

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

Facultad de Ciencias Empresariales

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



**El endomarketing y su relación con la satisfacción laboral de los trabajadores
de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023**

TESIS

Presentada por:

Bach. Karla Alejandra Sotelo Coronado

Asesor:

Dr. Gerardo Renato Arias Vascones

Para optar el título profesional de:

Ingeniero Comercial

TACNA-PERÚ

2023

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo **Karla Alejandra Sotelo Coronado**, en calidad de: Egresado de la Escuela Profesional de **Ingeniería Comercial** de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, identificado con DNI **44485651** Soy autor de la tesis titulada: ***El endomarketing y su relación con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.*** , teniendo como asesor al ***Dr. Gerardo Renato Arias Vascones***

DECLARO BAJO JURAMENTO:

- Ser el único autor del texto entregado para obtener el **Título profesional de Ingeniero Comercial**, y que tal texto no ha sido plagiado, ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual, como tal no atento contra derecho de terceros.
- Declaro, que la tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor (a) de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente, asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o trabajo de investigación.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Tacna, 04 de abril del 2024



Bach. Karla Alejandra Sotelo
Coronado
DNI: 44485651

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis a todas las personas que han sido parte fundamental de mi trayectoria académica y personal.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que contribuyeron de manera significativa al desarrollo de esta tesis. A mis padres, amigos, docentes y colegas. Muchas gracias.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
LISTA DE TABLAS	xi
LISTA DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Descripción de la realidad problemática	2
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general	4
1.2.2. Problemas específicos	4
1.3. Objetivos de la investigación	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Justificación, importancia y alcances de la investigación	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes relacionados con la investigación	7
2.1.1. Antecedentes internacionales	7
2.1.2. Antecedentes nacionales	8
2.1.3. Antecedentes locales	9
2.2. Bases teórico – científicos	11
2.2.1. Endomarketing	11
2.2.2. Satisfacción laboral	15

2.3.	Definición de términos básicos	20
2.4.	Hipótesis	21
2.4.1.	Hipótesis general	21
2.4.2.	Hipótesis específica	21
2.5.	Operacionalización de variables	22
2.5.1.	Identificación de variable endomarketing	22
2.5.2.	Identificación de variable Satisfacción laboral	22
2.5.3.	Escala de medición de variables	23
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		25
3.1.	Tipo de investigación	25
3.2.	Nivel de investigación	25
3.3.	Diseño de investigación	25
3.4.	Población y muestra del estudio	25
3.4.1.	Población	25
3.4.2.	Muestra	26
3.5.	Técnicas e instrumentos de investigación	26
3.5.1.	Técnicas	26
3.5.2.	Instrumentos	27
3.6.	Ámbito de la investigación	27
3.7.	Procesamiento y análisis de información	27
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		28
4.1.	Tratamiento estadístico e interpretación de datos	28
4.2.	Presentación de resultados	28
4.2.1.	Prueba de confiabilidad	28
4.2.2.	Resultados demográficos	30
4.2.3.	Resultados variable endomarketing	33
4.2.4.	Resultados variable satisfacción laboral	39
4.3.	Contraste de hipótesis	45

4.3.1. Prueba de normalidad	45
4.3.2. Comprobación de hipótesis general	45
4.3.3. Comprobación de primera hipótesis específica	47
4.3.4. Comprobación de segunda hipótesis específica	49
4.3.5. Comprobación de tercera hipótesis específica	51
4.4. Discusión de resultados	53
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
CAPÍTULO V. ANEXOS	65
Anexo 01. Matriz de consistencia	65
Anexo 02. Cuestionario	66
Anexo 03. Base de datos	69

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	24
Tabla 2 Medidas de consistencia e interpretación de coeficientes.....	28
Tabla 3 Resultados del Alfa de Cronbach.....	29
Tabla 4 Resultados por grupo etario	30
Tabla 5 Resultados por género.....	31
Tabla 6 Resultados de la dimensión comunicación laboral	33
Tabla 7 Resultados de la dimensión integración laboral.....	34
Tabla 8 Resultados de la dimensión recompensa laboral.....	36
Tabla 9 Nivel de endomarketing	37
Tabla 10 Resultados de dimensión clima laboral.....	39
Tabla 11 Resultados de dimensión compromiso laboral.....	40
Tabla 12 Resultados de dimensión motivación laboral.....	42
Tabla 13 Nivel de satisfacción laboral	43
Tabla 14 Prueba de normalidad.....	45
Tabla 15 Correlación de variable endomarketing y satisfacción laboral	46
Tabla 16 Correlación de la dimensión comunicación laboral y satisfacción laboral .	48
Tabla 17 Correlación de la dimensión integración laboral y satisfacción laboral	50
Tabla 18 Correlación de la dimensión recompensa laboral y satisfacción laboral	52

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Modelo explicativo de Herzberg	18
Figura 2 Resultados por edad.....	30
Figura 3 Resultados por genero	32
Figura 4 Resultados de la dimensión comunicación laboral.....	33
Figura 5 Resultados de la dimensión integración laboral	35
Figura 6 Resultados de la dimensión recompensa laboral	36
Figura 7 Nivel de endomarketing.....	38
Figura 8 Resultados de dimensión clima laboral	39
Figura 9 Resultados de dimensión compromiso laboral	41
Figura 10 Resultados de dimensión motivación laboral	42
Figura 11 Nivel de satisfacción laboral.....	44

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023. Metodológicamente, se definió de enfoque cuantitativo de naturaleza básica, de nivel relacional y diseño no experimental - transversal. Considero una población de 109 trabajadores de la empresa Genovesa Agroindustrias, sin embargo, a través de un muestreo aleatorio simple se determinó una muestra de 86 trabajadores. Se aplicó la técnica de encuesta e instrumento cuestionario. Finalmente, se puede concluir que existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023. Se observó una correlación positiva muy alta de 0,997, lo que indica que a medida que aumenta el endomarketing, también aumenta la satisfacción laboral. Estos hallazgos respaldan la importancia de implementar estrategias efectivas de endomarketing en la empresa para mejorar la satisfacción de los empleados y, potencialmente, su compromiso y desempeño laboral.

Palabras clave: endomarketing, satisfacción laboral, comunicación, integración y recompensa.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between endomarketing and job satisfaction of the workers of Genovesa Agroindustrias S.A. to the year 2023. Methodologically, it was defined as a quantitative approach of a basic nature, relational level and non-experimental - cross-sectional design. I consider a population of 109 workers from the company Genovesa Agroindustrias, however, through a simple random sampling a sample of 86 workers was determined. The survey technique and questionnaire instrument were applied. Finally, it can be concluded that there is a significant relationship between endomarketing and the job satisfaction of Genovesa Agroindustrias S.A. workers. to the year 2023. A very high positive correlation of 0.997 was observed, which indicates that as endomarketing increases, job satisfaction also increases. These findings support the importance of implementing effective endomarketing strategies in the company to improve employee satisfaction and, potentially, their commitment and job performance.

Keywords: endomarketing, job satisfaction, communication, integration and reward.

INTRODUCCIÓN

La tesis *“El endomarketing y su relación con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023”*, se desarrolló bajo los parámetros del método científico, asimismo, se cumplió con los criterios y normativas presentadas por la Universidad Privada de Tacna para el desarrollo de una investigación a nivel pregrado.

La investigación se origina porque se presentaron síntomas de insatisfacción laboral en los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A., lo cual se vio reflejado en una continua disminución de su rendimiento, poco compromiso y un alto índice de rotación de personal. Para desplegar el problema, la tesis se compuso en cuatro capítulos.

En el primer capítulo se describe y contextualiza el problema de investigación, el cual se asocia directamente con las variables estudiadas. A raíz de este problema se plantean problemas, objetivo e hipótesis. El capítulo concluye con la justificación, importancia y alcance de la investigación, descrita desde un panorama teórico, metódico y práctico.

En el segundo capítulo se presentaron los principales antecedentes de investigación, considerando los principales repositorios de publicaciones científicas como Scielo, Redalyc, ScienceDirect, entre otros. Asimismo, se expusieron las principales bases teóricas que enmarcan a las variables de estudio.

En el capítulo tres se detalla el tipo, nivel y diseño de investigación, determinado de acuerdo al alcance y objetivo de la investigación, también se establece la población, muestra y técnicas de recolección de datos.

Dentro del capítulo cuatro se presentan los principales resultados de la investigación, presentados bajo un desglose demográfico y por variable. Asimismo, se presentan la comprobación de hipótesis y discusión de resultados.

Finalmente, se redactan las conclusiones y recomendaciones de investigación.

CAPÍTULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En la última década, las empresas han experimentado diversos cambios con el fin de sobrellevar las consecuencias del mundo globalizado actual, el cual obliga a mejorar el nivel de competitividad. Este contexto ha impulsado la importancia del talento humano como eje clave en la productividad. Asimismo, expertos como Morais y Soares (2016) sostienen que para mejorar la competitividad empresarial es indispensable perfeccionar los sistemas de comunicación, a fin de motivar una convivencia armoniosa entre clientes internos y externos.

La gestión del talento humano tiene sus cimientos en los recursos. Al considerar el talento humano como un recurso importante en la organización, se crean ventajas competitivas sostenibles, mediante el fortalecimiento de las competencias estratégicas de los trabajadores, que aportan al logro de los objetivos.

Por otro lado, Martínez C. (2013) sostiene que el endomarketing engloba todas las acciones que nos llevan a conseguir la satisfacción de los trabajadores, lograr un sentido de pertenencia e identidad con la empresa, que se refleja en la calidad del servicio. Asimismo, Vélchez et al. (2020) indican que el endomarketing tiene una estrecha relación con la satisfacción laboral, la cual se ve impactada positivamente por la motivación intrínseca.

En este contexto, la Genovesa Agroindustrias S.A. es una empresa presente en el mercado de alimentos durante más de 40 años, especializada en la producción de carnes y fiambres, aceite de oliva virgen extra, encurtidos, entre otros productos. Además, maneja la distribución de marcas líderes en el sector de consumo masivo en un nivel horizontal.

Explícitamente, la empresa la Genovesa Agroindustrial S.A. presenta síntomas de insatisfacción laboral en sus trabajadores, lo cual se ve reflejado en una continua disminución de su rendimiento, poco compromiso y un alto índice de rotación de personal. Una posible causa de insatisfacción laboral en la empresa puede producirse por una deficiente implementación de estrategias de endomarketing, lo cual produce una falta de motivación y compromiso, asimismo, puede existir una disconformidad entre las expectativas del trabajador y lo que la empresa le ofrece en términos de oportunidades de crecimiento profesional, salarial y reconocimiento.

La empresa Genovesa Agroindustrias S.A. ha enfrentado una realidad desafiante en el contexto post pandemia. Las medidas de protección implementadas durante el coronavirus, así como el temor y la incertidumbre, dificultaron la integración del personal y generaron un ambiente laboral neutro, con poca retroalimentación y enfoque individual en las tareas asignadas. Esta dinámica se ha mantenido incluso después de la pandemia, ya que los trabajadores se han adaptado a este modo de trabajo. Como resultado, ha surgido la necesidad de revitalizar el endomarketing en la empresa, implementando estrategias que fomenten la comunicación, el sentido de pertenencia y la motivación intrínseca de los empleados. Esta transformación permitirá crear un ambiente laboral más colaborativo, mejorando la satisfacción laboral y fortaleciendo el compromiso y rendimiento de los trabajadores, en beneficio de la empresa en términos de productividad y competitividad en el mercado.

En este contexto, si no se aborda correctamente la insatisfacción de los trabajadores, es probable que los índices de rotación de personal y rendimiento sostengan una tendencia negativa, lo que puede impactar negativamente en la rentabilidad y reputación de la empresa.

Es así que la implementación de estrategias de endomarketing puede mejorar de forma positiva la satisfacción laboral de los trabajadores de Genovesa

Agroindustrias S.A. y, en consecuencia, incrementar su rendimiento y compromiso. Por lo tanto, es importante analizar la efectividad del endomarketing en la empresa y proponer posibles mejoras. Además, se pueden considerar otras estrategias, como la mejora de los beneficios y oportunidades de crecimiento para los trabajadores, y la promoción de una cultura laboral positiva y motivadora.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- PE1. ¿Qué relación existe entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?
- PE2. ¿Qué relación existe entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?
- PE3. ¿Qué relación existe entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- OE1. Determinar la relación entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.
- OE2. Establecer la relación entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.
- OE3. Determinar la relación entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

1.4. Justificación, importancia y alcances de la investigación

Justificación teórica

El endomarketing es una rama de la gestión del talento humano que tiene el objetivo de motivar, formar y retener a los colaboradores de una empresa a través de un ambiente laboral positivo que permita mejorar la calidad de servicio. Si bien existen investigación que han demostrado la relación entre las variables endomarketing y satisfacción laboral, se debe investigo de forma explícita la relación que existe en la empresa Genovesa Agroindustrias, ello permitió comprender de manera profunda como el endomarketing influye en la satisfacción laboral y como se puede aplicar esta estrategia de forma más efectiva en la empresa. Asimismo, la investigación se basa en corrientes y lineamientos teóricos que brinda solidez a la investigación.

Justificación metodológica

Desde un marco metodológico, la investigación se inclina hacia un modelo cuantitativo, por ello, utilizó cuestionarios para evaluar a los

colaboradores de la empresa Genovesa Agroindustrias, paralelamente, se utilizaron métodos estadísticos para analizar los datos, como la prueba de normalidad, el análisis de correlación bivariado. Estos métodos permitirán generar resultados altamente confiables sobre la relación entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa investigada.

Justificación práctica

La empresa Genovesa Agroindustrias S.A. es una empresa líder en su rubro en el sur del Perú, en gran parte su crecimiento y éxito son resultado de su calidad de servicio. Por tal razón, es sumamente importante investigar como el endomarketing se relaciona con la satisfacción laboral de sus colaboradores, dado que este aspecto podría permitir mejorar la calidad de servicio que se brinda a los clientes. Asimismo, los resultados de la investigación pueden ser utilizados por la empresa para incorporar estrategias de endomarketing más efectivas, lo cual puede impactar en la productividad y rentabilidad de la empresa.

Alcances

La investigación se centra en el ámbito organizacional y se relaciona con el endomarketing de Genovesa Agroindustrias S.A., con el objetivo de mejorar la satisfacción laboral de los colaboradores de la compañía.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Mendoza et al. (2021) presento un artículo científico titulado **“Análisis del compromiso y satisfacción del cliente interno de la UCB Tarija mediante el modelo de ecuaciones estructurales”**, investigación desarrollada en Sucre – Bolivia. Metodológicamente, el estudio se inclinó hacia un nivel exploratorio, aplico como instrumento entrevistas informales a 15 expertos y/o personas con poder de decisión en la empresa, asimismo, estadísticamente se aplicaron modelos de ecuaciones estructurales. Se concluyo que existe un nivel de motivación y satisfacción moderado, aspecto que afecta principalmente el compromiso laboral y sentido de permanencia en los trabajadores.

Payares et al. (2020) presento un artículo científico titulado **“Mercadeo interno (endomarketing) en las pequeñas y medianas empresas del sector salud de Barranquilla”**, desarrollado en Colombia. Desde un ámbito metodológico, es estudio se definió de enfoque deductivo, diseño no experimental inclinado a un paradigma cuantitativo, se consideró una muestra de 16 personas del área de atención al cliente, donde se aplicó una encuesta. La información fue procesas por medio de análisis factorial. Se concluyó que las estrategias de marketing interno influyen en la estabilidad laboral y comunicación, asimismo, inciden en la motivación y satisfacción de los empleados.

Betancur S. (2019) presento un artículo científico titulado **“Endomarketing y aprendizaje organizacional: una herramienta para la**

gestión”, desarrollado en Colombia. Desde un ámbito metodológico, el artículo se orienta a un método cualitativo de tipo descriptivo, se trabajó el artículo con información secundaria referida de la base de datos de la UNC, libros y material de investigación asociado al tema. La muestra de estudio fueron artículos y libros asociados al endomarketing endosados en la base de datos de la Universidad de Colombia, por ello, se aplica la técnica de revisión documental e instrumento ficha de recolección de datos. Se concluyo que en la actualidad es importante que los gerentes conozcan y se preparen en temas de gestión del talento humano, estrategias de articulación y endomarketing.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Salas J. (2021) presento un artículo científico titulado **“Endomarketing: Una herramienta para la gestión efectiva del capital humano”** en la ciudad de Lima – Perú. Metodológicamente, el artículo realizó una revisión teórica, para ello una exhaustiva búsqueda bibliográfica de papers, artículos, información y demás documentos asociados al tema de investigación. Estadísticamente, se aplicó un árbol de clasificación. Los resultados dieron a conocer que el marketing se ha transformado y ha relegado el enfoque comercial a un campo social, pues la finalidad del marketing es cambiar la vida de todos los integrantes de la sociedad, una de las principales estrategias para aportar a este objetivo es el endomarketing.

Noriega S. (2021) presento una investigación titulada **“Endomarketing y la satisfacción laboral en los colaboradores de la cooperativa San Lorenzo de Trujillo”**, desarrollado en Lima – Perú. Metodológicamente, la investigación fue de tipo aplicada de alcance correlacional, se consideró una muestra de 99 colaboradores, se aplicó como técnica la encuesta e instrumento

cuestionario, estadísticamente para conocer la correlación entre variables se aplica la prueba Rho de Spearman. Se concluyó que un 23,23% de colaboradores indica un nivel malo asociado al endomarketing, asimismo, un 57,58% refirió un nivel regular. Finalmente, con una sig. de (0,000) se determinó una relación positiva entre el endomarketing y satisfacción laboral.

Araoz y Ramos (2020) presentaron un artículo científico titulado **“Satisfacción laboral y compromiso organizacional en docentes de la Amazonía peruana”**, desarrollado en Madre de Dios – Perú. Metodológicamente, el artículo se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, relacional y no experimental, considero una muestra de 185 docentes y se aplicó un cuestionario. Estadísticamente, se aplicó la prueba estadística Rho de Spearman. Las conclusiones finales dieron a conocer que, si el nivel de satisfacción de los docentes es positivo, su nivel de compromiso sostiene una tendencia creciente hacia la institución.

2.1.3. Antecedentes locales

Mamani D. (2022) realizó una investigación titulada **“Síndrome de Burnout y satisfacción laboral según el aspecto generacional del personal del INEI, Tacna 2020”**. La investigación se definió de tipo básica, nivel correlacional. Se consideró una población de 46 colaboradores, donde se aplicó la técnica de encuesta. Por medio de la aplicación de estadístico Rho de Spearman se conoció con una significancia de (0,000) que el síndrome de burnout se relaciona de manera significativa con la satisfacción laboral, entre los principales factores intervinientes se identificó el cansancio y despersonalización.

Corrales R. (2020) realizó una investigación titulada **“Influencia de la satisfacción laboral en la productividad de los efectivos policiales de la comisaría central Tacna, 2018”**. La investigación se definió de tipo aplicada, de diseño descriptivo – prospectivo, se consideró una población de 84 policías, al cual se aplicó como instrumento un cuestionario. Se concluyó por medio de la prueba estadística Rho de Spearman que la satisfacción laboral influye en de manera significativa en la productividad de los policías, se identificó una significancia inferior a (0,05).

Reynoso P. (2019) presento una investigación titulada **“Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en los Docentes de la Carrera Profesional de Derecho de la Universidad José Carlos Mariátegui de Moquegua, 2018”**, con el fin de optar por el grado de Magister en docencia universitaria. Metodológicamente, la investigación se inclinó a un modelo correlacional de diseño no experimental y se empleó una encuesta a una muestra compuesta por 35 docentes. Con un coeficiente de correlación de (0,347) por medio de la estadística Rho de Spearman se conoció que el clima organizacional y satisfacción en la unidad de estudio es fuerte y positiva.

2.2. Bases teórico – científicos

2.2.1. Endomarketing

2.2.1.1. Definición según autores

El endomarketing, denominado también marketing interno, se posiciona como una estrategia orientada a mejorar la comunicación, motivación y compromiso de los trabajadores en una empresa. Entre las principales definiciones se resaltan las siguientes:

Para Qaisar y Muhamad (2021) el marketing interno se utiliza para fomentar el rendimiento sobresaliente de los empleados. No obstante, su significado se ha visto oscurecido por la confusión derivada de las diferentes definiciones y los problemas correspondientes para ponerlo en práctica.

De acuerdo con Villareal et al. (2019), sostiene que es un conjunto de estrategias que tiene la finalidad de mejorar la satisfacción de los trabajadores de una empresa, buscando incrementar la motivación y fidelidad para mejorar la calidad de servicio.

Asimismo, Kotler et al. (2019) establece que el endomarketing se proyecta a contratar, capacitar y motivar a los trabajadores para que mejoren su eficiencia y eficacia por medio de estrategias de comunicación, aprendizaje y desarrollo profesional.

Por otro lado, Andrade (2013) lo define como un grupo de estrategias y métodos aplicados en una empresa para incentivar una cultura interna que impulse el compromiso y satisfacción de los colaboradores, bajo un enfoque de mejorar la productividad y rendimiento laboral.

2.2.1.2. Dimensiones del endomarketing

El endomarketing se compone de tres dimensiones, las que se definen a continuación.

D1. Comunicación laboral

La comunicación laboral es el intercambio de información entre los empleados de una empresa con el fin de llevar a cabo su trabajo. Diferentes autores definen el término de diferentes maneras.

Según Robbins C. (2018) la comunicación en el lugar de trabajo implica el intercambio de información, ideas, opiniones y sentimientos entre empleados que trabajan juntos para lograr objetivos comunes.

Por otro lado, Chiavenato I. (2017) describe la comunicación laboral como la transferencia de mensajes e información entre los miembros de una organización para coordinar y dirigir las acciones necesarias para lograr los objetivos organizacionales.

Finalmente, Koontz et al. (2016) definen la comunicación laboral como el proceso de compartir información, ideas y conocimientos entre los empleados de una organización para lograr los objetivos de la empresa.

En definitiva, la comunicación laboral es fundamental para el éxito de cualquier organización, ya que permite la coordinación de acciones y la comunicación de información necesaria para alcanzar objetivos comunes.

D2. Integración laboral

La integración laboral se presenta como una etapa de inclusión para una persona dentro del mercado laboral, etapa que demanda el desarrollo de habilidades y competencias para realizar una determinada función.

Por un lado, Jacinto y Millenaar (2012) sostiene que la integración laboral se inclina a la generación de oportunidades de trabajo para la sociedad, sin realizar una discriminación por género, edad, raza u otra característica.

Asimismo, Sánchez et al. (2019) infiere que la integración laboral es una etapa donde se impulsa el desarrollo y crecimiento de las personas, asimismo, se motiva la superación de obstáculos para mejorar su adaptación al mercado laboral.

Finalmente, Rodas et al. (2022) precisa que la integración laboral es una etapa de transición de una persona en una situación de inactiva laboral a un contexto de empleo activo, considerando un aspecto de reconocimiento, conocimiento y adaptación laboral.

D3. Recompensa laboral

La recompensa laboral es un término que se utiliza para describir los beneficios y los incentivos que los trabajadores reciben como resultado de su desempeño en el trabajo con el fin de motivarlos y fidelizarlos en la empresa. Aunque los autores han definido este concepto de diferentes maneras, todos están de acuerdo en que es un factor importante para el éxito y la retención de los empleados en la empresa.

De acuerdo con, Bohórquez et al. (2020) la recompensa laboral se define como todo tipo de incentivo que recibe un trabajador por su desempeño laboral. Explícitamente, se puede considerar recompensas salariales, bonos y oportunidades de crecimiento.

Por otro lado, Chiang y San Martín (2015) indica que las recompensas laborales son los resultados positivos que emergen de un trabajo, lo cual considera una recompensa salarias, promoción y crecimiento profesional.

Finalmente, Robbins C. (2018) indica que la recompensa laboral considera todo aspecto que un trabajador valora y es otorgado para la empresa, incluyendo el salario, los beneficios, el reconocimiento, las oportunidades de desarrollo y el ambiente de trabajo.

2.2.1.3. Estrategias de endomarketing

Según Salas H. (2021) las estrategias de endomarketing son actividades internas de marketing que tienen como objetivo motivar, comprometer y satisfacer a los empleados para aumentar la productividad y mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos a los clientes.

- Comunicación interna efectiva: Se basa en la generación estrategias y canales de comunicación efectivos para mejorar y dinamizar la comunicación entre todos los niveles de una empresa, con el fin de que los trabajadores se conecten con las metas y decisiones empresariales.
- Implicancia en la toma de decisiones: se basa fundamentalmente en dar la oportunidad C de participar en la toma de decisiones importantes de la empresa, lo cual incrementa el compromiso y sentido de pertenencia.
- Capacitación y formación constante: Estrategia que permite a los trabajadores aprender, desarrollarse y crecer profesionalmente, lo cual mejora su desempeño, motivación y descubrimiento de competencias.
- Reconocimiento y recompensas: Se basa en reconocer y premiar el desempeño laboral de los trabajadores, por medio de beneficios económicos, reconocimiento público y nuevas oportunidades de crecimiento.
- Ambiente laboral agradable: Se trata de generar un entorno laboral agradable y acogedor que ofrezca espacios cómodos y motivadores que fomenten la colaboración y el trabajo en equipo.

2.2.1.4. Importancia del endomarketing

De acuerdo con Andrade M. (2013) implementar estrategias de endomarketing es fundamental para las empresas, ya que les permite crear un ambiente de trabajo más motivador, comprometido y productivo. Esto se logra al mejorar la comunicación interna, fomentar la participación de los empleados en la toma de decisiones, brindar oportunidades de capacitación y desarrollo, reconocer y recompensar el desempeño sobresaliente y crear un ambiente laboral cómodo y motivador. Todo esto tiene un impacto positivo en la calidad del servicio o producto ofrecido a los clientes y en la rentabilidad de la empresa.

Además, al mejorar la satisfacción y el compromiso de los empleados, se puede reducir la rotación de personal y los costos asociados con la contratación y capacitación de nuevos empleados. En resumen, el endomarketing es una herramienta valiosa para mejorar el rendimiento de la empresa y mantener a los empleados motivados y comprometidos.

2.2.2. Satisfacción laboral

2.2.2.1. Definición según autores

La satisfacción laboral se asocia al nivel de felicidad o agrado que vive un trabajador como respuesta a su desempeño laboral.

Para Araoz y Ramos (2020) la satisfacción laboral hace referencia al nivel de adecuación entre las expectativas y requerimientos de un empleado y la situación real en la que se encuentra su trabajo y su ambiente laboral.

De acuerdo con Robbins C. (2018), la satisfacción laboral se asocia al grado que un trabajador se siente positiva o negativamente en relación con su trabajo, lo cual considera recompensas salariales, contexto laboral y relaciones interpersonales.

Por otro lado, para Chiavenato I. (2017) la satisfacción laboral se presenta como una actitud de una persona como resultado de su trabajo, la cual se puede medir bajo una escala de satisfacción.

2.2.2.2. Dimensiones de la satisfacción laboral

La satisfacción laboral se compone de tres dimensiones, las cuales se definen a continuación:

D1. Clima laboral

De acuerdo con Contreras et al. (2015), el término clima laboral se refiere a cómo los empleados perciben en conjunto el entorno laboral, las normas, valores, políticas y prácticas de una organización. Según distintos autores, el ambiente laboral puede definirse como la atmósfera psicológica presente en una empresa que influye en la motivación, el desempeño, la satisfacción y la salud mental de los empleados. El ambiente de trabajo se puede evaluar mediante encuestas y análisis de datos, y es crucial comprender las emociones y percepciones de los empleados en relación con el trabajo y el lugar donde lo realizan.

D2. Compromiso laboral

Según Hernández et al. (2018) el compromiso laboral se relaciona con el lazo emocional y la conexión que un empleado tiene con su trabajo y

empresa, y su disposición para colaborar activamente en el logro de los objetivos organizacionales.

Según diferentes autores, el compromiso laboral abarca una perspectiva positiva hacia el trabajo, alta motivación, sentido de pertenencia y disposición a hacer esfuerzos adicionales para mejorar el rendimiento y los resultados de la organización. Se considera que el compromiso laboral es fundamental para el éxito a largo plazo y la sostenibilidad futura de la empresa.

D3.Motivación laboral

Según Marin y Placencia (2017) la motivación laboral se refiere a las fuerzas internas y externas que impulsan a un trabajador a actuar de cierta manera en el trabajo y a continuar haciéndolo durante un período prolongado. Expertos en la materia sostienen que la motivación laboral es un proceso interno iniciado por una necesidad o deseo del trabajador y que se puede estimular y mantener mediante incentivos y recompensas.

Los factores que influyen en la motivación laboral incluyen la capacidad de satisfacer las necesidades personales y profesionales, el reconocimiento y la recompensa, las oportunidades de aprendizaje y crecimiento, la autonomía y responsabilidad, y un sentido de pertenencia y propósito en la organización.

2.2.2.3. Modelos de la satisfacción laboral

- Modelo de dos factores de Herzberg (1959)

Según la investigación de Herzberg (1959) citada por (Madero Gómez, 2020) se identifican dos grupos o categorías de factores que

desempeñan un papel importante en la motivación y la satisfacción laboral de las personas. Estos grupos se conocen como factores intrínsecos y factores extrínsecos.

Grupo de factores intrínsecos o motivacionales

El grupo de factores intrínsecos o motivacionales se refiere a aquellos aspectos relacionados con las características inherentes al trabajo en sí. Estos factores, como las tareas y responsabilidades, tienen el potencial de generar una satisfacción duradera y aumentar la productividad laboral.

Grupo de factores extrínsecos o Higiénicos

Por otro lado, el grupo de factores extrínsecos o higiénicos no proporciona una satisfacción directa al desempeñar el trabajo. Estos factores se relacionan con condiciones externas, tanto físicas como ambientales, que rodean el trabajo.

Figura 1

Modelo explicativo de Herzberg

(De Satisfacción)	(De Insatisfacción)
Factores que cuando son óptimos: <i>elevan la satisfacción</i>	Factores que cuando son óptimos: <i>evitan la insatisfacción</i>
Factores que cuando son precarios: <i>producen la no satisfacción</i>	Factores que cuando son precarios: <i>producen insatisfacción</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Realización exitosa del trabajo • Reconocimiento del éxito obtenido • Progreso profesional • Utilización plena de las habilidades personales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones de trabajo y comodidad • Incremento del salario • Seguridad en el trabajo • Relaciones con colegas, etc.

Nota. referido de (Madero Gómez, 2020).

Teoría de las necesidades de McClelland

McClelland desarrolló la Teoría de las Necesidades, la cual guarda similitudes con la teoría de Herzberg al concluir que los trabajadores menos productivos son aquellos que se centran en los factores de higiene, mientras que los más productivos consideran más importantes los factores motivadores (Hernández & Espinoza, 2016).

De acuerdo con la teoría de McClelland, las cualidades de los empleados se desarrollan a lo largo del tiempo mediante el proceso de aprendizaje y las vivencias individuales. Esta teoría distingue tres categorías de necesidades que impulsan la motivación.

La necesidad de logro (N-Ach) se refiere al empeño de un trabajador por alcanzar objetivos establecidos, los cuales se modifican y desarrollan a lo largo del tiempo. Estos empleados evitan situaciones de riesgo bajo y alto. En el primer escenario, si el riesgo de fracaso es mínimo, no encuentran estimulante el desafío porque no les brinda una sensación de logro al cumplirlo. En contraste, en el caso de una tarea de elevado riesgo, la perciben como sumamente desafiante y entienden que el factor predominante es la fortuna, por lo tanto, no está vinculada a sus habilidades ni competencias (Hernández & Espinoza, 2016).

La búsqueda de afiliación (N-Affil) se refiere a aquellos empleados que anhelan establecer vínculos con sus colegas y encuentran motivación al interactuar con otras personas. Su objetivo es ser aceptados y adaptarse al ambiente laboral, destacándose por su habilidad para trabajar en equipo y relacionarse con los clientes.

La búsqueda de poder/autoridad (N-Pow) se refiere a aquellos empleados que poseen un carácter de líder innato y encuentran motivación en el incremento de su estatus tanto dentro de la organización como en su entorno social.

Según esta teoría, todos los trabajadores poseen necesidades de los tres tipos en diferentes proporciones, lo que crea conjuntos de características que afectan la productividad y motivación de cada individuo. Por lo tanto, esta teoría está estrechamente relacionada con el concepto de aprendizaje, ya que McClelland sostiene que cuando un trabajador experimenta una necesidad, buscará todos los medios para satisfacerla, lo que fortalece su motivación y aumenta su productividad.

2.3. Definición de términos básicos

1) Endomarketing

Andrade M. (2013) lo define como un grupo de estrategias y métodos aplicados en una empresa para incentivar una cultura interna que impulse el compromiso y satisfacción de los colaboradores.

2) Satisfacción laboral

Para Chiavenato I. (2017) la satisfacción laboral se presenta como una actitud de una persona como resultado de su trabajo, la cual se puede medir bajo una escala de satisfacción.

3) Comunicación laboral

Para Robbins C. (2018) la comunicación en el lugar de trabajo implica el intercambio de información, ideas, opiniones y sentimientos entre empleados que trabajan juntos para lograr objetivos comunes.

4) Integración laboral

Jacinto y Millenaar (2012) sostiene que la integración laboral se inclina a la generación de oportunidades de trabajo para la sociedad, sin realizar una discriminación por género, edad, raza u otra característica.

5) Recompensa laboral

Chiang y San Martín (2015) indica que las recompensas laborales son los resultados positivos que emergen de un trabajo, lo cual considera una recompensa salarias, promoción y crecimiento profesional.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

2.4.2. Hipótesis específica

HE 1 Existe relación significativa entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

HE 2 Existe relación significativa entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

HE 3 Existe relación significativa entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

2.5. Operacionalización de variables

2.5.1. Identificación de variable endomarketing

De acuerdo con Kotler et al. (2019) el endomarketing se compone de diversas acciones que tienen como finalidad atraer, motivar, desarrollar y retener a los empleados de una empresa, con el propósito de generar un ambiente de trabajo favorable que impacte positivamente en la calidad del servicio que se brinda a los clientes.

Dimensiones:

- D1. Comunicación laboral
- D2. Integración laboral
- D3. Recompensa laboral

2.5.2. Identificación de variable Satisfacción laboral

De acuerdo con Robbins C. (2018) la satisfacción laboral se define como un sentimiento positivo que percibe un trabajador como respuesta a una evaluación laboral o experiencia dentro de una empresa.

Dimensiones:

- D1. Clima laboral
- D2. Compromiso laboral
- D3. Motivación laboral

2.5.3. Escala de medición de variables

Según Berrocal C. (2018) la escala Likert consiste en un conjunto de afirmaciones formuladas como juicios, cuyo propósito es evaluar la respuesta de cada miembro de la muestra.

Se decidió utilizar esta escala de medición, que va del 1 al 5, para la evaluación.

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

Tabla 1.*Operacionalización de variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Endomarketing	De acuerdo con Kotler et al. (2019) el endomarketing se compone de diversas acciones que tienen como finalidad atraer, motivar, desarrollar y retener a los empleados de una empresa, con el propósito de generar un ambiente de trabajo favorable que impacte positivamente en la calidad del servicio que se brinda a los clientes.	Comunicación laboral	- Sinergia de trabajo	1 al 5	Ordinal
		Integración laboral	- Habilidades - Destrezas - Incentivos	6 al 10	
		Recompensa laboral		11 al 15	
Satisfacción laboral	De acuerdo con Robbins C. (2018) la satisfacción laboral se define como un sentimiento positivo que percibe un trabajador como respuesta a una evaluación laboral o experiencia dentro de una empresa.	Clima laboral	- Relaciones laborales	16 al 20	Ordinal
		Compromiso laboral	- Eficiencia - Eficacia - Productividad	21 al 25	
		Motivación laboral		26 al 30	

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación adopta un enfoque cuantitativo de naturaleza básica, ya que se desarrolla dentro de un marco teórico establecido y su propósito es hacer una contribución al campo científico (Vara A., 2017).

3.2. Nivel de investigación

La investigación se encuentra en el nivel relacional, ya que su objetivo es entender la relación existente entre dos variables y emplea herramientas estadísticas para medir dicha relación (Sampieri et al., 2010).

3.3. Diseño de investigación

El diseño de investigación es no experimental – transversal.

Según lo expuesto por Sampieri et al. (2010), el diseño no experimental – transversal se proyecta en recopilar datos en un solo espacio de tiempo, sin efectuar algún cambio o manipulación sobre las variables de estudio, asimismo, se basa solo en la observación para medir la relación entre variables.

3.4. Población y muestra del estudio

3.4.1. Población

El universo de la presente investigación este compuesto por 109 trabajadores de la empresa Genovesa Agroindustrias S.A., de acuerdo a lo declarado por la empresa en su Planilla Electrónica (PLAME) ante la SUNAT (2023).

3.4.2. Muestra

Para determinar la muestra se aplicó un muestreo aleatorio simple, asimismo, se hizo uso de la siguiente operación:

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

Donde:

$$\begin{aligned} N &= 109 \\ Z &= 1.96 \\ P &= 0.5 \\ q &= 0.5 \\ E &= 5\% = 0.05 \end{aligned}$$

Por lo tanto:

$$n = \frac{109 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{((109 - 1) \times 0.05^2) + ((1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 86$$

Por lo tanto, la muestra determina es de 86 trabajadores de la empresa Genovesa Agroindustrias S.A.

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación

3.5.1. Técnicas

Se decidió utilizar la técnica de encuesta para recopilar datos, la cual se aplicará a la muestra seleccionada.

3.5.2. Instrumentos

Se decidió aplicar un cuestionario en el caso de las dos variables de estudio. Es importante recalcar que el cuestionario se aplicara de manera física, por ello, se gestionara conjuntamente con el área responsable de la Genovesa el día y hora de aplicación del cuestionario.

El cuestionario endomarketing este compuesto por tres (3) dimensiones y 15 Items, los cuales serán medidos a través de la escala Likert.

El cuestionario satisfacción laboral está compuesto por tres (3) dimensiones y 15 Items, los cuales serán medidos a través de la escala Likert.

3.6. Ámbito de la investigación

La investigación se lleva a cabo en la región de Tacna, específicamente en la provincia y distrito de Tacna, pero se toma en cuenta a la empresa Genovesa Agroindustrias S.A. para obtener información.

3.7. Procesamiento y análisis de información

El procesamiento de datos se efectuó con ayuda de los softwares estadísticos Microsoft Excel e IBM SPSS en su versión 26, inicialmente se organizará y tabulará los datos para posteriormente procesarlos y generar tablas dinámicas.

De igual manera, se utilizará la estadística descriptiva e inferencial como medio para analizar la información, inicialmente la estadística descriptiva hará uso de tablas y figuras para representar gráficamente la información y facilitar su comprensión, paralelamente la estadística inferencial permitirá hacer inferencias sobre la población de estudio, comprobar las hipótesis y validar los resultados.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de datos

El procesamiento de datos se efectuó con ayuda de los softwares estadísticos Microsoft Excel e IBM SPSS en su versión 26, inicialmente se organizará y tabulará los datos para posteriormente procesarlos y generar tablas dinámicas.

Los resultados se presentan por variable, explícitamente se presentan los resultados por dimensión y un análisis general.

Después se realiza la comprobación de hipótesis, inicialmente se realiza la prueba de normalidad para conocer la distribución de los datos, los resultados nos permitirán establecer la prueba estadística paramétrica o no paramétrica para realizar la comprobación de hipótesis.

4.2. Presentación de resultados

4.2.1. Prueba de confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se midió a través del estadístico alfa de Cronbach. Explícitamente, el alfa de Cronbach mide el constructo y la correlaciona entre los ítems (Ventura et al., 2017).

El alfa de Cronbach considera una escala de valoración de 0 a 1.

Tabla 2

Medidas de consistencia e interpretación de coeficientes

Rango	Confiabilidad
0.90 – 1.00	Alta confiabilidad

0.70 – 0.89	Fuerte confiabilidad
0.50 – 0.69	Moderada confiabilidad
0.01 – 0.049	Baja confiabilidad
0.00 – 0.01	No es confiable

Nota. Obtenido de Oviedo y Campo (2005)

Los resultados del alfa de cronbach se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 3

Resultados del Alfa de Cronbach

Variable	Estadísticas de fiabilidad	
	Alfa de Cronbach	N de elementos
Endomarketing	0,964	15
Satisfacción laboral	0,970	15

Nota. elaborado en SPSS 27.

La Tabla 3 muestra los resultados del coeficiente Alfa de Cronbach para dos variables: "Endomarketing" y "Satisfacción laboral".

Para la variable "Endomarketing", se obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,964. Este valor indica que los ítems relacionados con el endomarketing en el estudio tienen una alta consistencia interna, lo que sugiere que miden de manera confiable el constructo de comunicación efectiva.

Para la variable "Satisfacción laboral", se obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,970. Este valor también indica una consistencia interna alta entre los ítems relacionados con la gestión del cambio organizacional, aunque ligeramente mayor que el coeficiente obtenido para la variable de endomarketing.

4.2.2. Resultados demográficos

4.2.2.1. Resultados por grupo etario

Tabla 4

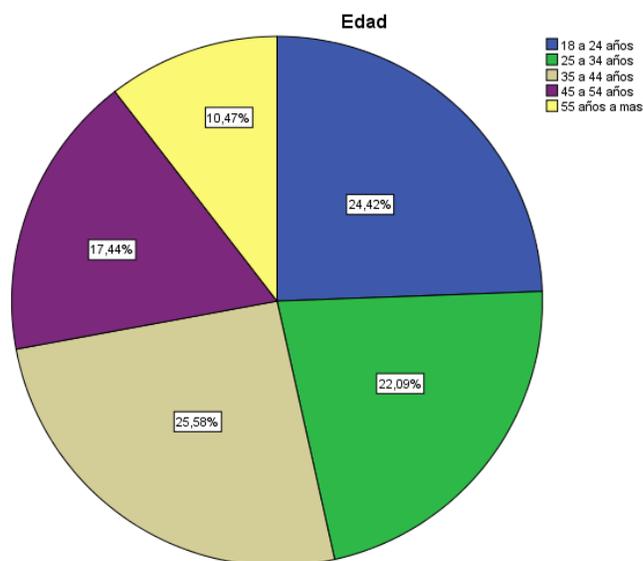
Resultados por grupo etario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 a 24 años	21	24,4	24,4	24,4
25 a 34 años	19	22,1	22,1	46,5
35 a 44 años	22	25,6	25,6	72,1
45 a 54 años	15	17,4	17,4	89,5
55 años a mas	9	10,5	10,5	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 2

Resultados por edad



Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra la distribución de edades de los 86 trabajadores de la empresa Genovesa Agroindustrias S.A. Se observa que el rango de edad que presenta mayor representatividad en el estudio es el de 35 a 44 años, con un porcentaje de 25,6%. Además, se puede notar que la mayoría de los trabajadores se encuentran en los rangos de edad de 18 a 24 años, los cuales representan el 24,5% del total de la muestra. Los trabajadores de 25 a 24 años tienen la menor representatividad, con un porcentaje de 22,1%. En menor proporción se ubican los trabajadores mayores de 45 años, con un porcentaje de 27,9%.

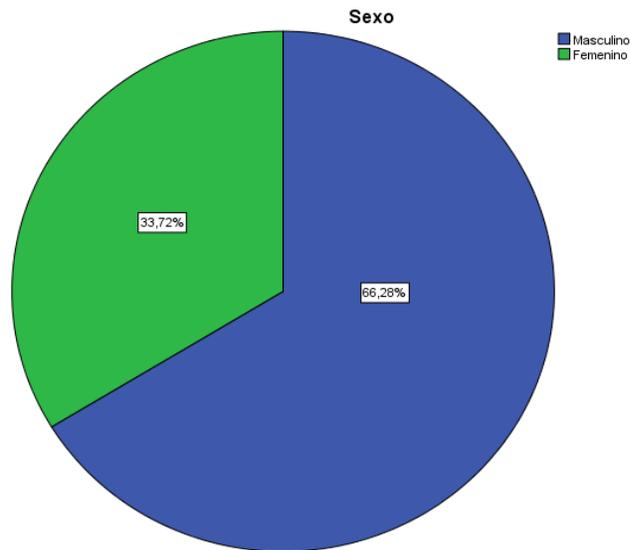
4.2.2.2. Resultados por género

Tabla 5

Resultados por género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	57	66,3	66,3	66,3
Femenino	29	33,7	33,7	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 3*Resultados por género*

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra la distribución de género de los 86 trabajadores de la empresa Genovesa Agroindustrias S.A. Se observa que el género masculino representa el 66,3% de la muestra, mientras que el género femenino constituye el 33,7%. Esto indica una predominancia de trabajadores masculinos en la empresa.

4.2.3. Resultados variable endomarketing

4.2.3.1. Resultados de la dimensión comunicación laboral

Tabla 6

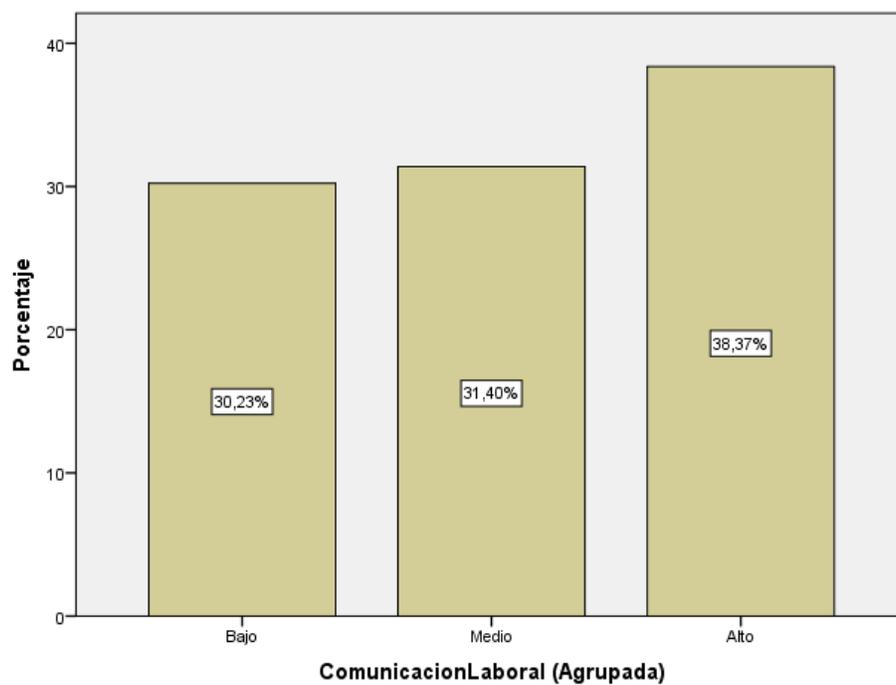
Resultados de la dimensión comunicación laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	26	30,2	30,2	30,2
Medio	27	31,4	31,4	61,6
Alto	33	38,4	38,4	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 4

Resultados de la dimensión comunicación laboral



Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados de la dimensión de comunicación laboral en la empresa, y revela que el 30,2% de los trabajadores percibe un nivel bajo de comunicación, mientras que el 38,4% considera que la comunicación es alta. Estos resultados plantean una situación preocupante, ya que casi un tercio de los empleados experimenta una comunicación laboral deficiente. Aunque es alentador que el porcentaje más alto corresponda a una comunicación laboral considerada alta, es importante abordar la brecha existente.

4.2.3.2. Resultados de la dimensión integración laboral

Tabla 7

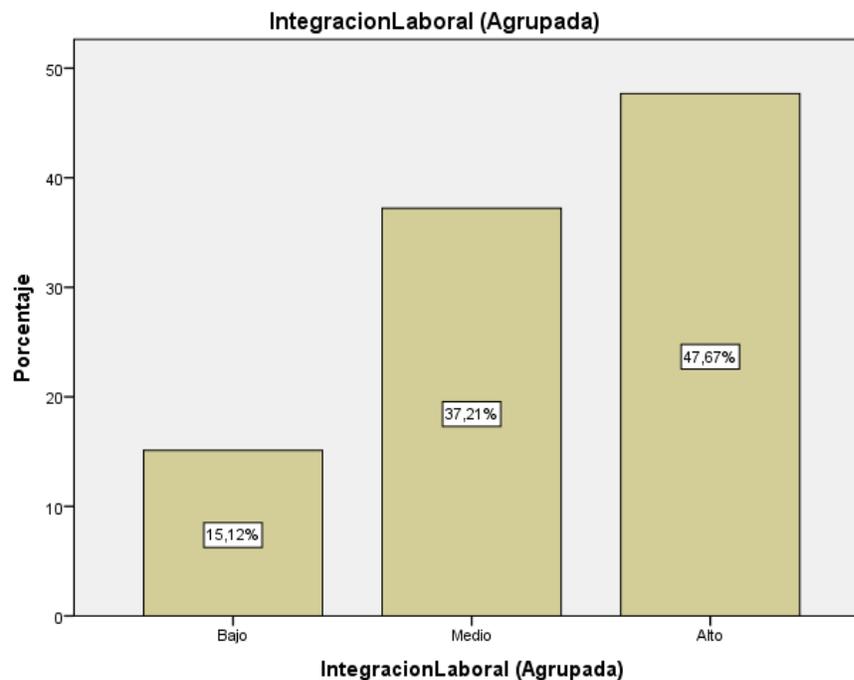
Resultados de la dimensión integración laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	13	15,1	15,1	15,1
Medio	32	37,2	37,2	52,3
Alto	41	47,7	47,7	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 5

Resultados de la dimensión integración laboral



Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados de la dimensión integración laboral en la empresa la Genovesa SA, y revela que el 47,67% de los trabajadores percibe un nivel alto de integración laboral, mientras que el 37,21% considera que la integración es media, finalmente un 15,12% considera que la integración es baja. Estos resultados plantean una situación favorable, ya que más del 80% de empleados experimenta una integración laboral alta y media.

4.2.3.3. Resultados de la dimensión recompensa laboral

Tabla 8

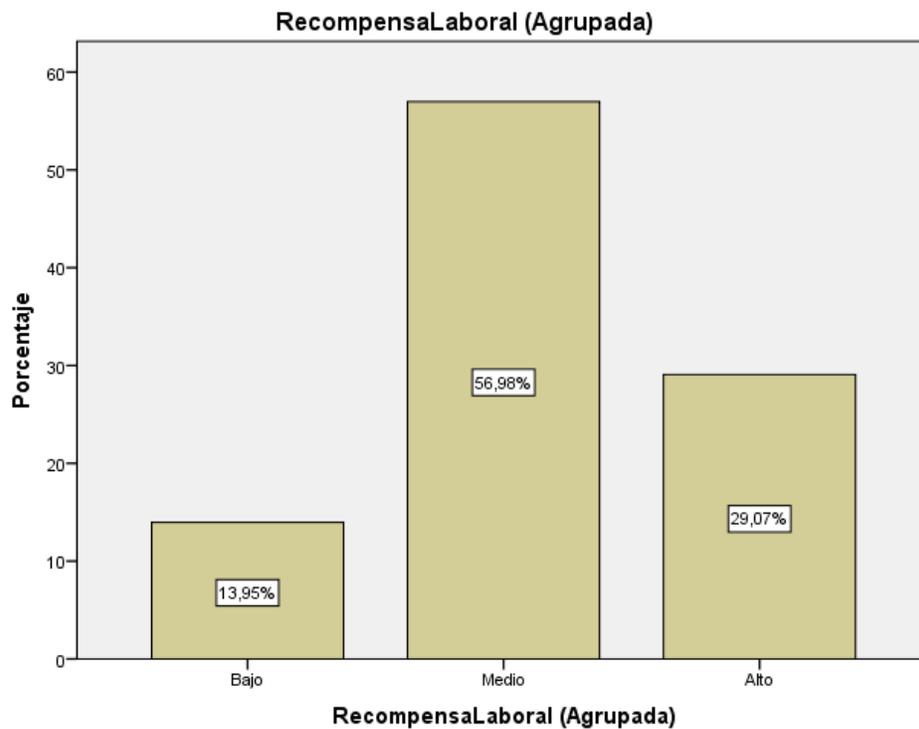
Resultados de la dimensión recompensa laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	12	14,0	14,0	14,0
Medio	49	57,0	57,0	70,9
Alto	25	29,1	29,1	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 6

Resultados de la dimensión recompensa laboral



Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados de la dimensión de recompensa laboral basados en una muestra de trabajadores de la empresa Genovesa S.A. Se observa que el 14,0% de los trabajadores percibe un nivel bajo de recompensa laboral, mientras que el 29,1% considera que su nivel de recompensa es alto. Sin embargo, es preocupante que el porcentaje más alto corresponda al nivel medio de recompensa laboral, con un 57,0% de los trabajadores. Estos resultados plantean interrogantes sobre el sistema de recompensas y reconocimientos dentro de la empresa.

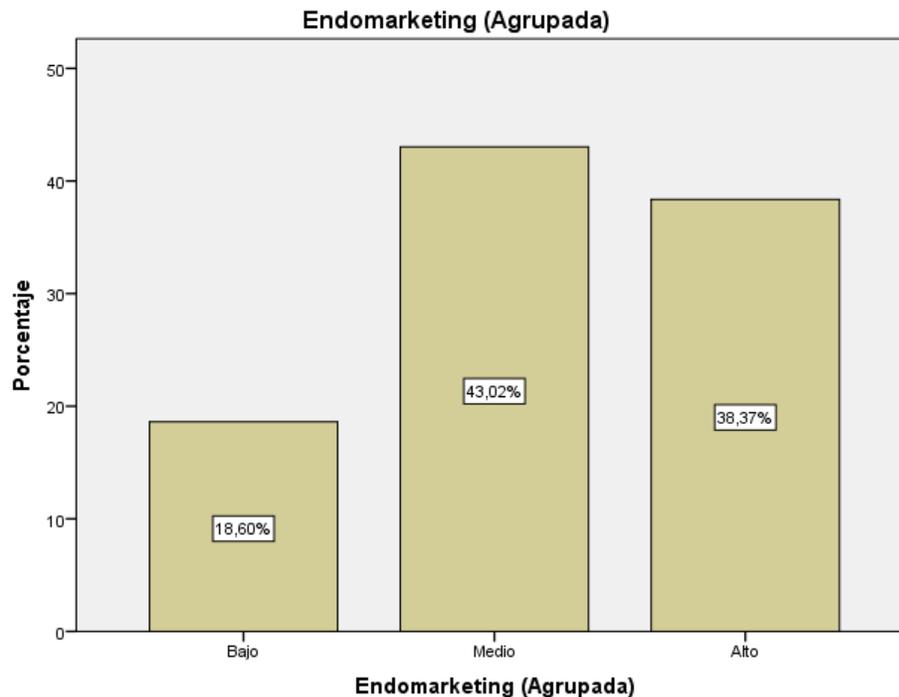
4.2.3.4. Análisis de variable endomarketing

Tabla 9

Nivel de endomarketing

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	16	18,6	18,6	18,6
Medio	37	43,0	43,0	61,6
Alto	33	38,4	38,4	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 7*Nivel de endomarketing*

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados del nivel de endomarketing basado en una muestra de trabajadores de la empresa Genovesa S.A. Se observa que el 18,6% de los empleados percibe un nivel bajo de endomarketing, mientras que el 38,4% considera que su nivel es alto. Sin embargo, es preocupante que el porcentaje más alto corresponda al nivel medio de endomarketing, con un 43,0% de los trabajadores. Estos resultados sugieren que existe una oportunidad para mejorar y fortalecer las estrategias de endomarketing en la organización.

4.2.4. Resultados variable satisfacción laboral

4.2.4.1. Resultados de la dimensión clima laboral

Tabla 10

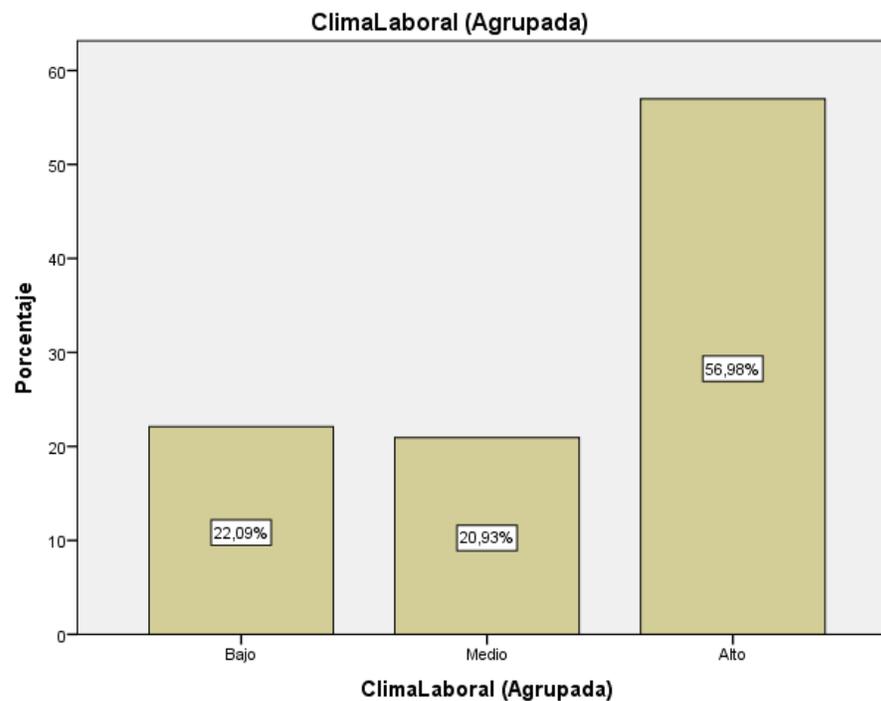
Resultados de dimensión clima laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	19	22,1	22,1	22,1
Medio	18	20,9	20,9	43,0
Alto	49	57,0	57,0	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 8

Resultados de dimensión clima laboral



Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados de la dimensión de clima laboral basados en una muestra de trabajadores de la empresa Genovesa S.A. Se observa que el 22,1% de los empleados percibe un nivel bajo de clima laboral, mientras que el 57,0% considera que su nivel es alto. Además, el nivel medio de clima laboral es reportado por el 20,9% de los trabajadores. Estos resultados indican que la mayoría de los empleados en Genovesa S.A. perciben un clima laboral positivo.

4.2.4.2. Resultados de la dimensión compromiso laboral

Tabla 11

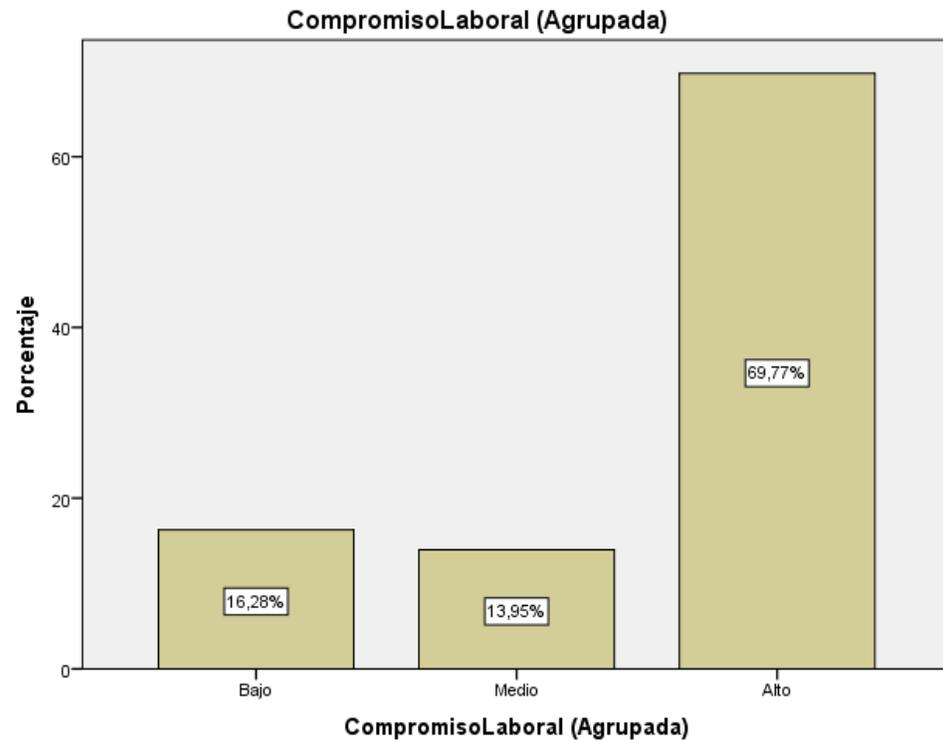
Resultados de dimensión compromiso laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	14	16,3	16,3	16,3
Medio	12	14,0	14,0	30,2
Alto	60	69,8	69,8	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 9

Resultados de dimensión compromiso laboral



Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados de la dimensión compromiso laboral basados en una muestra de trabajadores de la empresa Genovesa S.A. Se observa que el 16,3% de los empleados reporta un nivel bajo de compromiso laboral, mientras que el 69,8% considera que su nivel es alto. Además, el nivel medio de compromiso laboral es informado por el 14,0% de los trabajadores. Estos resultados indican que la gran mayoría de los empleados en Genovesa S.A. experimentan un alto nivel de compromiso laboral, lo cual es positivo para la empresa.

4.2.4.3. Resultados de la dimensión motivación laboral

Tabla 12

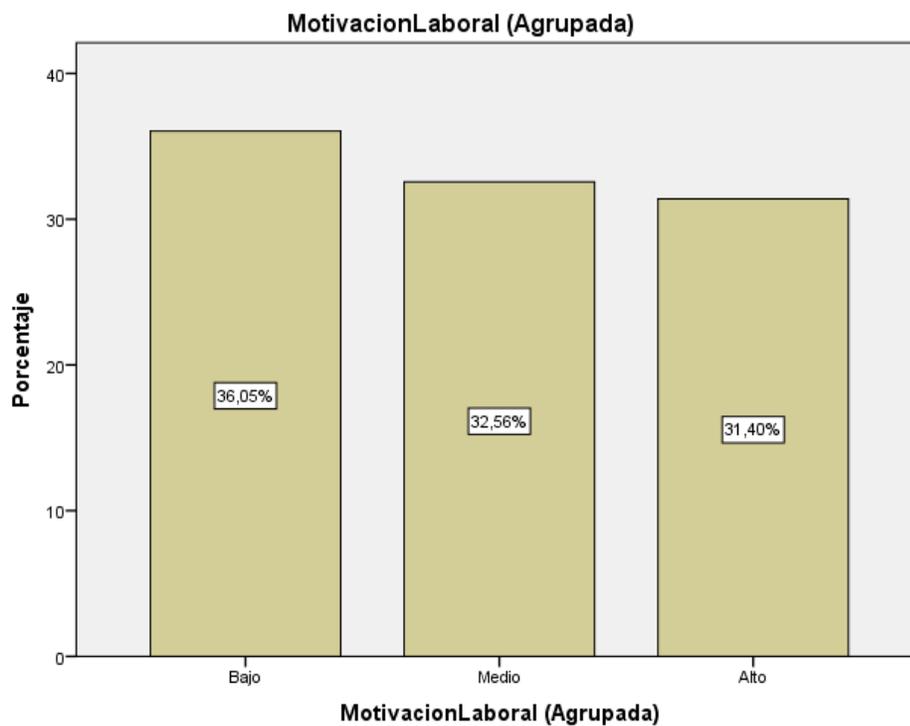
Resultados de dimensión motivación laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	31	36,0	36,0	36,0
Medio	28	32,6	32,6	68,6
Alto	27	31,4	31,4	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 10

Resultados de dimensión motivación laboral



Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados de la dimensión motivación laboral basados en una muestra de trabajadores de la empresa Genovesa S.A. Se observa que el 36,0% de los empleados reporta un nivel bajo de motivación laboral, mientras que el 31,4% considera que su nivel es alto. Además, el nivel medio de motivación laboral es informado por el 32,6% de los trabajadores. Estos resultados plantean preocupaciones en cuanto a la motivación de los empleados en la organización.

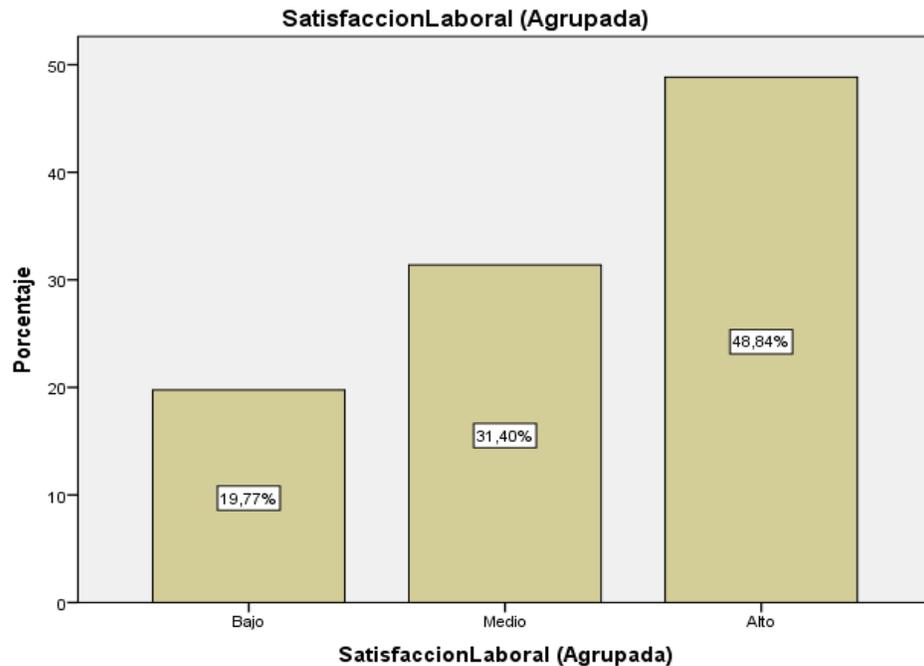
4.2.4.4. Análisis de variable satisfacción laboral

Tabla 13

Nivel de satisfacción laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	17	19,8	19,8	19,8
Medio	27	31,4	31,4	51,2
Alto	42	48,8	48,8	100,0
Total	86	100,0	100,0	

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

Figura 11*Nivel de satisfacción laboral*

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

La tabla muestra los resultados del nivel de satisfacción laboral basados en una muestra de trabajadores de la empresa Genovesa S.A. Se observa que el 19,8% de los empleados reporta un nivel bajo de satisfacción laboral, mientras que el 48,8% considera que su nivel es alto. Además, el nivel medio de satisfacción laboral es informado por el 31,4% de los trabajadores. Estos resultados indican que la mayoría de los empleados en Genovesa S.A. experimentan un nivel alto de satisfacción laboral, lo cual es alentador para la empresa. Sin embargo, es preocupante que un porcentaje significativo aún reporte un nivel bajo de satisfacción.

4.3. Contraste de hipótesis

4.3.1. Prueba de normalidad

La tabla 14 muestra los resultados de la prueba de normalidad Kolmogorov Smirnov. Se encontró una significancia de (0,000) para la variable endomarketing y satisfacción laboral. En conclusión, las variables de estudio no siguen una distribución normal, por ello, se aplicará la prueba Rho de Spearmann.

Tabla 14

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Endomarketing (Agrupada)	,247	86	,000
Satisfacción Laboral (Agrupada)	,307	86	,000

Nota. elaborado en el software IBM SPSS 26.0, con base a información del cuestionario.

4.3.2. Comprobación de hipótesis general

a) Planteamiento de hipótesis

Ho: No existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

H1. Existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

b) Valor de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c) Valor de prueba

Correlación Rho de Spearmann = 7,8703E-96

d) Comparación de P y α

P valor = 0.000 < α = 0.05

e) Decisión

Se rechaza Ho.

Tabla 15

Correlación de variable endomarketing y satisfacción laboral

			Endomarketing	Satisfacción Laboral
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1,000	,997**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	Satisfacción Laboral	Coefficiente de correlación	,997**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

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

f) Conclusión

Los resultados de la tabla 15 muestran la correlación Rho de Spearman entre las variables endomarketing y satisfacción laboral, donde la significancia (sig.) fue de 0,000 y el coeficiente de correlación fue 0,997.

Considerando los resultados obtenidos se decide rechazar la H_0 y se opta por aceptar la H_1 , es decir existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023. Asimismo, se determinó una correlación positiva muy alta, acorde al coeficiente de correlación de 0,997. Esto significa que a medida que aumenta el endomarketing, es decir, las estrategias de marketing interno implementadas dentro de la organización para promover el clima laboral, motivación y el compromiso de los empleados, también se incrementa la satisfacción laboral de los trabajadores. Esta alta correlación positiva sugiere que existe muy alta asociación entre ambas variables, y que las prácticas de endomarketing tienen un impacto significativo en la satisfacción laboral de los empleados.

4.3.3. Comprobación de primera hipótesis específica

a) Planteamiento de hipótesis

H_0 : No existe relación significativa entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

H_1 : Existe relación significativa entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

b) Valor de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c) Valor de prueba

Correlación Rho de Spearmann = 2,8016E-82 (Obtenido de la Tabla 14)

d) Comparación de P y α

P valor = 0.000 < α = 0.05 (Obtenido de la Tabla 14)

e) Decisión

Se rechaza Ho.

Tabla 16

Correlación de la dimensión comunicación laboral y satisfacción laboral

			Comunicación laboral	Satisfacción Laboral
Rho de Spearman	Comunicación laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,994**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
Rho de Spearman	Satisfacción Laboral	Coefficiente de correlación	,994**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

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

f) Conclusión

Los resultados de la tabla 16 muestran la correlación Rho de Spearmann entre la dimensión comunicación laboral y variable satisfacción laboral, donde la significancia (sig.) fue de 0,000 y el coeficiente de correlación fue 0,994.

Considerando los resultados obtenidos se decide rechazar la Ho y se opta por aceptar la H1, es decir existe una relación significativa entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023. Asimismo, se determinó una correlación positiva muy alta.

4.3.4. Comprobación de segunda hipótesis específica**a) Planteamiento de hipótesis**

Ho: No existe relación significativa entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

H1. Existe relación significativa entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

b) Valor de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c) Valor de prueba

Correlación Rho de Spearmann = 4,1738E-52 (Obtenido de la Tabla 15)

d) Comparación de P y α

P valor = 0.000 < α = 0.05 (Obtenido de la Tabla 15)

e) Decisión

Se rechaza Ho.

Tabla 17

Correlación de la dimensión integración laboral y satisfacción laboral

			Integración laboral	Satisfacción Laboral
Rho de Spearman	Integración	Coefficiente de correlación	1,000	,968**
	laboral	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,968**	1,000
	Laboral	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

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

f) Conclusión

Los resultados de la tabla 17 muestran la correlación Rho de Spearman entre la dimensión integración laboral y variable satisfacción laboral, donde la significancia (sig.) fue de 0,000 y el coeficiente de correlación fue 0,968.

Considerando los resultados obtenidos se decide rechazar la Ho y se opta por aceptar la H1, es decir existe una relación significativa entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa

Agroindustrias S.A. al año 2023. Asimismo, se determinó una correlación positiva muy alta.

4.3.5. Comprobación de tercera hipótesis específica

a) Planteamiento de hipótesis

Ho: No existe relación significativa entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

H1. Existe relación significativa entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.

b) Valor de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c) Valor de prueba

Correlación Rho de Spearmann = 4,9405E-58 (Obtenido de la Tabla 16)

d) Comparación de P y α

P valor = 0.000 < α = 0.05 (Obtenido de la Tabla 16)

e) Decisión

Se rechaza Ho.

Tabla 18*Correlación de la dimensión recompensa laboral y satisfacción laboral*

			Recompensa laboral	Satisfacción Laboral
Rho de Spearman	Recompensa	Coefficiente de correlación	1,000	,977**
	laboral	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,977**	1,000
	Laboral	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

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

f) Conclusión

Los resultados de la tabla 18 muestran la correlación Rho de Spearman entre la dimensión recompensa laboral y variable satisfacción laboral, donde la significancia (sig.) fue de 0,000 y el coeficiente de correlación fue 0,977.

Considerando los resultados obtenidos se decide rechazar la H_0 y se opta por aceptar la H_1 , es decir, existe relación significativa entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023. Asimismo, se determinó una correlación positiva muy alta.

4.4. Discusión de resultados

En la discusión de resultados se busca comparar los resultados de la investigación con los estudios internacionales, nacionales y locales presentados en la sección antecedentes. El fin es describir las diferencias y similitudes identificadas.

Por un lado, el estudio de Betancourt (2019) realizado en Colombia aborda el endomarketing como un instrumento para la gestión, su estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y dio a conocer que es necesario que los gerentes se preparen en temas de gestión del talento humano y endomarketing. Si bien, la presente investigación analiza el endomarketing desde un enfoque cuantitativo, sus resultados concluyen en la misma afirmación, pues un 18,6% de trabajadores perciben un bajo nivel de endomarketing. Además, es preocupante que el porcentaje más alto corresponda al nivel medio de endomarketing, con un 43,0% de los trabajadores. Estos resultados sugieren que existe una oportunidad para mejorar y fortalecer las estrategias de endomarketing en la organización. Dentro de este mismo contexto, Payares et al. (2020) expuso en su investigación que las estrategias de marketing influyen en la satisfacción de los empleados, resultado que concuerda con los resultados de la presente investigación, donde se determinó por medio de la corrección Rho de Spearman una relación significativa entre el endomarketing y satisfacción laboral. Resultados que se comparten con lo expuesto por Noriega (2021), quien determinó una relación positiva entre el endomarketing y satisfacción laboral.

Por otro lado, Mendoza (2021) analizó el compromiso y satisfacción en Bolivia, entre sus principales resultados se describe que existe un nivel de motivación y satisfacción moderado, aspecto que afecta principalmente el compromiso laboral. Resultados que concuerdan parcialmente con lo expuesto en la presente investigación, pues la motivación fue moderada para un 32,56%, sin embargo, la mayor valoración se inclinó a la motivación de nivel bajo.

Situación totalmente distinta en la satisfacción laboral, donde se identificó un nivel de satisfacción elevado, lo cual difiere totalmente con los resultados de Mendoza. Por otro lado, los resultados de Araoz y Ramos (2020) coinciden con los resultados de la presente investigación, pues Araoz dio a conocer que el nivel de satisfacción en su investigación fue positivo.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Considerando los resultados obtenidos, se puede concluir que existe una relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023. Se observó una correlación positiva muy alta de 0,997, lo cual indica que a medida que aumenta el endomarketing, también aumenta la satisfacción laboral. Estos hallazgos respaldan la importancia de implementar estrategias efectivas de endomarketing en la empresa para mejorar la satisfacción de los empleados y, potencialmente, su compromiso y desempeño laboral.

SEGUNDA: Los resultados revelan una correlación significativa y positiva de 0,994 entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores. Esto implica que una comunicación laboral efectiva está fuertemente relacionada con una mayor satisfacción en el trabajo. Sin embargo, la tabla muestra que aproximadamente el 30% de los empleados perciben un nivel bajo de comunicación laboral, lo que indica la necesidad de mejorar las prácticas de comunicación dentro de la organización para fortalecer la satisfacción laboral de los trabajadores.

TERCERA: Los resultados indican una correlación significativa y positiva de 0,968 entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores. Esto sugiere que una mayor integración laboral está asociada a una mayor satisfacción en el trabajo. Es alentador que más del 80% de los empleados informen tener un nivel alto o medio de integración laboral. Sin embargo, se debe prestar atención a aquellos empleados que perciben un nivel bajo de integración, ya que esto puede afectar negativamente su satisfacción laboral y posiblemente su desempeño en la organización.

CUARTA: Los resultados muestran una correlación significativa y positiva de 0,977 entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores. Esto indica que una mayor recompensa laboral está relacionada con una mayor satisfacción en el trabajo. Sin embargo, es preocupante que el porcentaje más alto corresponda al nivel medio de recompensa laboral, lo que sugiere que hay margen para mejorar el sistema de recompensas y reconocimientos dentro de la empresa. Es importante revisar y ajustar las políticas de recompensa para asegurar que los empleados se sientan valorados y recompensados adecuadamente, lo que contribuirá a su satisfacción laboral.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se sugiere a la gerencia de recursos humanos de la empresa La Genovesa SA implementar una estrategia integral de endomarketing. Por lo tanto, se plantea planificar y fomentar actividades de comunicación interna efectivas, con el fin de impulsar la participación de los trabajadores en los procesos de toma de decisiones. Asimismo, se debe crear un ambiente laboral que brinde oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional. Paralelamente, se debe evaluar la satisfacción laboral de los trabajadores para determinar la implicancia y efectividad de las medidas implementadas.

SEGUNDA: Se recomienda a la administración de la empresa La Genovesa SA implementar nuevos canales de comunicación formales e informales, con el fin de fomentar la transparencia y retroalimentación continua entre todos los niveles jerárquicos en la empresa. Paralelamente, se recomienda instruir en habilidades comunicativas a los supervisores, con el objetivo de informar y escuchar activamente las necesidades y aportes de los trabajadores.

TERCERA: Se sugiere a la gerencia de recursos humanos, implementar acciones de team building (juego de confianza, jornadas deportivas, actividades internas) para promover la integración y trabajo en equipo. Por otro lado, se recomienda implementar espacios de comunicación y colaboración que impulsen el intercambio de ideas en la empresa.

CUARTA: Se recomienda a la administración de la empresa analizar las remuneraciones y beneficios de los trabajadores, se debe asegurar que los trabajadores

cuenten con una remuneración competitiva acorde al mercado y justos en relación a las funciones y desempeño de los trabajadores. Paralelamente, se deben implementar un programa de recompensas considerando el desempeño y metas de cada trabajador, asimismo, se deben brindar oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional y personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade Molinares, M. (2013). El endomarketing como herramienta estratégica para la motivación de los empleados en las organizaciones. *Revista Científica UDO Agrícola*, 13(2).
<http://saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/37130/Endomarketing%20como%20herramienta%20estrategica%20para%20la%20motivacion%20de%20los%20empleados%20en%20las%20organizaciones.pdf;jsessionid=A8ED1063251B5CC3D489079B72BE5277?sequence=1>
- Araoz, E. G. E., & Ramos, N. A. G. (2020). Satisfacción laboral y compromiso organizacional en docentes de la Amazonía peruana. *Revista Educação & Formação*, 6(1). <https://www.redalyc.org/journal/5858/585865900006/>
- Betancur, S. C. (2019). Endomarketing y aprendizaje organizacional: Una herramienta para la gestión. *NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, II(9), 184-196.
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., Benavides Rodríguez, A., Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., & Benavides Rodríguez, A. (2020). La motivación y el desempeño laboral: El capital humano como factor clave en una organización. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 385-390.
- Carmen Rosa Berrocal Villegas. (2018). *Metodología de la investigación científica pasos para el diseño y elaboración del proyecto de investigación*. Salomón Berrocal. <http://isbn.bnpp.gob.pe/catalogo.php?mode=detalle&nt=98672>

- Chiang Vega, M. M., & San Martín Neira, N. J. (2015). Análisis de la satisfacción y el desempeño laboral en los funcionarios de la Municipalidad de Talcahuano. *Ciencia & trabajo*, 17(54), 159-165. <https://doi.org/10.4067/S0718-24492015000300001>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos*. McGraw Hill.
- Contreras I, V., Reynaldos G, K., & Cardona A, L. C. (2015). Clima, ambiente y satisfacción laboral: Un desafío para la enfermería. *Revista Cubana de Enfermería*, 31(1), 0-0.
- Corrales Huanca, R. (2020). Influencia de la satisfacción laboral en la productividad de los efectivos policiales de la Comisaría Central Tacna, 2018. *Universidad Privada de Tacna*. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1823>
- Hernández Bonilla, B. E., Ruiz Reynoso, A. M., Ramírez Cortés, V., Sandoval Trujillo, S. J., Méndez Guevara, L. C., Hernández Bonilla, B. E., Ruiz Reynoso, A. M., Ramírez Cortés, V., Sandoval Trujillo, S. J., & Méndez Guevara, L. C. (2018). Motivos y factores que intervienen en el compromiso organizacional. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 820-846. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.370>
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.
- Jacinto, C., & Millenaar, V. (2012). Los nuevos saberes para la inserción laboral: Formación para el trabajo con jóvenes vulnerables en Argentina. *Revista mexicana de investigación educativa*, 17(52).

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662012000100007

Koontz, H., Heinz, W., & Cannice, M. (2016). *Administración una Perspectiva Global*. Mcgraw-Hill.

Kotler, P., Armstrong, G., & Harris, L. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson Cuestom Publishing.

Mamani Gómez, D. G. (2022). Síndrome de Burnout y satisfacción laboral según el aspecto generacional del personal del Instituto Nacional de Estadística e Informática, Tacna 2020. *Universidad Privada de Tacna*. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2577>

Marin Samanez, H. S., & Placencia Medina, M. D. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Horizonte Médico (Lima)*, 17(4), 42-52. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2017.v17n4.08>

Martinez Guillen, C. (2013). *Calidad total y marketing interno*. Ediciones Díaz de Santos.

Mendoza Gutierrez, L. F., Loaiza Torres, J. S., Mendoza Gutiérrez, L. F., & Loaiza Torres, J. S. (2021). Análisis del compromiso y la satisfacción del cliente interno de la UCB Tarija mediante el modelo de ecuaciones estructurales (SEM). *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 77-87. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.129>

- Morais, I. D. C. de, & Soares, A. M. (2016). Impacto do Marketing Interno sobre a Orientação para o Mercado em Empresas Brasileiras. *Revista de Administração Contemporânea*, 20, 197-215. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2016140069>
- Noriega Alvarez, S. M. (2021). Endomarketing y la satisfacción laboral en los colaboradores de la cooperativa San Lorenzo de Trujillo. *Repositorio Institucional - UPN*. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3015684>
- Payares, K. M., Parra, M. A., Navarro, E. J., Naranjo, O., Payares, K. M., Parra, M. A., Navarro, E. J., & Naranjo, O. (2020). Mercadeo interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud de Barranquilla (Colombia). *Información tecnológica*, 31(1), 123-132. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000100123>
- Qaisar, F. S., & Muhamad, N. (2021). Internal marketing: A review and future research agenda. *Asia Pacific Business Review*, 27(2), 267-300. <https://doi.org/10.1080/13602381.2021.1858590>
- Reynoso Chávez, P. A. (2019). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral en los Docentes de la Carrera Profesional de Derecho de la Universidad José Carlos Mariátegui de Moquegua, 2018. *Universidad Privada de Tacna*. <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/975>
- Robbins, C. (2018). *Administración*. Addison Wesley.
- Rodas-Tobar, M. I., Andrés-Romero, M. P., Astudillo-Guillén, D. B., Rodas-Tobar, M. I., Andrés-Romero, M. P., & Astudillo-Guillén, D. B. (2022). Proyecto de

inserción laboral inclusivo: Formulación de su gestión organizacional. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(24), 368-384.
<https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.10>

Salas-Canales, H. J. (2021). Endomarketing: Una herramienta para la gestión efectiva del capital humano. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 17(1), 126-142. <https://doi.org/10.18004/riics.2021.junio.126>

Sánchez Ruiz, J., Román Aguirre, R., Torres Sánchez, A., Loarte Tene, M., Sánchez Ruiz, J., Román Aguirre, R., Torres Sánchez, A., & Loarte Tene, M. (2019). Inserción laboral y desarrollo profesional de las personas con discapacidades en Empresas Turísticas de la ciudad de Loja. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 201-205.

SUNAT. (2023). *Cantidad de Trabajadores*. CANTIDAD DE TRABAJADORES Y/O PRESTADORES DE SERVICIO DE 20119873542 - LA GENOVESA AGROINDUSTRIAS S.A. <https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>

Vara Horna, A. (2017). *7 pasos para una tesis exitosa*. USMP.

Vilchez, J. E. P., Moreto, S. A. H., & Paredes, J. T. (2020). Endomarketing, compromiso organizacional y satisfacción laboral en colaboradores de una asociación educativa. *Apuntes Universitarios*, 10(4), Article 4. <https://doi.org/10.17162/au.v10i4.495>

Villareal Sosa, Garcia Alcaraz, & Blanco Fernández. (2019). Endomarketing: Un análisis de la literatura. *Contaduría y Administración*, 64(2).
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1909>

CAPÍTULO V. ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
Problema principal	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Qué relación existe entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?	Determinar la relación entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.	Existe relación significativa entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.	Variable Endomarketing	<u>Tipo de Investigación</u> Básica
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
PE1. ¿Qué relación existe entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?	OE1. Determinar la relación entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.	HE 1 Existe relación significativa entre la comunicación laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.	Dimensiones - Comunicación laboral - Integración laboral - Recompensa laboral	<u>Nivel de investigación</u> Relacional <u>Diseño de investigación</u> No experimental Transversal
PE2. ¿Qué relación existe entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?	OE2. Establecer la relación entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.	HE 2 Existe relación significativa entre la integración laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.	<u>Variable:</u> Satisfacción laboral Dimensiones: - Clima laboral - Compromiso laboral - Motivación laboral	<u>Población</u> 109 trabajadores <u>Muestra</u> 86 trabajadores <u>Técnica</u> Encuesta
PE3. ¿Qué relación existe entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023?	OE3. Determinar la relación entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.	HE 3 Existe relación significativa entre la recompensa laboral y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023.		<u>Instrumento</u> Cuestionario

Anexo 02. Cuestionario

Instrumento endomarketing y satisfacción laboral

Estimado(a) participante reciba nuestra gratitud al contar con su disposición en el llenado de este cuestionario. Esperamos su respuesta sincera, pues no hay respuesta correcta ni incorrecta, únicamente buscamos reflejar su opinión.

Su participación es valiosa, y sus opiniones no serán difundidas de manera personal, pues formarán parte del estudio, cuya finalidad es determinar la relación entre el endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Genovesa Agroindustrias S.A. al año 2023. La información que se recoja será confidencial y de carácter académico. El proceso consiste en la aplicación de un breve cuestionario de 30 preguntas, que tendrá una duración aproximada de 10 minutos.

Equipo investigador

Bach. Karla Alejandra Sotelo Coronado.

Nuevamente, gracias por su participación.

He leído y entiendo el objetivo que tiene el presente estudio, estoy de acuerdo en participar en pleno uso de mis facultades, libre y voluntariamente acepto llenarlo:

SI

NO

SECCIÓN DEMOGRAFICA

A1. Edad

18 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	Mas de 55 años
--------------	--------------	--------------	--------------	----------------

A2. Sexo

Masculino	Femenino
-----------	----------

Lea cada frase y responda marcando la frecuencia con que ha tenido ese sentimiento de acuerdo a la escala siguiente Por lo cual le solicitamos sea sincero en marcar una alternativa.

Escala de valoración

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión 1. Comunicación laboral	1	2	3	4	5
P1. Está de acuerdo en que la comunicación laboral entre directivos y empleados es excelente.					
P2. Está de acuerdo en que la comunicación interna fluye sin problemas entre todos los equipos de trabajo.					
P3. Está de acuerdo con la forma en que los directivos gestionan la comunicación empresarial.					
P4. Está de acuerdo en que la comunicación interna influye en la productividad laboral.					
P5. Está de acuerdo en que se aplican las estrategias de comunicación interna más adecuadas.					
Dimensión 2. Integración laboral					
P6. Está de acuerdo en que la empresa realiza actividades frecuentes para la integración laboral.					
P7. Está de acuerdo en que la integración laboral ha mejorado la eficiencia en el trabajo.					
P8. Está de acuerdo en que la integración laboral ha permitido conocer mejor a los compañeros de trabajo.					
P9. Está de acuerdo en que la integración laboral mejora el compromiso laboral.					
P10. Está de acuerdo en que la integración laboral influye significativamente en la satisfacción laboral.					
Dimensión 3. Recompensa laboral					
P11. La empresa ofrece constantemente recompensas laborales por el esfuerzo en el trabajo.					
P12. Está de acuerdo en que las recompensas laborales ofrecidas son las más adecuadas.					
P13. Está de acuerdo con la forma en que la empresa recompensa el esfuerzo de sus empleados.					
P14. Está de acuerdo en que las recompensas laborales influyen en la capacidad para realizar un mejor trabajo.					
P15. Está de acuerdo en que las recompensas laborales son un factor que lo hace no considerar cambiar de empresa.					

Dimensión 1. Clima laboral	1	2	3	4	5
P16. Existe un buen clima laboral dentro de la empresa.					
P17. El clima laboral de la empresa es digno y se adapta a las necesidades de los empleados.					
P18. Está de acuerdo en que la empresa implementa estrategias adecuadas para mantener un buen clima laboral.					
P19. Está de acuerdo en que un buen entorno de trabajo mejora la eficiencia de los equipos.					
P20. Está de acuerdo en que el clima laboral influye en la satisfacción laboral.					
Dimensión 2. Compromiso laboral					
P21. En qué medida se siente satisfecho con su desempeño en la empresa.					
P22. Está de acuerdo en que el equipo de trabajo está comprometido con su labor.					
P23. Siempre da su mejor esfuerzo en cada tarea o actividad dentro de la empresa.					
P24. Se siente parte de la empresa y se esfuerza por cumplir los objetivos y metas establecidos.					
P25. Está de acuerdo en que cuenta con todas las herramientas y recursos necesarios para realizar bien su trabajo.					
Dimensión 3. Motivación laboral					
P26. La empresa le ofrece incentivos para mantenerlo constantemente motivado dentro del trabajo.					
P27. Está de acuerdo con los tipos de incentivos laborales que les ofrece la empresa.					
P28. Está de acuerdo en que se siente motivado todos los días al momento de hacer sus funciones.					
P29. Está de acuerdo en que la empresa realiza charlas motivacionales constantemente.					
P30. Esta de acuerdo en que la motivación es un factor que incide en su satisfacción laboral.					

Anexo 03. Base de datos

A 1	A 2	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7	P1 8	P1 9	P2 0	P2 1	P2 2	P2 3	P2 4	P2 5	P2 6	P2 7	P2 8	P2 9	P3 0		
5	1	4	4	2	5	2	2	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	2	2	2	5
2	1	4	4	4	5	2	2	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	2	1	1	2	4	
4	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	2	2	2	4	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	
5	1	4	4	2	5	2	2	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5
4	2	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	1	2	2	4	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
1	1	2	2	2	4	2	1	4	4	4	4	2	2	2	5	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	3	5	
3	1	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	
1	1	2	4	2	2	4	4	5	5	3	2	3	5	5	4	4	3	1	4	4	4	2	2	2	4	3	4	2	3	3	5		
1	1	2	2	2	4	2	2	4	4	5	5	2	2	2	5	4	2	2	1	4	4	2	2	2	4	2	4	2	3	2	5		
3	1	4	4	4	5	3	4	5	2	4	4	1	1	1	4	3	1	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	2	2	2	5	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	5	
3	2	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
2	1	3	4	2	4	2	2	5	2	4	4	1	1	1	4	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	1	1	2	4	
3	1	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	2	2	2	4		
1	1	2	3	2	4	2	2	4	4	5	5	2	2	2	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	2	2	2	5	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	5	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
2	1	3	4	2	4	2	2	5	2	4	4	1	1	1	4	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	1	1	2	4	
3	1	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	2	2	2	2	4	
1	1	2	4	2	2	4	4	4	5	5	2	2	2	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	
4	2	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	
1	1	2	3	2	4	2	2	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
5	1	4	4	2	5	2	2	5	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	5	
2	1	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	2	2	2	5	4	2	3	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	4	
1	1	2	4	2	4	2	2	4	4	5	5	2	2	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	
4	2	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	
3	1	4	4	4	5	2	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	5	
4	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	1	2	1	4	3	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	2	1	1	2	4	
2	1	2	4	2	4	2	2	4	4	5	5	2	2	2	5	4	2	4	2	5	4	4	2	5	4	4	3	4	2	1	1	2	4
1	1	2	3	2	4	2	2	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
5	1	4	4	2	5	2	2	5	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	5	
2	1	4	4	4	5	2	2	5	4	5	5	2	2	2	5	4	2	3	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2	2	2	2	4	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	
2	1	2	4	2	4	2	2	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
4	2	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	2	2	2	2	4	
1	1	2	4	2	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	2	3	3	5		
2	1	3	4	2	4	2	2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	2	2	2	5
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	3	3	5	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	2	2	2	2	5	
1	1	1	2	1	4	1	1	3	2	4	1	1	1	1	4	3	1	4	2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	1	4	4	2	5	2	2	5	4	4	5	2	2	2	5	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	2	2	2	2	5
1	1	2	2	2	4	2	2	4	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	2	5
4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	2	2	2	4	
5	1	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	3	3	3	5	5	4	3	2	4	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	5	
4	2	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	2	2	2	5	4	2	2	1	4	4	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	5
2	1	4	4	3	5	2	2	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	2	2	5	
1	1	1	2	2	4	2	1	4	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	2	5
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	3	2	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	5	
2	1	4	4	3	5	2	2	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	2	2	2	5	
4	2	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	2	2	2	5	4	2	3	2	4	4	2	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	
4	2	5	4	4	5	4	4	5	2	4	1	1	1	1	4	3	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	2	2	2	4	
2	1	2	4	2	4	2	2	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	2	5	4	4	2	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5
1	1	2	3	2	4	2	2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	2	1	1	2	4	
4	2	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	2	5	4	4	3	4	5	4	2	2	2	2	2	5	
5	1	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	3	5		
3	1	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	3	5		
5	1	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	2	2	2	2	5	
1	1	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	2	2	2	5	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5
4	2	5	4	4	5	4	4	5	2	4	4	1	1	1	4	3	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	2	2	2	4	
1	1	2	3	2	4	2	2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	2	1	1	2	4	

2	1	4	4	3	5	2	2	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	5	
2	1	3	4	2	4	2	2	5	4	4	4	2	2	2	5	4	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	2	2	2	5	
2	1	2	4	2	4	2	2	5	3	4	4	1	2	2	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	2	5	
2	1	4	4	3	5	2	2	5	4	5	5	2	2	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	2	2	2	4	
2	1	4	4	3	5	2	2	5	4	5	5	3	3	3	5	5	4	4	2	5	4	4	3	4	5	4	2	2	2	2	4	
3	2	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
4	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	5	
3	1	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	1	1	2	4	
1	1	2	2	2	4	2	2	4	4	5	5	2	2	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	5
3	2	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	5
3	1	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	3	2	3	5	5	4	4	2	5	4	4	3	4	5	4	2	2	2	2	5	
3	1	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	5
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	3	2	5	
2	1	3	4	2	4	2	2	5	2	4	4	1	1	1	4	3	1	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	2	1	2	4	
2	1	4	4	3	5	2	2	5	4	5	5	2	2	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
2	1	4	4	2	4	2	2	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	2	1	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	5
1	1	1	2	1	4	1	1	3	2	4	4	1	1	1	4	3	1	3	2	4	4	2	2	3	4	4	2	1	1	2	4	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
1	1	2	4	2	4	2	2	4	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	5	
3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
1	1	1	2	1	4	1	1	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	5
1	1	2	2	2	4	2	1	4	4	5	5	2	2	2	5	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	5
2	1	2	4	2	4	2	2	5	4	5	5	3	3	3	5	5	4	2	1	4	4	2	2	2	4	2	4	2	3	4	5	