



## **Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio**

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de  
Licenciada en Comercio

**Tema:** Endomarketing y la satisfacción laboral de los trabajadores  
del Sector Manufacturero del Distrito Metropolitano de Quito

**Autora:** Andrea Elizabeth Jarrín Cazco

**Directora:** Dra. Ivonne Marlene Benavides Franco

**Sangolquí, 2022**

# Índice de Contenido

1 Antecedentes

2 Problema

3 Objetivos

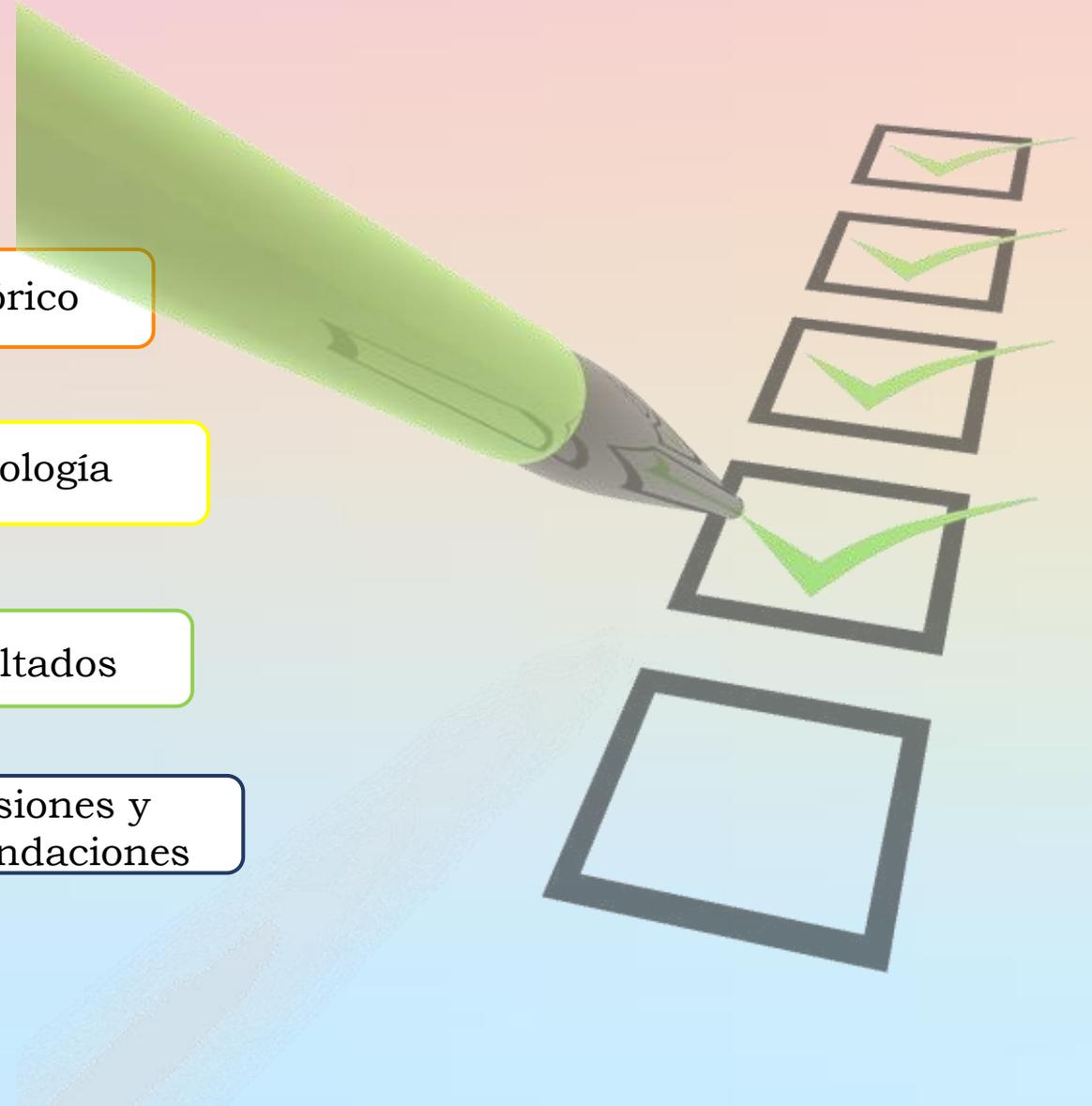
4 Hipótesis

5 Marco teórico

6 Metodología

7 Resultados

8 Conclusiones y recomendaciones



# Introducción

Cambios sociodemográficos, políticos y entornos más competitivos.



Los recursos humanos son considerados como el activo más importante en las empresas



A partir de 1970 se relaciona al Endomarketing con la gestión de servicios



En 1980 Leonard Berry define a los empleados de las empresas como cliente interno



# Problema



# Objetivos

## O. General:

Analizar la incidencia del endomarketing en la satisfacción laboral de los trabajadores del sector manufacturero en el DMQ

### O.E. 1

Analizar las teorías, modelos del endomarketing y satisfacción laboral

### O. E. 2

Medir el índice de satisfacción laboral, mediante un análisis estadístico univariado

### O. E. 3

Realizar un diagnóstico correlacional con las variables de endomarketing y satisfacción laboral

# Hipótesis

H1: El endomarketing influye en la satisfacción laboral de los trabajadores del sector manufacturero del Distrito Metropolitano de Quito

H0: El endomarketing no influye en la satisfacción laboral de los trabajadores del sector manufacturero del Distrito Metropolitano de Quito



H2: La aplicación del modelo de endomarketing tiene grandes beneficios para los empleados del sector manufacturero en cuanto a la satisfacción laboral

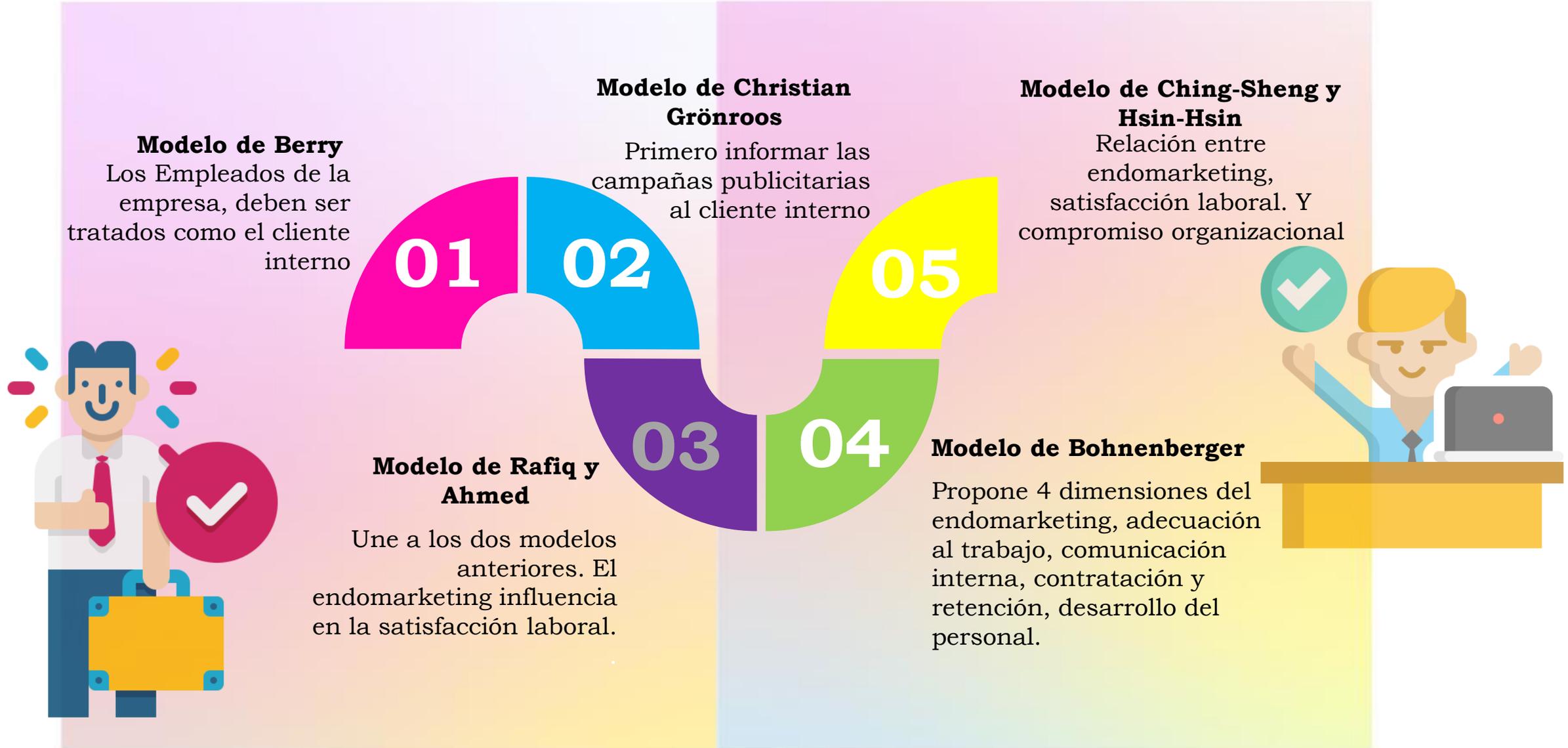


H3: La satisfacción laboral alcanza un nivel de 70% o mayor en los empleados del sector manufacturero



H4: El endomarketing influye en más del 0.7 en la satisfacción laboral de los empleados del sector manufacturero.

# Marco teórico



# Marco teórico

## Endomarketing



### Como parte del Marketing de Servicios

Herramienta para construir una cultura de servicios.



### Como parte del marketing Holístico

Marketing interno, marketing integrado, marketing relacional, rendimiento del marketing o marketing social



### Mezcla del marketing Interno

Producto, Objetivo, Despliegue, Comunicación Interna



### Y su relación con el cliente interno

La satisfacción del cliente externo se logra a través del cliente interno



### Y la satisfacción laboral

Mejora la calidad del servicio y satisfacción del cliente externo

# Metodología

## Enfoque

Cuantitativo



## Por su finalidad

Aplicada

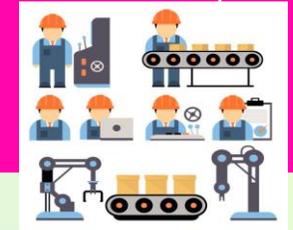


**Por las fuertes de información**  
Mixta (fuentes primarias y secundarias)



## Por unidad de análisis

Trabajadores de la industria manufacturera del DMQ



## Por control de las variables

No experimental  
transversal

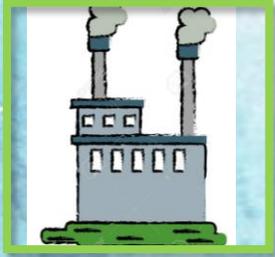


## Por el alcance

Correlacional



# Metodología



## Unidad de análisis

Trabajadores de empresas que pertenecen al sector manufacturer del DMQ



## Población de análisis

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)  
Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo



## Muestra

Fórmula de la población finita  
**(382,39 = 383 encuestados)**

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

$$N = 82.172$$

$$Z = 95\% =$$

$$1,96.$$

$$e = 5\% = 0.05$$

$$P = 50\% =$$

$$0.5$$

$$Q = 50\% = 0.5$$



## Procedimiento

Recopilación de información a través de encuestas  
Análisis estadístico en software SPSS

# Resultados

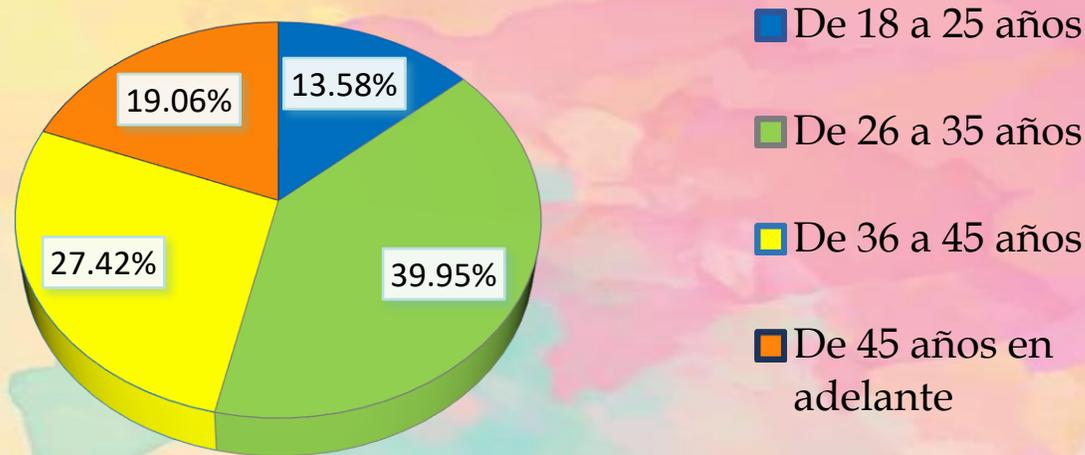
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Variable	Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>Endomarketing</b>	Comunicación Interna	0.936	6
	Contratación y retención de empleados	0.884	2
	Adecuación al trabajo	0.887	4
	Desarrollo	0.858	4

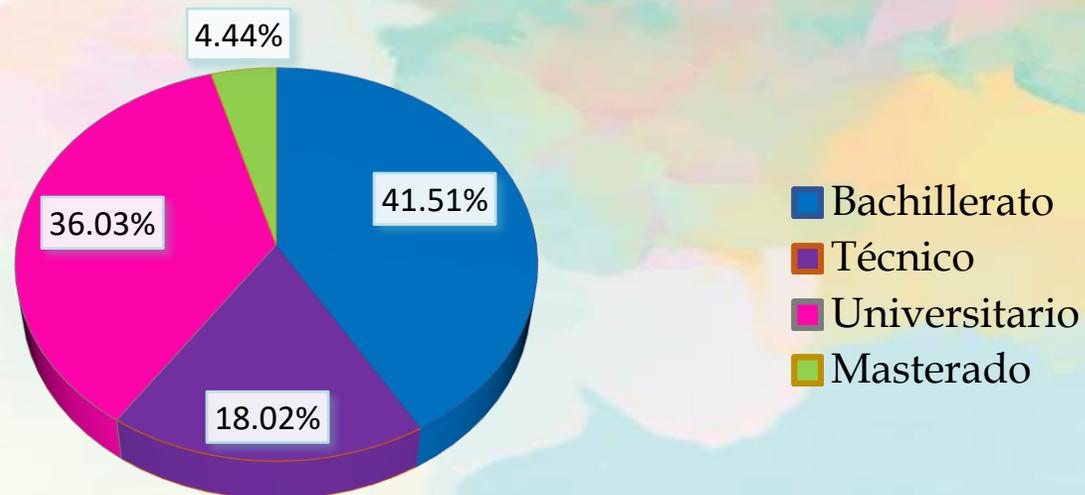
Variable	Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>Satisfacción</b>	Satisfacción Extrínseca	0.797	6
<b>laboral</b>	Satisfacción Intrínseca	0.806	7

# Resultados

## EDAD



## NIVEL DE ESTUDIOS

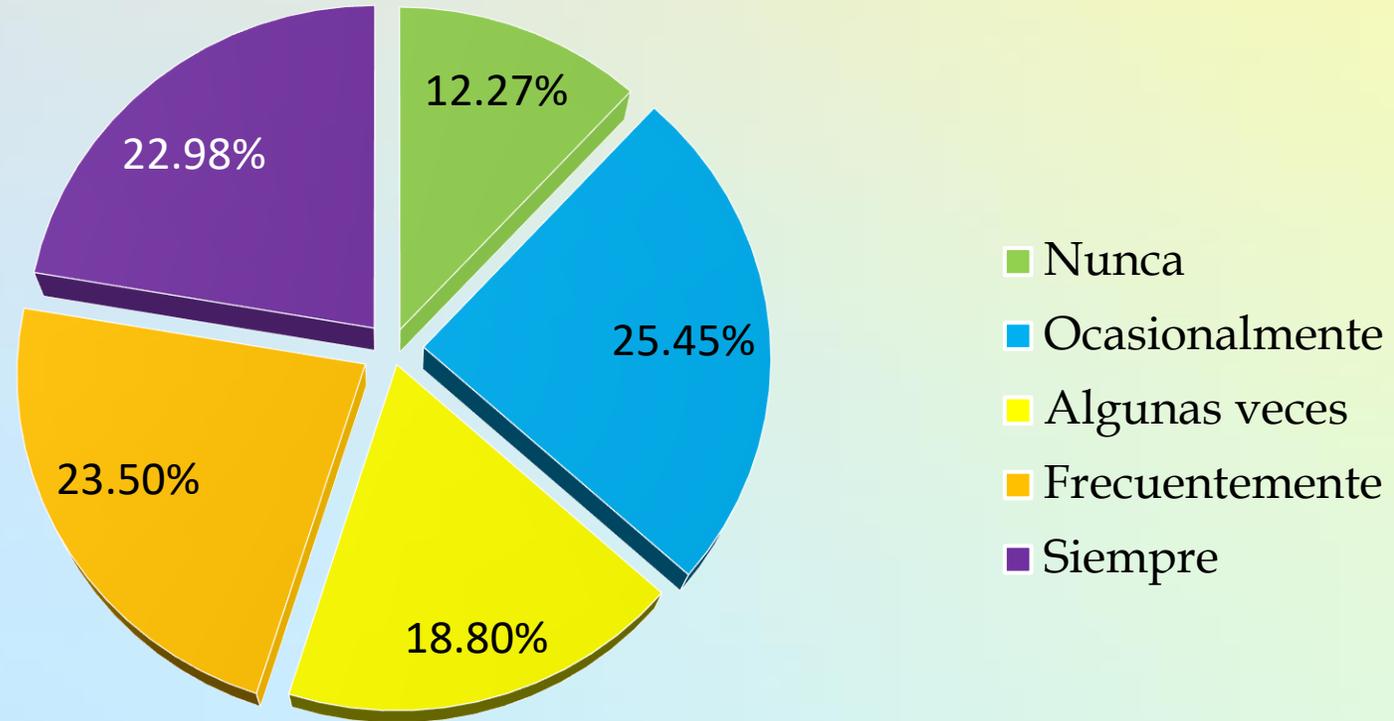


Área en la que labora			
	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Administración	26	6.8
	Atención al cliente	4	1.0
	Atención al cliente	10	2.6
	Bodega	28	7.3
	Comercial	52	13.6
	Comunicación	30	7.8
	Contabilidad	17	4.4
	Costura	12	3.1
	Logística	32	8.4
	Marketing	13	3.4
	Producción	92	24.0
	Recursos humanos	11	2.9
	Técnico agrícola	10	2.6
	Total	383	100.0

# Resultados

## Endomarketing- Comunicación Interna

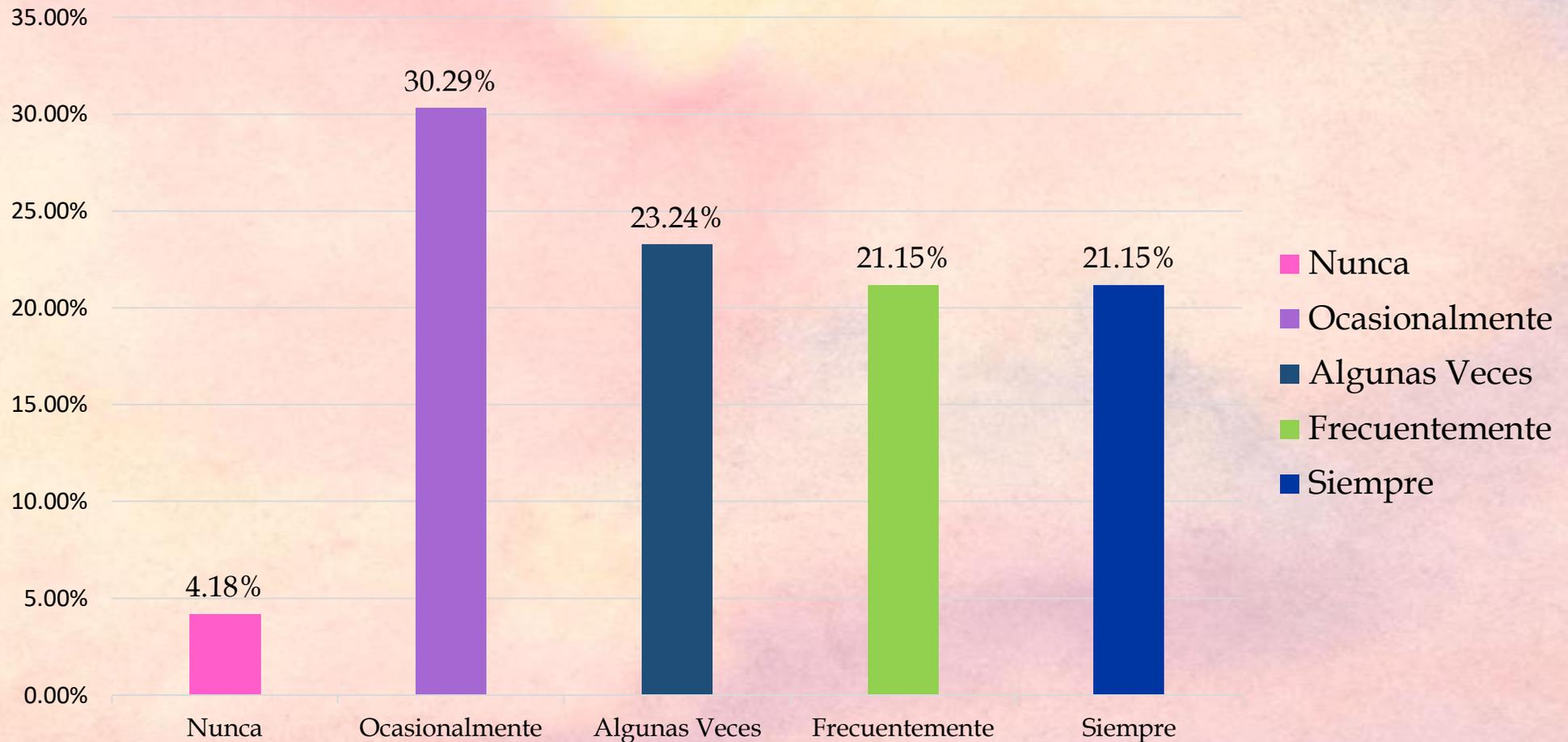
7. ¿La empresa comunica adecuadamente su cultura empresarial?



# Resultados

## Endomarketing- Contratación y retención de los empleados

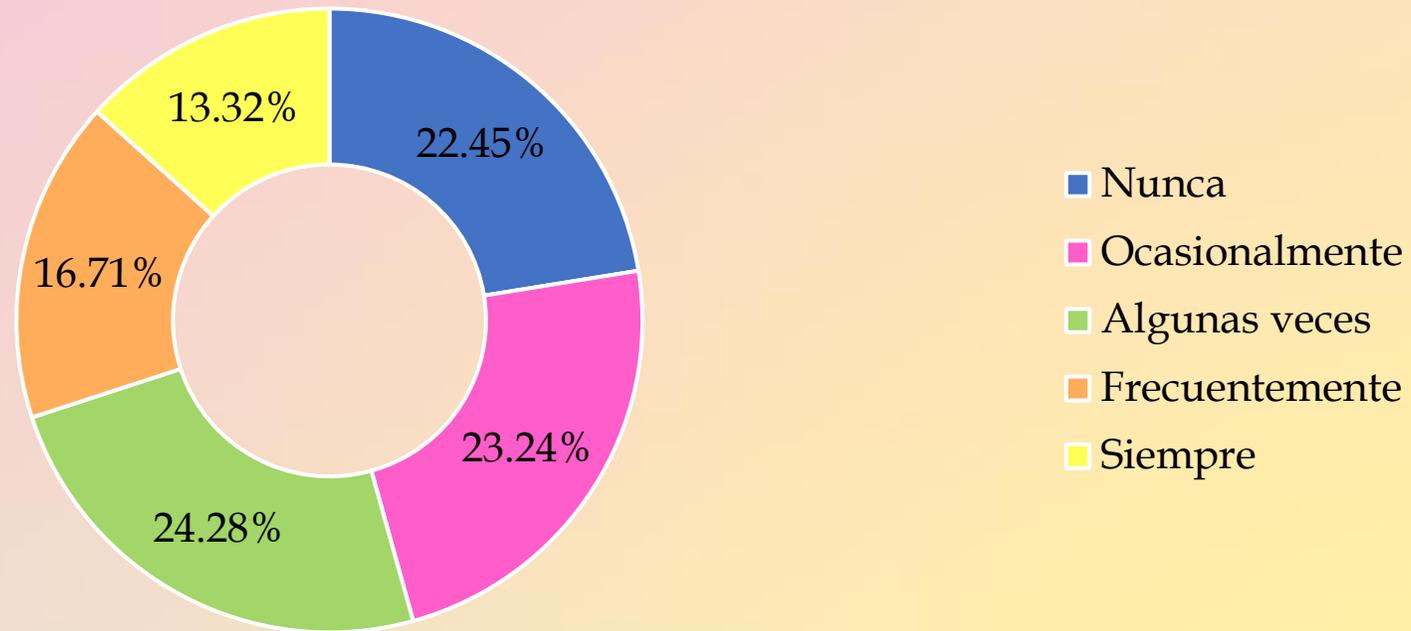
4. ¿ La empresa capacita a los empleados para desempeñarse bien en sus actividades laborales?



# Resultados

## Endomarketing-Adecuación al trabajo

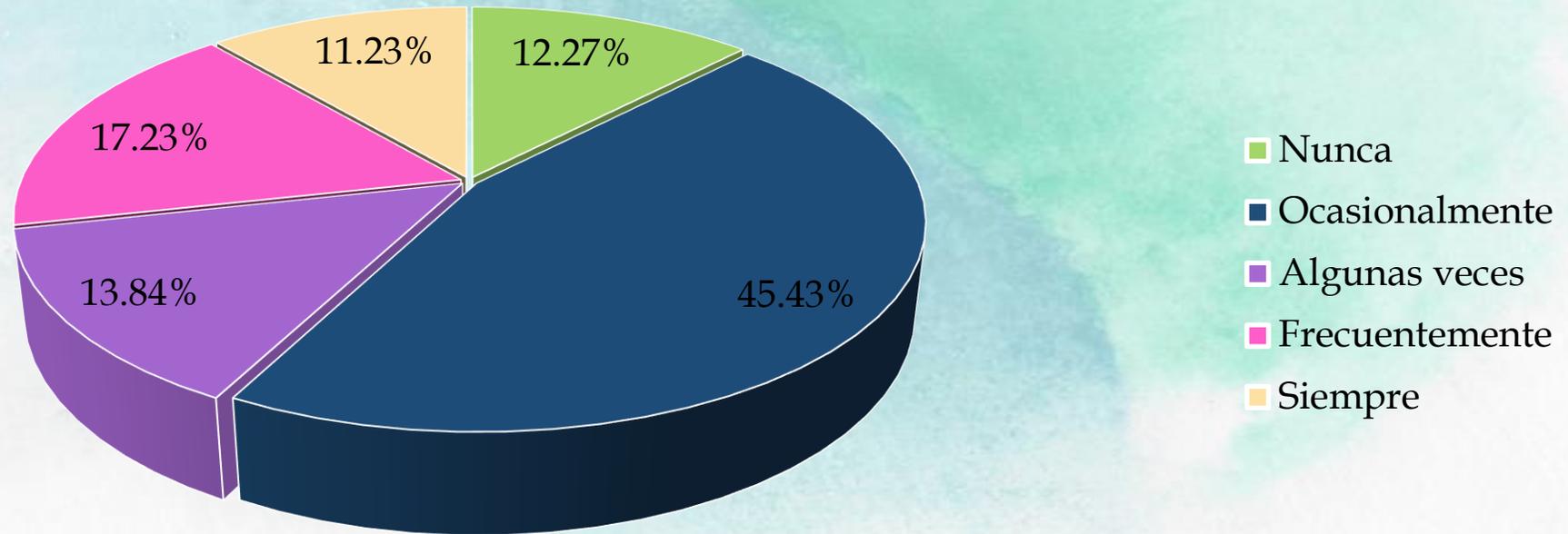
11. ¿En la empresa, aquellos empleados que brindan un excelente rendimiento laboral son recompensados por sus esfuerzos?



# Resultados

Endomarketing- Desarrollo de los empleados

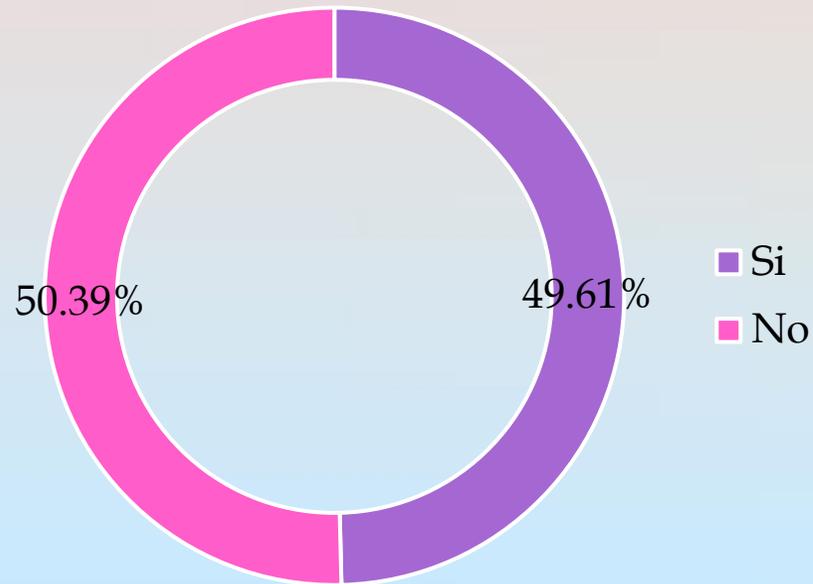
12. ¿La empresa va más allá de la capacitación y promueve el crecimiento y desarrollo de habilidades de los empleados?



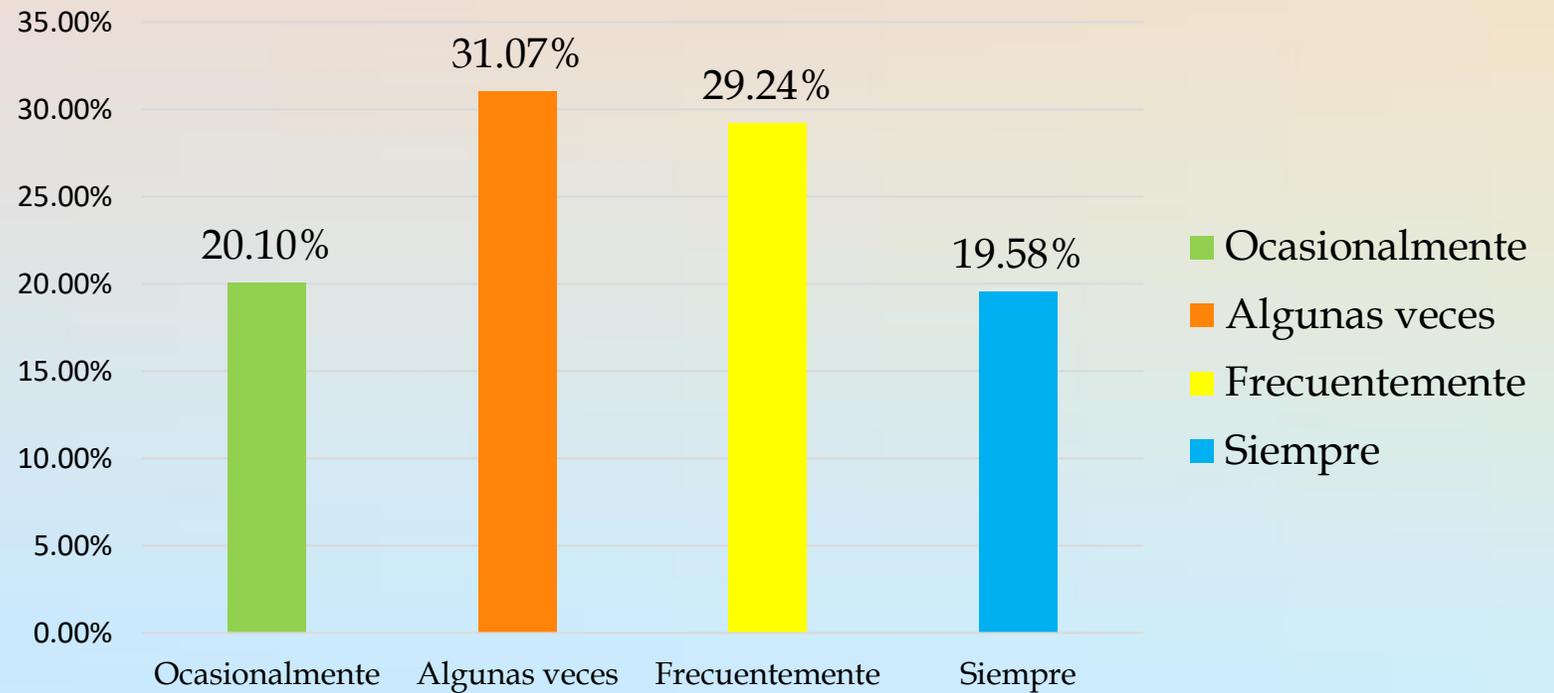
# Resultados

## Satisfacción laboral – Satisfacción extrínseca

24. ¿Su salario actual es satisfactorio?



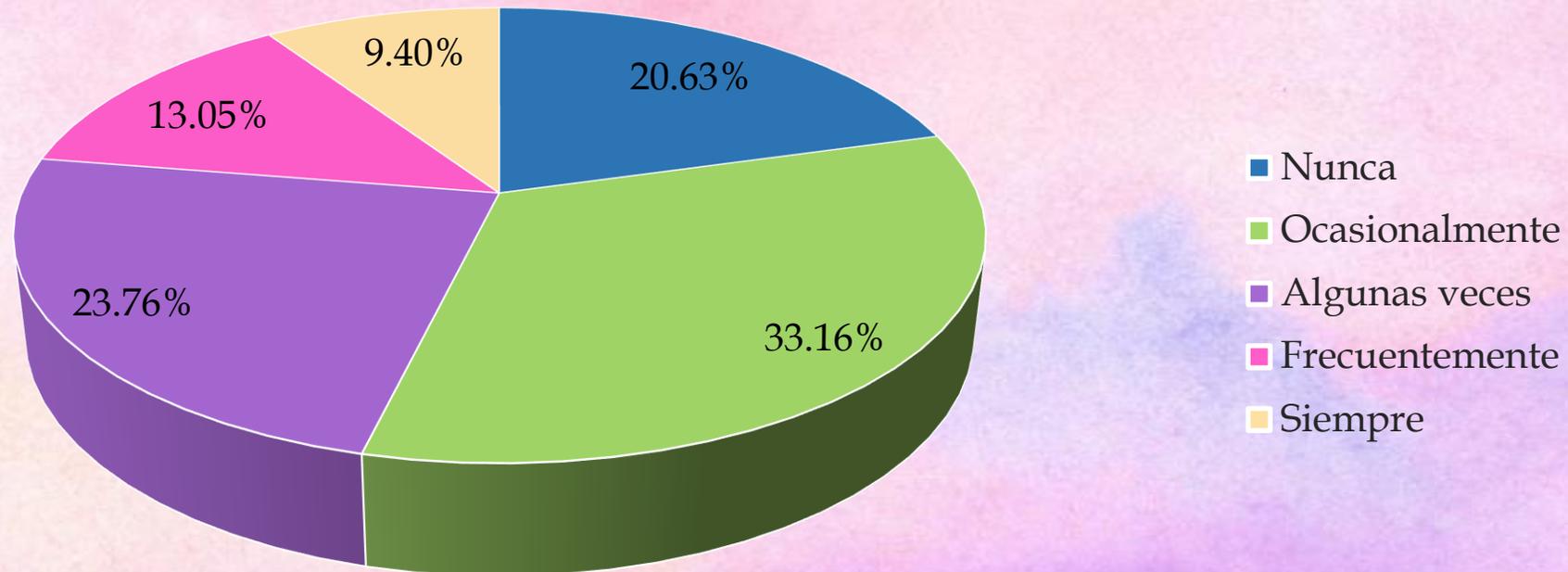
20. En la empresa, ¿existe apoyo entre las diferentes áreas?



# Resultados

Satisfacción laboral – Satisfacción intrínseca

23. ¿La empresa proporciona oportunidades de ascenso o promoción a sus empleados?



# Resultados

## Prueba de Hipótesis

			Satisfacción Intrínseca	Satisfacción Extrínseca
Rho de Spearman	Comunicación Interna	Coefficiente de correlación	.726**	.791**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
		N	383	383
	Contratación y retención de los empleados	Coefficiente de correlación	.586**	.564**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
		N	383	383
	Adecuación al trabajo	Coefficiente de correlación	.755**	.519**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
		N	383	383
	Desarrollo de los empleados	Coefficiente de correlación	.788**	.702**
		Sig. (bilateral)	.000	.000
		N	383	383
Sig. (bilateral)		.000	.	
	N		383	383

			Correlaciones	
			Endomarketing	Satisfacción Laboral
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1.000	.812**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	383	383
	Satisfacción Laboral	Coefficiente de correlación	.812**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	383	383

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

**rho= 0,812 < 0.05**

Regla de decisión Si  $p \leq 0.05$  se rechaza  $H_0$

# Resultados

## Prueba de Hipótesis



Buena  
comunicación  
interna

Se sienten  
escuchados y parte  
de un equipo de  
trabajo

Mejorando el  
estado de ánimo y  
desempeño  
laboral

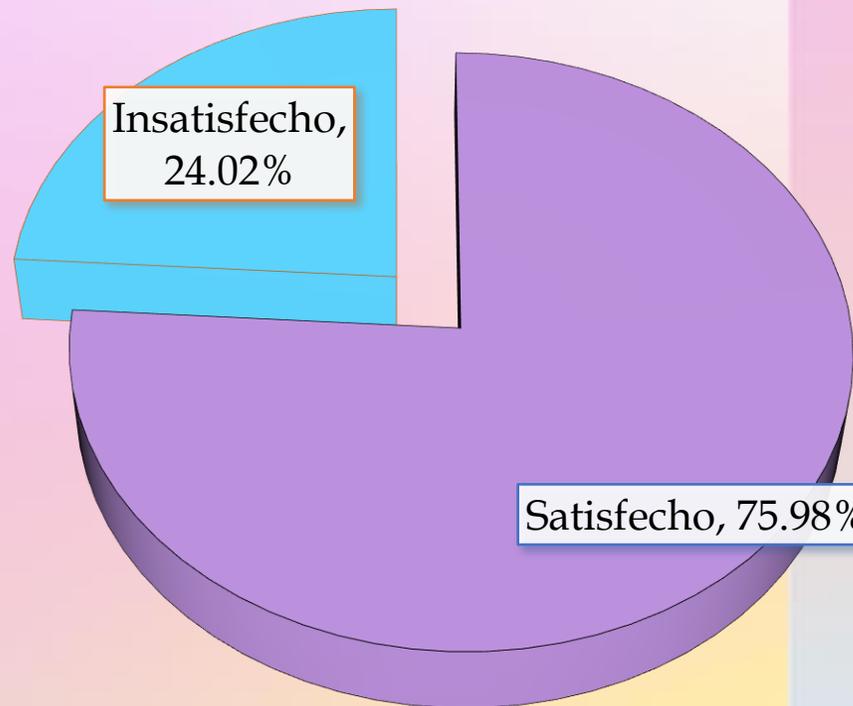
Brinda una  
buena  
capacitación a los  
empleados

Motiva e incentiva  
a aprender y  
desarrollarse,

# Resultados

Prueba de Hipótesis

## SATISFACCIÓN LABORAL



- Satisfecho
- Insatisfecho

→ **70% < 75,98%**

# Resultados

## Prueba de Hipótesis

		Correlaciones	
		Endomarketing	Satisfacción Laboral
Rho de Spearman	Endomarketing	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.000
		N	383
	Satisfacción Laboral	Coefficiente de correlación	.812**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	383

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).



**0,7 < 0,812**

# Conclusiones

En endomarketing influye sobre la satisfacción laboral

Promueve la participación de los empleados

Dimensiones del endomarketing y satisfacción laboral



# Recomendaciones

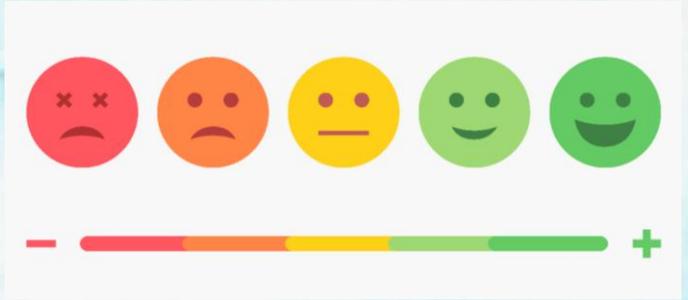
1

Nuevas líneas de investigación



2

Realizar otras pruebas de correlación



3

Tomar en cuenta al Endomarketing



4

Realizar estudios que lo relacionen con otras variables

Gracias

