	5	1	2	5	3	3	3	32	5	1	2	4	3	4	4	1	4	28	4	1	4	5	2	5	5	1	1	28	88
C35	5	1	4	5	2	4	4	3	1	1	30	5	1	4	1	1	1	4	1	3	21	4	3	5	5	3	4	5	2	3	34	85
C36	5	3	3	5	3	5	4	3	4	3	38	4	2	4	4	1	1	5	3	4	28	5	3	5	5	4	5	4	3	4	38	104
C37	5	2	4	5	2	1	5	3	4	1	32	5	3	3	4	1	4	4	3	3	30	4	1	4	4	3	5	5	2	1	29	91
C38	5	3	5	5	2	1	4	3	4	2	34	5	3	4	4	5	3	4	4	3	35	4	2	2	2	2	1	2	1	4	20	89
C39	4	1	3	5	1	3	1	1	1	2	22	4	1	1	4	3	1	2	2	1	19	4	3	5	1	3	4	1	2	1	24	65
C40	4	2	5	5	3	5	4	3	4	3	38	4	2	3	4	4	4	4	3	4	32	4	3	4	4	2	5	4	5	4	35	105
C41	4	2	4	2	3	3	4	1	1	2	26	4	2	3	1	2	2	2	1	1	18	4	1	2	2	2	1	2	2	4	20	64
C42	4	1	1	4	3	3	4	2	5	1	28	4	2	2	1	3	1	4	3	1	21	1	1	2	2	2	1	1	1	2	13	62
C43	5	3	2	5	1	3	5	3	3	2	32	4	1	5	5	2	5	4	5	4	35	5	4	4	4	3	5	4	3	5	37	104
C44	4	2	2	5	3	4	4	3	2	5	34	4	5	4	4	3	4	4	3	3	34	4	2	4	5	2	2	5	2	4	30	98
C45	4	2	4	2	1	2	1	3	1	2	22	1	3	1	4	2	3	4	2	1	21	5	1	5	1	1	2	1	3	3	22	65
C46	4	1	2	4	2	1	2	2	1	1	20	5	2	2	5	2	2	4	2	3	27	2	2	4	2	1	1	1	2	2	17	64
C47	5	2	2	4	2	4	5	3	4	1	32	5	2	2	4	3	2	5	3	2	28	5	2	3	1	1	1	4	3	1	21	81
C48	4	1	1	4	1	2	4	2	1	2	22	4	4	5	5	3	4	5	3	3	36	5	3	2	4	3	1	4	1	3	26	84
C49	5	2	1	5	3	5	4	3	2	1	31	5	1	5	4	3	1	5	1	3	28	4	3	5	4	1	5	4	3	5	34	93

C50	5	3	5	5	2	4	5	2	2	1	34	4	1	4	4	3	3	4	1	3	27	4	3	5	5	2	2	5	2	3	31	92
C51	4	1	2	4	2	2	1	2	1	3	22	4	2	1	5	3	5	4	2	3	29	4	3	4	5	3	4	4	3	5	35	86
C52	4	1	2	4	2	3	2	1	1	2	22	4	1	4	5	1	4	5	2	3	29	4	1	1	1	1	1	1	3	1	14	65
C53	4	1	4	5	1	2	5	2	1	5	30	4	2	4	5	3	3	4	2	2	29	5	3	5	4	2	5	5	2	3	34	93
C54	5	2	4	5	3	5	4	3	3	4	38	5	3	4	4	1	1	5	2	4	29	2	3	2	4	2	1	4	1	1	20	87
C55	5	5	3	5	1	2	4	3	5	5	38	4	3	3	5	3	3	5	4	4	34	4	3	2	5	1	4	5	3	5	32	104
C56	5	3	4	5	2	5	5	4	3	3	39	5	1	1	4	2	2	5	1	1	22	5	2	5	4	3	3	4	2	1	29	90
C57	2	3	2	2	2	2	4	1	2	1	21	4	2	5	4	3	4	4	3	5	34	4	1	4	4	3	4	4	3	2	29	84
C58	5	3	1	4	3	4	5	3	5	5	38	5	1	4	4	1	3	5	1	2	26	4	2	5	4	3	5	4	1	5	33	97
C59	5	2	1	2	1	1	1	1	3	3	20	5	2	4	4	2	5	5	2	5	34	5	1	4	5	3	3	4	1	5	31	85
C60	4	5	4	5	3	3	5	2	3	4	38	5	1	2	5	2	4	5	2	4	30	4	3	4	4	1	4	5	1	3	29	97
C61	5	2	1	5	2	4	5	3	4	1	32	4	2	2	5	2	2	5	3	5	30	4	1	4	2	3	2	1	2	1	20	82
C62	5	2	5	4	1	4	4	3	5	5	38	5	2	3	5	1	3	4	1	5	29	4	3	1	5	3	2	5	3	2	28	95
C63	4	1	2	5	1	1	2	3	2	1	22	5	2	5	2	2	1	2	2	1	22	4	1	2	5	2	3	1	1	1	20	64
C64	5	3	3	5	3	5	5	3	3	3	38	4	1	5	4	5	4	4	2	5	34	5	3	4	5	3	2	4	4	3	33	105
C65	4	3	3	4	3	5	5	5	3	3	38	5	1	2	5	2	5	5	3	2	30	5	1	2	4	2	4	4	3	1	26	94
C66	5	4	4	5	2	5	4	3	3	4	39	4	2	3	5	2	2	4	2	3	27	5	3	1	4	3	5	4	1	4	30	96
C67	5	3	5	5	1	2	4	2	4	4	35	4	3	2	5	3	1	5	2	2	27	5	3	2	5	3	4	5	2	1	30	92
C68	2	2	1	2	2	3	2	2	4	2	22	4	1	2	4	3	1	4	1	3	23	4	3	1	4	1	1	4	1	1	20	65
C69	4	2	2	2	3	1	2	1	1	2	20	4	1	4	4	3	2	4	1	4	27	1	1	4	1	2	2	1	1	3	16	63
C70	5	2	4	5	2	1	2	3	2	2	28	2	2	2	1	2	1	4	1	2	17	1	1	2	4	1	4	1	1	4	19	64
C71	5	3	3	4	1	2	4	1	4	5	32	4	3	3	5	2	2	5	1	2	27	5	1	4	4	1	1	4	1	5	26	85
C72	5	1	2	2	2	3	2	1	1	3	22	5	3	5	4	1	1	5	3	1	28	5	1	4	4	1	5	4	2	4	30	80
C73	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	21	4	2	3	5	3	5	5	3	4	34	4	3	1	4	3	1	5	3	4	28	83
C74	4	3	5	5	3	3	4	3	4	4	38	5	3	3	4	5	2	5	3	2	32	4	5	4	4	3	3	5	2	4	34	104
C75	4	3	5	5	3	4	4	5	3	3	39	4	2	4	5	1	5	5	2	3	31	4	3	4	4	2	5	5	3	5	35	105

## Anexo 08. Ficha de validación por juicio de expertos de los instrumentos de medición



Señor(a)(ta): Mg.

Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de MBA Maestría en Administración de Negocios de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte, requiero validar el Instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: **Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, año 2021** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o Investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente

Nombre del alumno : Edmundo Del Agullia Paredes  
DNI :70170462

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Investigador: Edmundo del Aguila Paredes	D.N.I. N°: 70170462
Titulo de la investigación: Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, año 2021	
Instrumento e Indicador:	
Universidad: Universidad Cesar Vallejo	
Experto: ROBERT CHAVEZ MAYTA	D.N.I. N°:04068858
Grado académico: Doctor ( ) Magister ( X )	
Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo	

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-50%	Bueno 51 - 70%	Muy Bueno 71 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Utiliza lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Expresa conducta observable				80%	
ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				80%	
ORGANIZACIÓN	Persigue una organización lógica				80%	
SUFICIENCIA	La cantidad de ítems presenta calidad y es suficiente				80%	
CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología educativa				80%	
COHERENCIA	Variables, dimensiones e indicadores están relacionados				80%	
METODOLOGIA	Persigue los objetivos a lograr en la investigación				80%	
PERTINENCIA	Es adecuado al tipo de investigación				80%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80%	

Considerar las siguientes observaciones

---



---



---

Fecha de evaluación (d-m-a): 29-10-2021


---

Firma

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO QUE MIDE .....**

N°	DIMENSIONES/ ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Calidad <sup>3</sup>				Obs.
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>Variable 1: Endomarketing</b>													
	<b>Dimensión 1: Dimensión: Contratación y retención</b>													
1	El proceso de reclutamiento de nuevos empleados es claro y se especifica lo que se espera de ellos			X				X				X		
2	Se siente conforme con el contrato ofrecido por la empresa			X				X				X		
3	Es remunerado de acuerdo con la media del sector			X				X				X		
4	Su salario le alcanza para satisfacer sus necesidades			X				X				X		
5	Usted recibe todos los beneficios acordes con las normativas laborales (CTS, ESSALUD, etc.)			X				X				X		
6	La empresa ofrece oportunidades de pagos extras			X				X				X		
	<b>Dimensión 2: Capacidad y desarrollo</b>													
7	La empresa me capacita para desarrollar mejor mi actividad			X				X				X		
8	Considera necesario recibir capacitaciones específicas para un nivel de eficacia y eficiencia mayor			X				X				X		
9	Cuenta con habilidades suficientes para desempeñarse adecuadamente en su función			X				X				X		
10	Sus destrezas le permiten alcanzar las metas propuestas por la empresa			X				X				X		
11	La empresa ofrece oportunidades para aumentar mi conocimiento de forma general			X				X				X		
12	La empresa brinda información y asesoría de los servicios brindados a los clientes			X				X				X		
	<b>Dimensión 3: Adecuación laboral</b>													
13	La empresa me posiciona en una función según mis habilidades y conocimientos			X				X				X		
14	La empresa me brinda la oportunidad de solicitar la rotación de puesto.			X				X				X		
15	Tengo la libertad para tomar decisiones referentes al desarrollo de mis funciones.			X				X				X		
16	Soy responsable de las decisiones tomadas en el funcionamiento de mis actividades			X				X				X		
17	La empresa se preocupa por cada uno de los colaboradores y sus necesidades			X				X				X		
18	La empresa le brinda todos los recursos necesarios para un desempeño óptimo			X				X				X		

Dimensión 4: Dimensión: Comunicación interna										
19	Conozco las metas y objetivos trazados por la empresa.		X			X			X	
20	El administrador o gerente de la empresa le refuerza el cumplimiento de la visión y misión empresarial		X			X			X	
21	Estoy en alineamiento con los valores de la empresa.		X			X			X	
22	Mi comportamiento dentro y fuera de la empresa refleja los valores propuestos.		X			X			X	
23	Los cambios que van a ocurrir en la empresa son comunicados previamente.		X			X			X	
24	La empresa socializa con los trabajadores las nuevas promociones de sus servicios antes de ser publicado.		X			X			X	
25	La empresa da a conocer los resultados obtenidos mensualmente.		X			X			X	
26	Tengo conocimiento de las actividades que se realizan en la empresa		X			X			X	
Variable 2: Satisfacción Laboral										
Dimensión: Motivación										
1	Mi contribución juega un papel importante con el éxito de la institución.		X			X			X	
2	La labor que desempeño es valorada por todos los agentes de la empresa		X			X			X	
3	Me desenvuelvo responsablemente.		X			X			X	
4	Siento que está realizando algo valioso.		X			X			X	
5	Mi trabajo me ofrece hacer las cosas que me gustan.		X			X			X	
6	Me siento complacido con la actividad que realizo.		X			X			X	
7	El trabajo que realizo es motivador.		X			X			X	
8	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.		X			X			X	
9	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a)		X			X			X	
10	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.		X			X			X	
Dimensión: Relaciones interpersonales										
11	La relación con los compañeros de trabajo es buena.		X			X			X	
12	El ambiente creado por los compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.		X			X			X	
13	Me agrada trabajar con los compañeros.		X			X			X	
14	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.		X			X			X	
15	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.		X			X			X	
16	Existe buena comunicación con los compañeros de trabajo.		X			X			X	
17	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta		X			X			X	



18	La relación que tengo con los superiores es cordial			X				X				X		
19	No me siento a gusto con mis jefes superiores			X				X				X		
<b>Dimensión: Incentivos</b>														
20	Recibo buen trato en mi trabajo			X				X						
21	En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada			X				X						
22	Los beneficios que me ofrecen en el trabajo son los adecuados			X				X						
23	Existe un ambiente organizado en mi trabajo.			X				X						
24	Tengo la libertad de elegir mi método de trabajo.			X				X						
25	Existen programas de capacitación de parte de la empresa			X				X						
26	Recibo apoyo de parte de la empresa para realizar mi trabajo			X				X						
27	Reconocen mi labor realizada en actos públicos			X				X						
28	Estoy conforme con el salario que recibo			X				X						

MD: Muy en Desacuerdo    D: en Desacuerdo    A: de Acuerdo    MA: Muy de Acuerdo

Observaciones: Es suficiente para su aplicación

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Nombres Apellidos y del juez validador: - ROBERT CHAVEZ MAYTA----- DNI: 04068858...    Especialidad del validador:

**MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS**

**Pertinencia<sup>1</sup>:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

**Relevancia<sup>2</sup>:** El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica de la variable

**Calidad<sup>3</sup>:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems empleados son suficientes para medir la dimensión.

Lima , 28 de octubre del 2021

Firma del experto informante



Señor(a)(ta): Mg.

Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de MBA Maestría en Administración de Negocios de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte, requiero validar el Instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de Investigación.

El título nombre del proyecto de Investigación es: **Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, año 2021** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los Instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o Investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente

Nombre del alumno : Edmundo Del Agulla Paredes  
DNI : 70170462

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Investigador: Edmundo del Aguila Paredes	D.N.I. N°: 70170462
Título de la investigación: Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, año 2021	
Instrumento e Indicador:	
Universidad: Universidad Cesar Vallejo	
Experto: LUCY VALERY CLAROS CAMPOS	D.N.I. N°:41019479
Grado académico: Doctor ( ) Magister ( X )	
Institución donde labora: Universidad Privada del Norte	

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-50%	Bueno 51 - 70%	Muy Bueno 71 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Utiliza lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Expresa conducta observable				80%	
ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				80%	
ORGANIZACIÓN	Persigue una organización lógica				80%	
SUFICIENCIA	La cantidad de ítems presenta calidad y es suficiente				80%	
CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología educativa				80%	
COHERENCIA	Variables, dimensiones e indicadores están relacionados					90%
METODOLOGÍA	Persigue los objetivos a lograr en la investigación					90%
PERTINENCIA	Es adecuado al tipo de investigación					90%
PROMEDIO DE VALIDACION						90%

Considerar las siguientes observaciones

---



---

Fecha de evaluación (d-m-a):29-10-2021




---

 Firma



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO QUE MIDE .....**

N°	DIMENSIONES/ items	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Calidad <sup>3</sup>				Obs.
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>Variable 1: Endomarketing</b>													
	<b>Dimensión 1: Dimensión: Contratación y retención</b>													
1	El proceso de reclutamiento de nuevos empleados es claro y se especifica lo que se espera de ellos			X				X				X		
2	Se siente conforme con el contrato ofrecido por la empresa			X				X				X		
3	Es remunerado de acuerdo con la media del sector			X				X				X		
4	Su salario le alcanza para satisfacer sus necesidades			X				X				X		
5	Usted recibe todos los beneficios acordes con las normativas laborales (CTS, ESSALUD, etc.)			X				X				X		
6	La empresa ofrece oportunidades de pagos extras			X				X				X		
	<b>Dimensión 2: Capacidad y desarrollo</b>													
7	La empresa me capacita para desarrollar mejor mi actividad			X				X				X		
8	Considera necesario recibir capacitaciones específicas para un nivel de eficacia y eficiencia mayor			X				X				X		
9	Cuenta con habilidades suficientes para desempeñarse adecuadamente en su función			X				X				X		
10	Sus destrezas le permiten alcanzar las metas propuestas por la empresa			X				X				X		
11	La empresa ofrece oportunidades para aumentar mi conocimiento de forma general			X				X				X		
12	La empresa brinda información y asesoría de los servicios brindados a los clientes			X				X				X		
	<b>Dimensión 3: Adecuación laboral</b>													
13	La empresa me posiciona en una función según mis habilidades y conocimientos			X				X				X		
14	La empresa me brinda la oportunidad de solicitar la rotación de puesto.			X				X				X		
15	Tengo la libertad para tomar decisiones referentes al desarrollo de mis funciones.			X				X				X		
16	Soy responsable de las decisiones tomadas en el funcionamiento de mis actividades			X				X				X		
17	La empresa se preocupa por cada uno de los colaboradores y sus necesidades			X				X				X		
18	La empresa le brinda todos los recursos necesarios para un desempeño óptimo			X				X				X		

Dimensión 4: Dimensión: Comunicación interna									
19	Conozco las metas y objetivos trazados por la empresa.			X			X		X
20	El administrador o gerente de la empresa le refuerza el cumplimiento de la visión y misión empresarial			X			X		X
21	Estoy en alineamiento con los valores de la empresa.			X			X		X
22	Mi comportamiento dentro y fuera de la empresa refleja los valores propuestos.			X			X		X
23	Los cambios que van a ocurrir en la empresa son comunicados previamente.			X			X		X
24	La empresa socializa con los trabajadores las nuevas promociones de sus servicios antes de ser publicado.			X			X		X
25	La empresa da a conocer los resultados obtenidos mensualmente.			X			X		X
26	Tengo conocimiento de las actividades que se realizan en la empresa			X			X		X
Variable 2: Satisfacción Laboral									
Dimensión: Motivación									
1	Mi contribución juega un papel importante con el éxito de la institución.			X			X		X
2	La labor que desempeño es valorada por todos los agentes de la empresa			X			X		X
3	Me desenvuelvo responsablemente.			X			X		X
4	Siento que está realizando algo valioso.			X			X		X
5	Mi trabajo me ofrece hacer las cosas que me gustan.			X			X		X
6	Me siento complacido con la actividad que realizo.			X			X		X
7	El trabajo que realizo es motivador.			X			X		X
8	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.			X			X		X
9	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a)			X			X		X
10	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.			X			X		X
Dimensión: Relaciones interpersonales									
11	La relación con los compañeros de trabajo es buena.			X			X		X
12	El ambiente creado por los compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.			X			X		X
13	Me agrada trabajar con los compañeros.			X			X		X
14	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.			X			X		X
15	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.			X			X		X
16	Existe buena comunicación con los compañeros de trabajo.			X			X		X
17	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta			X			X		X



18	La relación que tengo con los superiores es cordial			X			X				X	
19	No me siento a gusto con mis jefes superiores			X			X				X	
<b>Dimensión: Incentivos</b>												
20	Recibo buen trato en mi trabajo			X			X				X	
21	En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada			X			X				X	
22	Los beneficios que me ofrecen en el trabajo son los adecuados			X			X				X	
23	Existe un ambiente organizado en mi trabajo.			X			X				X	
24	Tengo la libertad de elegir mi método de trabajo.			X			X				X	
25	Existen programas de capacitación de parte de la empresa			X			X				X	
26	Recibo apoyo de parte de la empresa para realizar mi trabajo			X			X				X	
27	Reconocen mi labor realizada en actos públicos			X			X				X	
28	Estoy conforme con el salario que recibo			X			X				X	

MD: Muy en Desacuerdo    D: en Desacuerdo    A: de Acuerdo    MA: Muy de Acuerdo

Observaciones: Es suficiente para su aplicación

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Nombres Apellidos y del juez validador: - LUCY VALERY CLAROS CAMPOS DNI: 41019479 Especialidad del validador: MAESTRIA

EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIO

**Pertinencia<sup>1</sup>:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

**Relevancia<sup>2</sup>:** El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica de la variable

**Calidad<sup>3</sup>:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems empleados son suficientes para medir la dimensión.

Lima, 28 de octubre del 2021

Firma del experto informante



Señor(a)(ta): Mg.

Asunto: Validación de Instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de MBA Maestría en Administración de Negocios de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima Norte, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de Investigación.

El título nombre del proyecto de Investigación es: **Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, año 2021** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o Investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente

Nombre del alumno : Edmundo Del Agulla Paredes  
DNI : 70170462



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Investigador: Edmundo del Aguila Paredes	D.N.I. N°: 70170462
Titulo de la investigación: Endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Sodexo Perú SAC, sede unidad minera Argentun, año 2021	
Instrumento e Indicador:	
Universidad: Universidad Cesar Vallejo	
Experto: VIOLETA CLAROS AGUILAR DE LARREA	D.N.I. N°:17894472
Grado académico: Doctor ( X ) Magister ( )	
Institución donde labora: Universidad Nacional de Trujillo	

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-50%	Bueno 51 - 70%	Muy Bueno 71 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Utiliza lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Expresa conducta observable				80%	
ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				80%	
ORGANIZACIÓN	Persigue una organización lógica				80%	
SUFICIENCIA	La cantidad de ítems presenta calidad y es suficiente				80%	
CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología educativa				80%	
COHERENCIA	Variables, dimensiones e indicadores están relacionados					90%
METODOLOGIA	Persigue los objetivos a lograr en la investigación					90%
PERTINENCIA	Es adecuado al tipo de investigación					90%
PROMEDIO DE VALIDACION						90%

Considerar las siguientes observaciones

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Fecha de evaluación (d-m-a):29-10-2021

  
 Lic. Violeta Claros Aguilar De Larrea  
GLAD 06681  
Cod. 4078  
Firma

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO QUE MIDE .....**

N°	DIMENSIONES/ ítems	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Calidad <sup>3</sup>				Obs.
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>Variable 1: Endomarketing</b>													
	<b>Dimensión 1: Dimensión: Contratación y retención</b>													
1	El proceso de reclutamiento de nuevos empleados es claro y se especifica lo que se espera de ellos			X				X				X		
2	Se siente conforme con el contrato ofrecido por la empresa			X				X				X		
3	Es remunerado de acuerdo con la media del sector			X				X				X		
4	Su salario le alcanza para satisfacer sus necesidades			X				X				X		
5	Usted recibe todos los beneficios acordes con las normativas laborales (CTS, ESSALUD, etc.)			X				X				X		
6	La empresa ofrece oportunidades de pagos extras			X				X				X		
	<b>Dimensión 2: Capacidad y desarrollo</b>													
7	La empresa me capacita para desarrollar mejor mi actividad			X				X				X		
8	Considera necesario recibir capacitaciones específicas para un nivel de eficacia y eficiencia mayor			X				X				X		
9	Cuenta con habilidades suficientes para desempeñarse adecuadamente en su función			X				X				X		
10	Sus destrezas le permiten alcanzar las metas propuestas por la empresa			X				X				X		
11	La empresa ofrece oportunidades para aumentar mi conocimiento de forma general			X				X				X		
12	La empresa brinda información y asesoría de los servicios brindados a los clientes			X				X				X		
	<b>Dimensión 3: Adecuación laboral</b>													
13	La empresa me posiciona en una función según mis habilidades y conocimientos			X				X				X		
14	La empresa me brinda la oportunidad de solicitar la rotación de puesto.			X				X				X		
15	Tengo la libertad para tomar decisiones referentes al desarrollo de mis funciones.			X				X				X		
16	Soy responsable de las decisiones tomadas en el funcionamiento de mis actividades			X				X				X		
17	La empresa se preocupa por cada uno de los colaboradores y sus necesidades			X				X				X		
18	La empresa le brinda todos los recursos necesarios para un desempeño óptimo			X				X				X		

Dimensión 4: Dimensión: Comunicación interna									
19	Conozco las metas y objetivos trazados por la empresa.		X			X			X
20	El administrador o gerente de la empresa le refuerza el cumplimiento de la visión y misión empresarial		X			X			X
21	Estoy en alineamiento con los valores de la empresa.		X			X			X
22	Mi comportamiento dentro y fuera de la empresa refleja los valores propuestos.		X			X			X
23	Los cambios que van a ocurrir en la empresa son comunicados previamente.		X			X			X
24	La empresa socializa con los trabajadores las nuevas promociones de sus servicios antes de ser publicado.		X			X			X
25	La empresa da a conocer los resultados obtenidos mensualmente.		X			X			X
26	Tengo conocimiento de las actividades que se realizan en la empresa		X			X			X
Variable 2: Satisfacción Laboral									
Dimensión: Motivación									
1	Mi contribución juega un papel importante con el éxito de la institución.		X			X			X
2	La labor que desempeño es valorada por todos los agentes de la empresa		X			X			X
3	Me desenvuelvo responsablemente.		X			X			X
4	Siento que está realizando algo valioso.		X			X			X
5	Mi trabajo me ofrece hacer las cosas que me gustan.		X			X			X
6	Me siento complacido con la actividad que realizo.		X			X			X
7	El trabajo que realizo es motivador.		X			X			X
8	Disfruto de cada labor que realizo en mi trabajo.		X			X			X
9	Haciendo mi trabajo me siento bien conmigo mismo (a)		X			X			X
10	Mi trabajo permite desarrollarme personalmente.		X			X			X
Dimensión: Relaciones interpersonales									
11	La relación con los compañeros de trabajo es buena.		X			X			X
12	El ambiente creado por los compañeros es el ideal para desempeñar mis funciones.		X			X			X
13	Me agrada trabajar con los compañeros.		X			X			X
14	Prefiero tomar distancia con las personas con las que trabajo.		X			X			X
15	La solidaridad es una virtud característica en nuestro grupo de trabajo.		X			X			X
16	Existe buena comunicación con los compañeros de trabajo.		X			X			X
17	Es grata la disposición de mi jefe cuando les pido alguna consulta		X			X			X



18	La relación que tengo con los superiores es cordial			X				X				X	
19	No me siento a gusto con mis jefes superiores			X				X				X	
<b>Dimensión: Incentivos</b>													
20	Recibo buen trato en mi trabajo			X				X				X	
21	En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada			X				X				X	
22	Los beneficios que me ofrecen en el trabajo son los adecuados			X				X				X	
23	Existe un ambiente organizado en mi trabajo.			X				X				X	
24	Tengo la libertad de elegir mi método de trabajo.			X				X				X	
25	Existen programas de capacitación de parte de la empresa			X				X				X	
26	Recibo apoyo de parte de la empresa para realizar mi trabajo			X				X				X	
27	Reconocen mi labor realizada en actos públicos			X				X				X	
28	Estoy conforme con el salario que recibo			X				X				X	

MD: Muy en Desacuerdo    D: en Desacuerdo    A: de Acuerdo    MA: Muy de Acuerdo

Observaciones: Es suficiente para su aplicación

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Nombres Apellidos y del juez validador: - VIOLETA CLAROS AGUILAR DE LARREA DNI: 17894472 Especialidad del validador:

**DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN**

**Pertinencia<sup>1</sup>:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

**Relevancia<sup>2</sup>:** El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica de la variable

**Calidad<sup>3</sup>:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems empleados son suficientes para medir la dimensión.

Lima, 28 de octubre del 2021

  
 Lic. Violeta Claros Aguilar De Larrea  
 GLAD 06681  
 Cod. 4078

Firma del experto informante