



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA  
INDUSTRIAL**

Aplicación del endomarketing para mejorar la productividad  
laboral en una empresa de seguridad privada, Callao - 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Ingeniero Industrial

**AUTORES:**

Camacho Arroyo, Carlos Manuel ([orcid.org/0009-0003-8596-6292](https://orcid.org/0009-0003-8596-6292))

Ruiz Alvarado, Guillermo ([orcid.org/0009-0000-1223-9439](https://orcid.org/0009-0000-1223-9439))

**ASESOR:**

Dr. Davila Laguna, Ronald Fernando ([orcid.org/0000-0001-9886-0452](https://orcid.org/0000-0001-9886-0452))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Empresarial y Productiva

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CALLAO – PERÚ

2023

**Dedicatoria:**

Este trabajo está dedicado en primer lugar a mi Padre Celestial, a mis padres y mi esposa y mis hijos por su apoyo constante para completar esta etapa de mi vida y alcanzar mis metas a base de esfuerzo y sacrificio.

### **Agradecimiento:**

Quiero agradecer a Dios por su gracia bendita hoy puedo tener la oportunidad de estar aquí, gracias a mi familia por la confianza y su apoyo moral incondicional que me brindan siempre en cada uno de mis proyectos de vida. Gracias al Dr. Ronald Fernando Dávila Laguna por su orientación, asesoramiento y paciencia en esta etapa de formación de nuestra carrera profesional y a los decentes que formaron parte de nuestra evolución como Ingenieros Industriales. Gracias.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, DAVILA LAGUNA RONALD FERNANDO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Aplicación del Endomarketing para Mejorar la Productividad Laboral en una empresa de Seguridad Privada, Callao-2023.", cuyos autores son CAMACHO ARROYO CARLOS MANUEL, RUIZ ALVARADO GUILLERMO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 23 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
DAVILA LAGUNA RONALD FERNANDO <b>DNI:</b> 22423025 <b>ORCID:</b> 0000-0001-9886-0452	Firmado electrónicamente por: RDAVILALA el 10-12- 2023 11:48:31

Código documento Trilce: TRI - 0662334



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

### **Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, CAMACHO ARROYO CARLOS MANUEL, RUIZ ALVARADO GUILLERMO estudiantes de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Aplicación del Endomarketing para Mejorar la Productividad Laboral en una empresa de Seguridad Privada, Callao-2023.", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
CAMACHO ARROYO CARLOS MANUEL DNI: 05378193 ORCID: 0009-0003-8596-6292	Firmado electrónicamente por: CCAMACHOAR el 06-12-2023 23:51:22
RUIZ ALVARADO GUILLERMO DNI: 41883032 ORCID: 0009-0000-1223-9439	Firmado electrónicamente por: RRUIZAL81 el 06-12-2023 23:52:19

Código documento Trilce: INV - 1610897

## Índice de Contenidos

DEDICATORIA (FIN ACADÉMICO) .....	ii
AGRADECIMIENTO (FIN ACADÉMICO) .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES.....	v
Índice de Contenidos.....	vi
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Figuras.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	2
II. MARCO TEÓRICO.....	7
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	14
3.2 Variables y Operacionalización .....	14
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	17
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5 Procedimientos .....	19
3.6 Método de análisis de datos.....	48
3.7 Aspectos éticos.....	48
IV. RESULTADOS .....	49
V. DISCUSIÓN.....	64
VI. CONCLUSIONES.....	67
VII. RECOMENDACIONES.....	68
REFERENCIAS .....	69
ANEXOS	

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Tabla de Frecuencias de los Incidentes registrados en la empresa en estudio.....	3
<b>Tabla 2.</b> Frecuencias y porcentaje de los incidentes registrados en la empresa en estudio.....	4
<b>Tabla 3.</b> Juicio de Expertos .....	19
<b>Tabla 4.</b> Principales Clientes de la empresa que mantenía desde el 2020 hasta el 2023.....	21
<b>Tabla 5.</b> Nivel de Desarrollo Personal.....	33
<b>Tabla 6.</b> Nivel de Retención de Talento.....	34
<b>Tabla 7.</b> Nivel de Comunicación Interna .....	35
<b>Tabla 8.</b> Nivel de Eficiencia .....	36
<b>Tabla 9.</b> Nivel de Eficacia .....	37
<b>Tabla 10.</b> Cronograma de capacitaciones .....	47
<b>Tabla 11.</b> Resultados del Nivel de Desarrollo del Personal - Post Test.....	57
<b>Tabla 12.</b> Resultado del Nivel de Retención de Talento - Post Test.....	59
<b>Tabla 13.</b> Resultado del Post Test de Nivel de Comunicación Interna .....	61
<b>Tabla 14.</b> Resultado del Nivel de Eficiencia - Post Test.....	63
<b>Tabla 15.</b> Resultado del Post Test de Nivel de Eficacia.....	65
<b>Tabla 16.</b> Análisis Descriptivo del Endomarketing durante el Pre Test y el Post Test ...	49
<b>Tabla 17.</b> Análisis Descriptivo del Endomarketing durante el Pre Test y el Post Test ...	50
<b>Tabla 18.</b> Análisis Descriptivo de la Retención del Personal durante el Pre Test y el Post Test.....	52
<b>Tabla 19.</b> Análisis Descriptivo de la Retención del Personal durante el Pre Test y el Post Test.....	53
<b>Tabla 20.</b> Análisis Descriptivo de la Productividad Laboral durante el Pre Test y el Post Test.....	54
<b>Tabla 21.</b> Análisis Descriptivo de la Eficiencia durante el Pre Test y el Post Test.....	55
<b>Tabla 22.</b> Análisis Descriptivo de la Eficiencia durante el Pre Test y el Post Test.....	57
<b>Tabla 23.</b> Prueba de Normalidad de Productividad Laboral – Pre Test & Post Test.....	59
<b>Tabla 24.</b> Prueba de Wilcoxon de la Variable Dependiente.....	59
<b>Tabla 25.</b> Prueba de Normalidad de la Eficiencia – Pre Test & Post Test.....	61

<b>Tabla 26.</b> Prueba de Wilcoxon de la Dimensión 1 .....	61
<b>Tabla 27.</b> Prueba de Normalidad de la Eficacia – Pre Test & Post Test.....	62
<b>Tabla 28.</b> Prueba de Wilcoxon de la Variable Dependiente .....	63

## Índice de Figuras

Figura 1. Diagrama de Ishikawa, podemos observar las principales causas del bajo rendimiento laboral de la empresa en estudio.....	3
Figura 2. Diagrama de Pareto, podemos observar nuestro Diagrama de Pareto .....	5
Figura 3. Ubicación de la Empresa en Estudio .....	20
Figura 4. Organigrama de la Empresa en Estudio .....	23
Figura 5. Mapa de Procesos de la Empresa en Estudio .....	24
Figura 6. Matriz FODA de la Empresa en Estudio.....	25
Figura 7. Diagrama de Ishikawa.....	26
Figura 8. Encuesta de clima laboral.....	27
Figura 9. Resultado del clima laboral referente a la empresa .....	27
Figura 10. Resultado del clima laboral referente al jefe inmediato .....	28
Figura 11. Resumen de la encuesta de clima laboral empresa-jefe inmediato .....	29
Figura 12. Programa Anual de Capacitaciones del 2023 – Periodo Pre Test.....	30
Figura 13. Matriz de Objetivos y Metas del Sistema Integrado de Gestión, donde se puede apreciar que no había un seguimiento de parte de la empresa.....	30
Figura 14. Carta de renuncia voluntaria de trabajador .....	31
Figura 15. Acta de culminación de servicio a un cliente.....	32
Figura 16. Resumen del nivel de Desarrollo del Personal.....	33
Figura 17. Resumen del total de trabajadores.....	34
Figura 18. Resumen del Nivel de Comunicación Interna .....	35
Figura 19. Resumen del Nivel de Eficiencia.....	36
Figura 20. Resumen de eficacia.....	37
Figura 21. Diagrama de Gantt de la propuesta de mejor .....	42
Figura 22. Reunión con los directivos de la empresa.....	43
Figura 23. Acta de reunión del comité de SST.....	44
Figura 24. Personal trabajando en las instalaciones de la empresa en estudio .....	45
Figura 25. Formato de visita al puesto de Trabajo, documento actualizado y estandarizados por parte de la empresa en estudio .....	46
Figura 26. Capacitación programada al personal de servicio.....	48
Figura 27. Charla de Capacitación a los trabajadores sobre temas de Endomarketing .....	48
Figura 28. Capacitación en primero auxilios .....	49

Figura 29. Compartir con los trabajadores el día de la capacitación .....	50
Figura 30. Otorgamiento de diplomas por la participación en el desarrollo de capacitación. .....	50
Figura 31. Portada de la página de Facebook de la empresa en estudio .....	51
Figura 32. Se muestra la entrega de Diploma de reconocimiento y vale de consumo al colaborador del meso.....	52
Figura 33. Reunión de los trabajadores con el área administrativa .....	52
Figura 34. Implementación de un buzón de sugerencias .....	53
Figura 35. Difusión de los boletines mensuales donde se muestra el colaborador del mes .....	54
Figura 36. Encuesta el clima laboral de la empresa.....	55
Figura 37. Encuesta sobre la empresa .....	55
Figura 38. Encuesta sobre el jefe inmediato .....	56
Figura 39. Resumen de la encuesta laboral antes y después.....	56
Figura 40. Resultado del pre y Post Test de desarrollo personal .....	58
Figura 41. Resultado del pre y Post Test de retención de talento .....	60
Figura 42. Resultado del pre y Post Test de comunicación interna.....	62
Figura 43. Resultado del pre y Post Test de Eficiencia .....	64
Figura 44. Resultado del pre y Post Test de Eficacia.....	66
Figura 45. Evaluación Económica Financiera del Proyecto en el periodo 2023 .....	48
Figura 46. Porcentaje de cumplimiento de Endomarketing .....	50
Figura 47. Porcentaje de Desarrollo personal .....	51
Figura 48. Resultado del pre y Post Test de retención de talento .....	52
Figura 49. Porcentaje de la comunicación interna .....	53
Figura 50. Porcentaje de la Producción laboral.....	55
Figura 51. Porcentaje de la Eficiencia.....	56
Figura 52. Porcentaje de la Eficacia.....	57

## RESUMEN

En la investigación llevada a cabo en Callao en 2023, se buscó determinar cómo la aplicación del Endomarketing influye en la mejora de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada. La metodología empleada fue de tipo aplicada y de diseño pre experimental, implicando la manipulación directa de variables con un grupo, un Pre Test y un Pos Test. Además, se adoptó un enfoque cuantitativo al utilizar herramientas estandarizadas, datos numéricos y análisis estadísticos para poner a prueba hipótesis y proporcionar información válida y confiable.

La investigación, de alcance explicativo, tenía como objetivo comprender las causas de los eventos y fenómenos, así como las relaciones entre variables. La recopilación de datos en el pre test y post test permitió obtener resultados estadísticos a nivel descriptivo e inferencial mediante la prueba de coeficiente de regresión. Este reveló un valor estadísticamente significativo lineal con un nivel de significancia de 0.05, llevando al rechazo de la hipótesis nula.

Los resultados indican que el Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada, con un aumento del 13.86% a lo largo del período entre el pre test y el post test. Además, se confirmó la Hipótesis Específica 1  $H_a$ , que sostiene que la implementación del Endomarketing contribuye a mejorar la Eficiencia de la Productividad Laboral, con un aumento del 51.39%. También se respaldó la Hipótesis Específica 2  $H_a$ , que afirma que la aplicación del Endomarketing mejora la Eficacia de la Productividad Laboral, con un aumento del 11.22%. En ambos casos, el análisis del coeficiente de regresión arrojó valores estadísticamente significativos, confirmando así la influencia positiva del Endomarketing en la mejora de la Productividad Laboral en la empresa de seguridad privada.

**Palabras clave:** Endomarketing, Productividad Laboral, Desarrollo Personal, Retención de Talento, Comunicación Interna, Eficiencia, Eficacia, Clima Laboral.

## ABSTRACT

In the research conducted in Callao in 2023, the aim was to determine how the application of Endomarketing influences the improvement of Labor Productivity in a private security company. The methodology employed was applied in nature and of a pre-experimental design, involving the direct manipulation of variables with a group, a Pre-Test, and a Post-Test. Additionally, a quantitative approach was adopted by using standardized tools, numerical data, and statistical analyses to test hypotheses and provide valid and reliable information.

The research, with an explanatory scope, aimed to understand the causes of events and phenomena, as well as the relationships between variables. The collection of data in the pre-test and post-test allowed for descriptive and inferential statistical results through the regression coefficient test. This revealed a statistically significant linear value with a significance level of 0.05, leading to the rejection of the null hypothesis.

The results indicate that Endomarketing improves labor productivity in a private security company, with an increase of 13.86% over the period between the pre-test and the post-test. Furthermore, Hypothesis Specific 1  $H_a$  was confirmed, asserting that the implementation of Endomarketing contributes to improving the efficiency of labor productivity, with an increase of 51.39%. Hypothesis Specific 2  $H_a$  was also supported, stating that the application of Endomarketing enhances the effectiveness of labor productivity, with an increase of 11.22%. In both cases, the analysis of the regression coefficient yielded statistically significant values, confirming the positive influence of Endomarketing on the improvement of labor productivity in the private security company.

**Keywords:** Endomarketing, Productividad Laboral, Desarrollo Personal, Retención de Talento, Comunicación Interna, Eficiencia, Eficacia, Clima Laboral.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La innovación del Endomarketing se ha convertido en un elemento vital para el desarrollo de las empresas tanto públicas y privadas. Su implementación aborda desafíos significativos como la deficiencia labor comercial, la existencia de objetivos ambiguos, la escasez de recursos y la capacitación insuficiente. Estos problemas, si no se gestiona adecuadamente, pueden llevar a una disminución de la productividad laboral. SARMIENTO (2021)

A nivel internacional, los datos recopilados sobre el Endomarketing y la productividad en las empresas de seguridad, según la percepción de los empleados, revelaron varios problemas significativos. Un 30% de los empleados informó que no se promovió un servicio de calidad como parte de la productividad de los procesos establecidos por la organización. Además, el 18% manifestó que el servicio difundido por la organización era demasiado tecnificado y complejo. Por último, un 35% señaló que la empresa no facilitó los recursos necesarios para el cumplimiento de los procesos de desarrollo organizacional. AGUIRRE (2022)

En Latinoamérica, el Endomarketing tiene como objetivo capacitar a los colaboradores para promover los servicios de calidad de la empresa. Esto se logra a través de una comunicación interna efectiva que fortalece las estrategias de comercialización de los diversos servicios de la organización. Este enfoque busca aumentar las condiciones motivacionales y el impacto en la productividad, destacando el papel crucial que desempeñan los clientes internos en la generación de ventas y la promoción de la empresa. ÁVILA Y COLONA (2019)

A nivel nacional, los reportes sobre el Endomarketing han diferido de las expectativas de desarrollo competitivo. En una empresa en Chimbote, el 42% de los colaboradores manifestaron que no lograron alcanzar el desarrollo estratégico esperado en el Endomarketing interno. Además, señalaron que su compromiso hacia la organización en su conjunto se vio afectado. PUENTE (2019)

En la actualidad, las empresas de seguridad privada en Lima Metropolitana enfrentan desafíos que superan las expectativas del personal, lo que a menudo dificulta la receptividad hacia estrategias de Endomarketing para mejorar sus servicios. Estas dificultades se manifiestan en la falta de capacitación sobre el tema, el escaso empleo de herramientas tecnológicas actualizadas y una limitada adaptación a las exigencias laborales actuales en las organizaciones. Además, existen problemas de comunicación entre los empleados y las demás áreas, así como tasas significativas de ausentismo y deserción de los trabajadores, entre otras cuestiones.

La situación se agrava al considerar la información recopilada sobre la Empresa de Seguridad Privada, que revela causas que han contribuido a la disminución de la productividad laboral de los empleados internos, resultando en pérdidas económicas que en muchas ocasiones no logran ser recuperadas. Por este motivo, presentamos a continuación un diagrama de Ishikawa (ver Figura 1), una tabla de frecuencias y acumulados (ver Tabla 1 y Tabla 2), y un diagrama de Pareto (ver Figura 2) para proporcionar una mayor claridad e ilustración de la problemática.

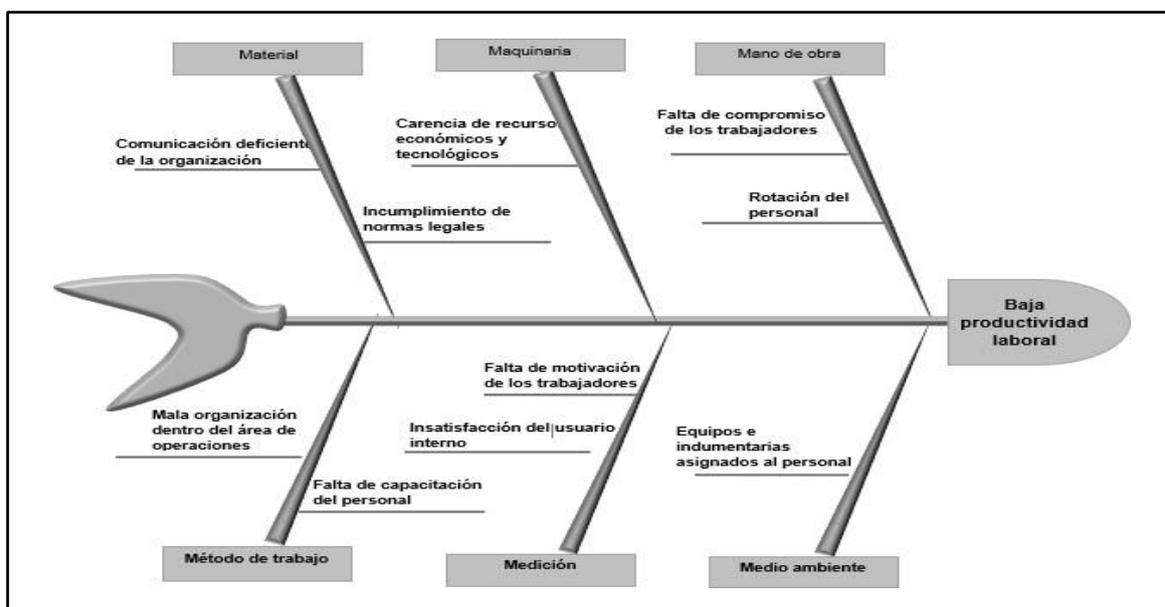


Figura 1. Diagrama de Ishikawa, podemos observar las principales causas del bajo rendimiento laboral de la empresa en estudio.

**Tabla 1.** *Tabla de Frecuencias de los Incidentes registrados en la empresa en estudio.*

<b>INCIDENTES REGISTRADOS</b>	<b>TOTAL</b>
Rotación del personal.	26
Falta de compromiso de los trabajadores.	22
Falta de motivación de los trabajadores.	15
Comunicación deficiente de la organización.	4
Falta de capacitación al personal.	23
Incumplimiento de normas legales.	2
Carencia de recursos económicos y tecnológicos.	2
Mala organización dentro del área de operaciones.	2
Insatisfacción del usuario interno.	2
Equipos e instrumentarios asignados al personal de mala calidad.	2

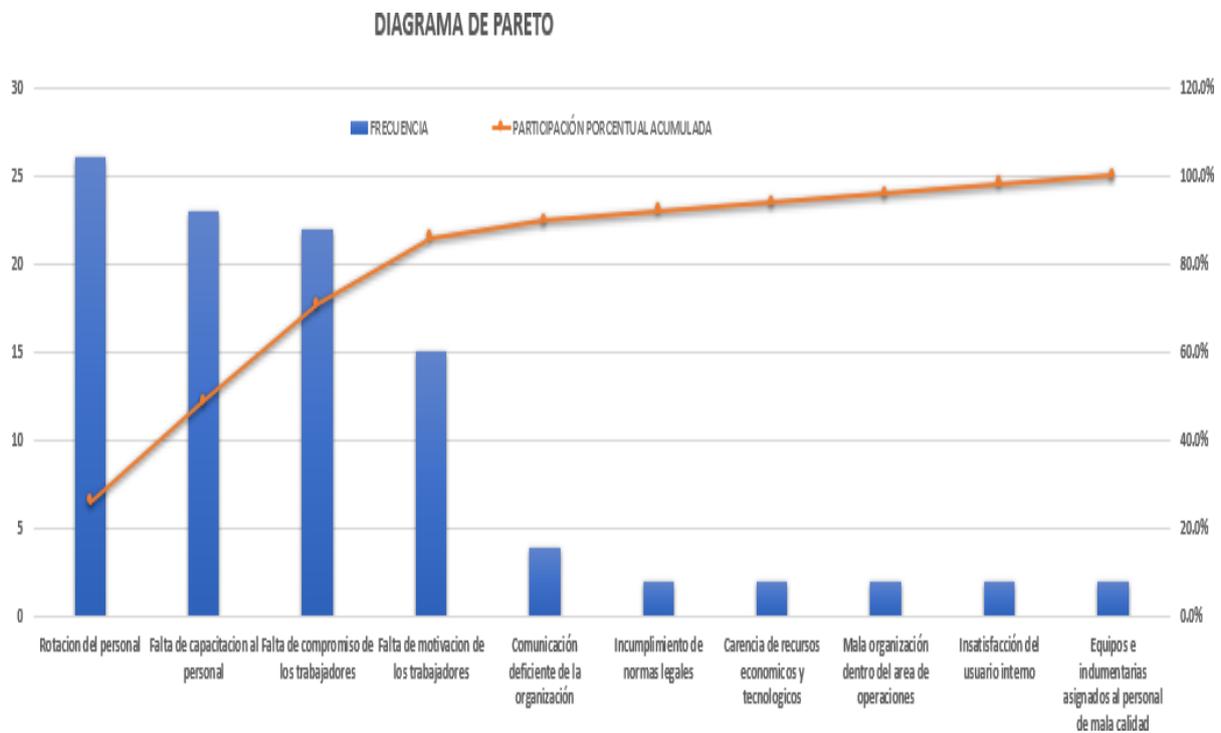
Fuente: Elaboración Propia

Nota: Se puede apreciar los incidentes registrados en la empresa en estudio en el periodo del Pre Test.

**TABLA 2. FRECUENCIAS Y PORCENTAJE DE LOS INCIDENTES REGISTRADOS EN LA EMPRESA EN ESTUDIO.**

POSICIÓN REAL	INCIDENTES REGISTRADOS	TOTAL, DE INCIDENTES	% DE INCIDENTES ACUMULADOS	CLASIFICACION
1	Rotación del personal.	26	26%	A
2	Falta de capacitación al personal.	23	49%	
3	Falta de compromiso de los trabajadores.	22	71%	
4	Falta de motivación de los trabajadores.	15	86%	B
5	Comunicación deficiente de la organización.	4	90%	
6	Incumplimiento de normas legales.	2	92%	
7	Carencia de recursos económicos y tecnológicos.	2	94%	
8	Mala organización dentro del área de operaciones.	2	96%	C
9	Insatisfacción del usuario interno.	2	98%	
10	Equipos e indumentarias asignados al personal de mala calidad.	2	100%	
		<b>100</b>		

Fuente: *Elaboración Propia*



*Figura 2.* Diagrama de Pareto, podemos observar nuestro Diagrama de Pareto

Nota: Nos muestra las principales causas del bajo rendimiento de los trabajadores de la empresa en estudio.

Una vez analizada la información presentada anteriormente, hemos podido formular el Problema General bajo la siguiente pregunta: ¿Cómo la aplicación del Endomarketing mejora la productividad laboral en una empresa de seguridad privada en Callao en 2023? De manera similar, hemos identificado los Problemas Específicos: ¿Cómo la aplicación del Endomarketing mejora la eficiencia de la productividad laboral en una empresa de seguridad privada? y ¿Cómo la aplicación del Endomarketing mejora la eficacia de la productividad laboral en una empresa de seguridad privada?

El trabajo de la tesis se justifica a nivel teórico a partir de los modelos que describen y explican cómo las variables de Endomarketing y productividad se desarrollan en el ámbito laboral, lo cual constituye una base clave para el éxito futuro en la gestión por resultados. La justificación a nivel metodológico se basa en que las técnicas y procedimientos empleados permitieron la aplicación de

estrategias y herramientas válidas y confiables, logrando así los objetivos propuestos en el estudio. Además, la justificación práctica radica en que los resultados permitieron tomar como modelo la aplicación del Endomarketing para incrementar el desarrollo personal, profesional e institucional. Todo esto propició un ambiente social positivo, donde las oportunidades ayudaron a forjar una unidad de compromiso que condujo a una gestión empresarial más saludable.

Por consiguiente, el objetivo general planteado es determinar cómo la aplicación del Endomarketing puede mejorar la productividad laboral en una empresa de seguridad privada. En cuanto a los objetivos específicos, se busca establecer de qué manera la implementación del Endomarketing mejora la eficiencia de la productividad laboral en una empresa de seguridad privada, así como establecer cómo esta misma aplicación puede mejorar la eficacia de la productividad laboral en dicha empresa.

Así mismo, la Hipótesis General es la siguiente: El Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada y las Hipótesis Específicas son: La aplicación del Endomarketing mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada y La aplicación del Endomarketing mejora la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

## II. MARCO TEÓRICO

Según CARTAGENA (2023), su objetivo en su investigación internacional es conocer cómo se relaciona el endomarketing con la satisfacción laboral entre los empleados de Almacenes 1001, Santo Domingo, Ecuador en el año 2022. La metodología se desarrolló durante el estudio. Se crearon diseños cuantitativos, tipos de línea base, niveles de correlación y tareas no experimentales. La metodología de investigación utilizó un cuestionario, el cual fue el método más adecuado según el propósito del estudio. El instrumento de investigación fue el propio cuestionario, el cual se desarrolló mediante una escala de calificación Likert de 30 puntos. Participaron en el estudio 95 empleados y los resultados se obtuvieron mediante muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados mostraron que existía una relación significativa entre el marketing interno y la satisfacción laboral de los empleados. Como resultado de la prueba estadística de correlación de Pearson, el coeficiente fue 0,721, indicando una alta correlación positiva entre las variables. Es decir, el comportamiento de la variable Endomarketing es similar al comportamiento de la variable Satisfacción Laboral, por lo que podemos concluir que existe una relación entre ambas.

TRUJILLO et al. (2021), en su estudio internacional "Endomarketing, una estrategia para reducir la rotación de empleados en organizaciones mexicanas" aplicaron un enfoque combinado, pregunta de marketing interno y propósito de retención con una muestra de 70 colaboradoras escogidos con base en muestreo simple aleatorio. Los resultados del análisis de correlación muestran que las estrategias de marketing interno que funcionaron mejor para los millennials de 24 a 29 años fueron las estrategias de comunicación interna que abordan la carga de trabajo y el empoderamiento para impulsar el compromiso organizacional. De manera similar, en este estudio, los empleados de entre 30 y 35 años son más sensibles a las estrategias para aumentar el compromiso organizacional.

En un estudio internacional de HEREDIA (2019), intentó desarrollar un plan de marketing para una organización estudiada en una ciudad de Ecuador en 2019. La metodología utilizada fue descriptiva y empleó a 350 personas. Los resultados muestran que los empleados están satisfechos con la organización porque les ha brindado oportunidades de crecimiento, capacitación y reconocimiento. Aunque los empleados no eran conscientes de los objetivos de la organización para alcanzar y lograr la estabilidad departamental, podrían argumentar que el marketing interno tiene un impacto directo en RR.HH. porque permite realizar mejoras. estrategias. En cuanto a la finalidad de una adecuada gestión de RR.HH. crear un perfil positivo de la empresa entre los empleados.

Según TORRELAS Y FERNÁNDEZ (2018), en su estudio internacional, el objetivo de su estudio fue analizar el marketing interno como estrategia de productividad en la industria farmacéutica del municipio de Maracaibo. La población estuvo conformada por un laboratorio farmacéutico y como unidades de datos 4 gerentes regionales y 22 médicos visitantes de los laboratorios Pfizer, Sanofi y Bayer. Los resultados mostraron que el laboratorio farmacéutico implementó algunas medidas de marketing interno para incentivar a los colaboradores en su trabajo, aunque no los caracterizaron, pero sintieron una oportunidad importante para mejorar la comunicación con los clientes externos, mientras que las nuevas variables introducidas en este estudio combinaron el concepto. sobre marketing interno junto con la definición de una estrategia de productividad que pueda ser de utilidad interna junto con los lineamientos a desarrollar para la implementación del modelo de marketing.

En su estudio internacional SARMIENTO (2021), aplicó métodos mixtos (cuantitativos y cualitativos) para desarrollar un plan de marketing interno en una industria agrícola ubicada en Lambojeka, con objetivos aplicados debido al alcance horizontal. El presente estudio fue explicativo y el diseño fue no experimental – prospectivo con una muestra de 325 empleados, se utilizaron formularios de entrevista y encuestas y los resultados correspondientes muestran mala satisfacción laboral, 43% insatisfecho y 46% medianamente satisfecho. Se encontró que luego de implementar el programa, es posible conseguir socios

motivados y comprometidos, fortalecer el trabajo en equipo y la comunicación con supervisores y colegas.

Según DEL ÁGUILA (2022), en su estudio nacional, planteó que no se determinó la relación entre el Endomarketing y el confort educativo del personal de Sodexo Perú SAC ubicado en el Ministerio de Minas de Argentina. El estudio fue de diseño aplicado, cuantitativo, no experimental, correlacional y transversal, el informe estuvo compuesto por 75 empleados de la empresa, la metodología fue una encuesta y el instrumento fue una encuesta. Según los resultados, el 24,00% de los socios evaluaron el nivel de las variables de Endomarketing como bueno, el 57,33% como regular y el 18,67% como malo. Por tanto, el nivel de marketing interno es medio. El nivel de cambio en la satisfacción laboral es estable: el 21,33% de los empleados dice que su satisfacción laboral es buena, un promedio del 56,00% y el 22,67% dice que es mala. El valor Rho de Spearman fue 0,859 y el valor de significancia fue 0,000, que era pequeño, 0,05. Por lo tanto, existe una relación positiva y significativa entre el marketing interno y la satisfacción laboral de los empleados en el sector minero de Sodexo Perú SAC. Argentún. Sede, 2021.

Así se evidencia en un estudio nacional de MESTANZA (2021), siendo el principal objetivo de encontrar la relación entre el marketing interno y la productividad laboral en una empresa de panadería de Trujillo en el año 2021, mediante un diseño emparejado no experimental con 38 empleados. Utilizaron cuestionarios como medio de recopilación de datos. El principal resultado es que la escala de validez tiene una correlación positiva baja con el desempeño (0,210), mientras que la correlación positiva de validez es muy baja (0,099) y la correlación positiva de efectividad es baja (0,322). En general, en su estudio encontraron una correlación positiva baja entre las variables de marketing interno y la productividad laboral.

Por otro lado BRAVO (2020), en su estudio nacional realizó un estudio con el objetivo general de exponer destrezas de mercado interno para incrementar la productividad de los trabajadores de servicios, Cobranzas e Inversiones S.A.C Chiclayo; El estudio realizado fue proyectivo y no experimental. Se utilizó como

herramientas una guía de entrevista y un cuestionario, la muestra fue de 42 empleados. Los resultados arrojaron que el nivel de productividad de los empleados fue bajo en 33.3% y promedio en 41.9%, lo que permite identificar el problema investigado, se desarrolló una propuesta de estrategias de Endomarketing para aumentar la productividad. Se concluyó que el diseño de las estrategias se creó de acuerdo a las teorías discutidas en el estudio, lo que sustenta su creación y desarrollo en la propuesta.

Según BARDALES (2019), se realizó una encuesta nacional a 138 encuestados para comprender cómo las estrategias de marketing interno pueden optimizar el rendimiento de una organización. Los resultados muestran que la implementación de programas de Endomarketing y el crecimiento productivo de las empresas son elevados. Esto demostró que la capacidad de retener y satisfacer a los clientes internos podría ayudar a mejorar significativamente la producción de una empresa. Los hallazgos brindan orientación para que las organizaciones trabajen en paralelo y diagnostiquen entornos laborales donde se pueden realizar mejoras. Por eso, contamos con socios que están dispuestos a cooperar con la empresa y contribuir al 100% a su desempeño y crecimiento. Se ha comprobado que las causas que afectan la motivación de los integrantes de la empresa son la falta de individualidad y la falta de trabajo en equipo, que forman parte de la motivación.

Además, CONTRERAS (2019), realizó un estudio a nivel nacional sobre las estrategias de comunicación interna de Trans Solutions Systems de Lima, el cual tiene como objetivo conocer e identificar las características personales y culturales de sus socios para proponer y desarrollar estrategias de fidelización y satisfacción. A partir de observaciones, métodos de análisis de la investigación, encuestas y presentaciones, se entrevistó a directivos, lo que condujo a una comunicación interna sin estructura temática y gráfica, alta rotación y baja integración entre los empleados, concluyendo que el enfoque del trabajo estuvo en la implementación de la comunicación interna y online.

A continuación, presentamos el sustento teórico del estudio de investigación de la Variable Independiente: "Endomarketing"

El Endomarketing es la aplicación de una nueva herramienta estratégica con base teórica para lograr diferentes objetivos de aceptación, fidelización y fidelización del cliente interno en una organización, tratando de encontrar una mejor experiencia con un producto o servicio, el concepto cambia internamente. Se crea lealtad entre los socios de negocios que son las mejores referencias que tienen un efecto multiplicador que crea rentabilidad, estabilidad y posición KOTLER (2015). JIMÉNEZ (2018), afirma que es un conjunto de estrategias de marketing que tienen como objetivo mejorar las relaciones de los empleados y su bienestar interno para participar en las actividades de la empresa y aumentar la motivación y la productividad, brindando así satisfacción al cliente.

MEDINA (2019), menciona que el objetivo principal del marketing interno es comprender e incentivar a los empleados a “amar” la empresa para la que trabajan, atraer los mejores talentos al ambiente laboral, pero lo más importante, convertirse en una marca para la empresa. Según GIRALDO (2020), este tipo de marketing crea compromiso grupal y conduce al crecimiento, el contenido relevante y valioso atrae a las personas y crea valor para ellas, creando una imagen positiva de la organización. El marketing interno, por su parte, es una alternativa derivada de la cultura corporativa con la que el capital humano puede comunicar la calidad de los productos y servicios de la organización. TORTOSA et al. (2017)

A continuación, se hace mención sobre las definiciones de las Dimensiones de la Variable Independiente para el presente estudio de investigación

Según ACOSTA Y FERNÁNDEZ (2021), definen al Desarrollo Personal, como al desarrollo profesional, técnico y personal mediante las capacitaciones que refuerzan sus habilidades, capacidades y destrezas para la mejora de la productividad, obteniendo, además, reconocimientos, bonos y ascensos de la empresa.

Según ACOSTA Y FERNÁNDEZ (2021), definen la Retención de Talento en el proceso de postulación de recursos humanos como la retención de socios cuyas características están relacionadas con las responsabilidades y actividades

definidas por la empresa que definen beneficios que cumplen con los requerimientos del rubro compañía mercado laboral con funciones óptimas.

Según ACOSTA Y FERNÁNDEZ (2021), definen la Comunicación Interna como la expresión de las necesidades de los empleados y la transferencia de datos o información en interacción con las áreas de la empresa, lo que crea un ambiente de trabajo adecuado y valoración del clima organizacional en el que se trabaja.

A continuación, presentamos el sustento teórico del estudio de investigación de la Variable Dependiente: “Productividad Laboral”

QUISPE (2023), define la Productividad Laboral como una combinación de conocimientos, habilidades, comportamientos, actitudes, habilidades y motivaciones relacionadas con una unidad de habilidades, que les permite desarrollarse plenamente en las diferentes situaciones que se presentan en la organización.

Según ESPINOZA (2022), la Productividad Laboral se define entre el volumen de productos o servicios producidos y el volumen de trabajo invertido para lograrlos.

MARTÍNEZ et al. (2019), definen la Productividad Laboral como los resultados obtenidos de las actividades o actividades del socio en la organización.

A continuación, se hace mención sobre las definiciones de las Dimensiones de la Variable Dependiente para el presente estudio de investigación.

Según ESPINOZA (2022), la Eficiencia se define como la capacidad de alcanzar una meta o completar una tarea de manera óptima maximizando los recursos disponibles y minimizando el desperdicio.

MARTÍNEZ et al. (2019), define la Eficiencia como lograr tus objetivos con el menor número de recursos posibles, evitando redundancias y optimizando el uso del tiempo, la energía, el dinero u otros recursos.

Según UREÑO (2017), define Eficiencia, optimización y gestión eficaz de los recursos para alcanzar las metas trazadas.

Según ESPINOZA (2022), la Efectividad se define como la capacidad de alcanzar los resultados deseados o alcanzar las metas planteadas con éxito y eficiencia.

Según MARTÍNEZ et al. (2019), definen a la Eficacia como la relación de logro de los objetivos empresariales y la satisfacción de las necesidades de los clientes o partes interesadas.

Según UREÑO (2017), define a la Eficacia, como la optimización de procesos y la minimización de pérdidas o desperdicios.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

La aplicación consiste adquirir nuevos conocimientos experienciales para solucionar un escenario o dificultad específico (CONCYTEC 2020). Asimismo, la investigación es cuantitativa porque permite probar hipótesis a través de la recolección de datos y el análisis cuantitativo. HERNÁNDEZ Y MENDOZA (2018)

El procedimiento es pre- experimental, que implica la manipulación directa de variables con un grupo, un Pre Test y un pos-test. Además, también es longitudinal, que realiza la investigación en diferentes momentos o mediciones determinadas por el investigador. LIAMPUTTONG (2021)

La investigación es de enfoque cuantitativo porque sigue un proceso en cadena que se basa en la realidad objetiva ya que utiliza herramientas estandarizadas, datos numéricos y análisis estadísticos para poner a prueba las hipótesis y proporcionar información válida y confiable. HERNÁNDEZ Y MENDOZA (2018)

El estudio es de alcance explicativo, porque busca entender las causas de los eventos y fenómenos, así como la correspondencia entre dos o más variables HERNÁNDEZ Y MENDOZA (2018)

#### **3.2 Variables y Operacionalización**

**Variable Independiente:** Endomarketing

Según JIMÉNEZ (2018), define al Endomarketing, como conjunto de estrategias de marketing encaminadas a mejorar las relaciones entre los empleados y su bienestar interno para emprender negocios y aumentar la motivación, la productividad y con ello los clientes satisfechos.

Para ello se definirá las Dimensiones de la Variable Independiente:

Según JIMÉNEZ (2018), define al Desarrollo del Personal, como el nivel de desarrollo personal que se calcula el total de capacitaciones realizadas entre el total de capacitaciones programadas multiplicado por cien.

$$N_{DP} = \frac{TCR}{TCP} X 100\%$$

Leyenda:

*N<sub>DR</sub> = Nivel de Desarrollo del Personal*

*TCR = Total de Capacitaciones Realizadas*

*TCP = Total de Capacitaciones Programadas*

Según JIMÉNEZ (2018), define a la Retención de Talento, como al nivel de retención de talento, que se calcula como el total de trabajadores retenidos, entre el total de trabajadores al inicio del mes multiplicado por cien.

$$N_{RT} = \frac{TTR}{TTIM} X 100\%$$

Leyenda:

*N<sub>RT</sub> = Nivel de Retención de Talento*

*TCR = Total de Trabajadores Retenidos*

*TTIM = Total de Trabajadores al Inicio del Mes*

Para la siguiente dimensión de Comunicación Interna, el indicador es nivel en porcentaje de comunicación interna, y se calculó de la siguiente manera, total de reuniones obtenidas entre el total de reuniones programadas multiplicado por cien. A continuación, se muestra la fórmula utilizada y la descripción de cada uno de elementos que lo conforman.

$$N_{CI} = \frac{TRR}{TRP} \times 100\%$$

Leyenda:

*N<sub>CI</sub> = Nivel de Comunicación Interna*

*TRO = Total de Reuniones Realizadas*

*TRP = Total de Reuniones Programadas*

**Variable Dependiente:** Productividad Laboral

Según ESPINOZA (2022), define a la Productividad Laboral como el resultado de los procesos que incrementan el logro de los servicios con los recursos de los trabajadores, se evalúa con Eficiencia y Eficacia.

Para ello se definirá las Dimensiones de la Variable Dependiente:

Según ESPINOZA (2022), define a la Eficiencia como el nivel de Eficiencia del trabajador, dividido entre el Total de horas de servicio efectivo y el total de servicio programado multiplicado por cien.

$$N_{EFIT} = \frac{THSE}{THSP} \times 100\%$$

Leyenda:

*N<sub>EFIT</sub> = Nivel de Eficiencia del Trabajador*

*THSE = Total de Horas de Servicio Efectivo*

*THSP = Total de Horas de Servicio Programado*

Según ESPINOZA (2022), define a la Eficacia como el nivel de porcentaje de Eficacia del trabajador, y se calculó entre el total de reportes de servicio realizados y el total de reportes de servicio programado multiplicado por cien.

$$N_{ET} = \frac{TRSR}{TRSP} \times 100\%$$

Leyenda:

*N<sub>ET</sub>* = Nivel de Eficacia del Trabajador

*TRSR* = Total de Reportes de Servicio Realizados

*TRSP* = Total de Reportes de Servicio Programados

### **3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **Población**

Población se refiere a (...) un conjunto finito o infinito de elementos que comparten características comunes y del cual las conclusiones de la investigación son amplias. Está limitada por el problema y los objetivos del estudio, HERNÁNDEZ Y MENDOZA (2018. p. 70). Por otra parte, la población de la empresa de seguridad privada Total Security Management S.A.C. son todos los reportes de servicios de seguridad que los trabajadores emiten durante el día de servicio de 12 horas de lunes a sábado a lo largo de un periodo de 30 días Pre Test y 30 días Post Test.

Criterios de inclusión:

- Empleados de ambos sexos entre 18 y 50 años que visitan periódicamente la sede.
- Aceptan participar voluntariamente.
- Firman formulario de consentimiento informado.
- Criterios de exclusión:
- No firmaron el consentimiento brindado al inicio de la evaluación del estudio.
- Que sean mayores de lo confirmado.
- Con problemas físicos y mentales.

## **Muestra**

Se define como un conjunto limitado y específico de la población disponible (Ob. Cit. p. 83). Esto significa que representan un subconjunto de la población de estudio. Por lo tanto, no existe una muestra en el estudio realizado porque se realizó sobre toda la población.

## **Muestreo**

El método no probabilístico, de tipo censal HERNÁNDEZ Y MENDOZA (2018), tampoco se tuvo un muestreo porque no se trabajó con muestra.

## **Unidad de análisis**

Reporte de un trabajador de seguridad.

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

#### **Técnica**

Según PENDEY Y PENDEY (2021), estrategia que permite recolectar información de los participantes de un estudio particular donde el método de recolección es consistente.

#### **Instrumentos**

Ficha de Endomarketing

Se divide en 12 enunciados que forman 3 componentes enfocados en el desarrollo personal (4), la comunicación interna (4) y la retención del talento (4), los cuales se miden comparativamente. En la prueba se presentan afirmaciones con opciones dicotómicas cumple = 1 o no cumple = 0, se otorgan puntos según la evaluación de la variable y se clasifican en niveles.

## Validez

La prueba se basa en la evaluación de expertos especializados en la materia, quienes evalúan el cumplimiento del contenido con los criterios de claridad, pertinencia y no pertinencia. Seguridad en el empleo Se refiere a cuánto una medida aplicada a una misma persona u objeto produce el mismo resultado HERNÁNDEZ Y MENDOZA (2018, p. 228). Para la presente investigación utilizaremos la Tabla de juicio de expertos Ingenieros Industriales cuyo grado académico es de magister o doctor, como se muestra en la Tabla 3.

**Tabla 3. Juicio de Expertos**

EXPERTOS		INDICADORES						OPINION	
		Pertinente		Relevancia		Claridad		Aplicable	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	Dr. José Pablo Rivera Rodríguez	X		X		X		X	
2	MAG. Wilman Jiménez Aguilera	X		X		X		X	
3	MAG. Joel Zambrano Falcón	X		X		X		X	
<b>RESULTADOS</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

## Confiabilidad

La confiabilidad de nuestros instrumentos y datos: está dada por que tenemos registro de reportes oficiales que emiten los trabajadores de manera diaria y que son verificadas por el supervisor de seguridad, coordinador operativo, centro de control y luego es debido a las áreas correspondiente para las acciones del caso.

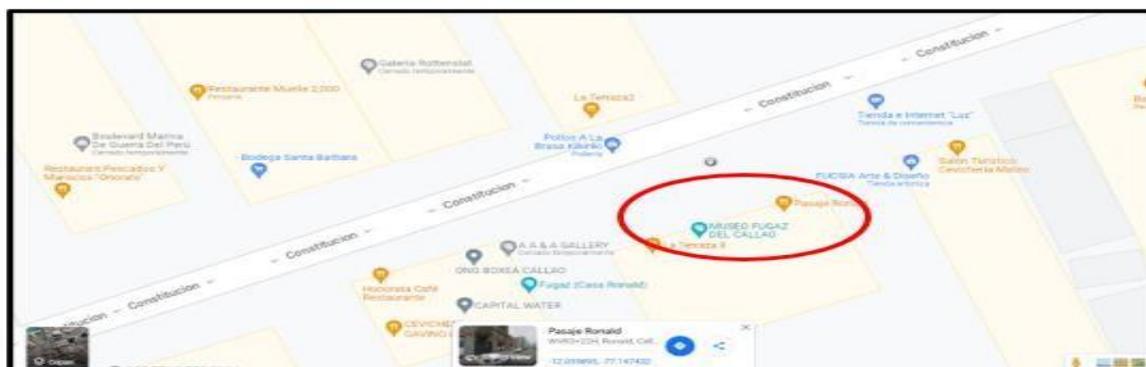
### 3.5 Procedimientos

Según RÍOS (2017), nos indica que es un conjunto de procesos en los que se emplearon herramientas para reconocer, recopilar, procesar y evaluar los datos obtenidos en la investigación.

Para el presente estudio se comenzó con la presentación de la carta de presentación de la universidad al gerente de la empresa, una vez aprobado para su desarrollo como primera etapa del proyecto se identificará el problema de la empresa en estudio a través del diagrama de Ishikawa, Pareto y la matriz de correlación, en la segunda etapa del proyecto se recolectará información con apoyo de los supervisores y coordinadores en la sala de capacitaciones de la empresa, brindándole la información de la realización de la actividades de intervención en el consentimiento informado con los aspectos éticos respectivos, luego en la primera sesión se aplicó la ficha de Endomarketing, seguidamente se desarrollaron las sesiones y al final se realizó el Post Test de la ficha en los participantes, como tercera etapa se realizó el procesamiento de la información, la discusión para comparados con los hallazgos de las investigaciones, las conclusiones y recomendaciones correspondientes al trabajo de investigación.

### **Análisis de la situación actual de la empresa.**

Total Security Management S.A.C. brinda servicios de seguridad privada al mercado peruano desde hace varios años y actualmente cuenta con aproximadamente 80 empleados. TSM se especializa en consultoría y prestación de servicios de seguridad y protección a particulares y empresas. Cuenta con la certificación ISO 45001, que proporciona un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo que atiende a los trabajadores y reduce los riesgos a través de la identificación y evaluación de riesgos (IPER). La empresa está ubicada en Jr., Constitución 251, Provincia Constitución del Callao, constituida el 4 de junio de 1999 con número de registro 70632833. A continuación, se muestra una descripción general de la ubicación de la empresa.



*Figura 3. Ubicación de la Empresa en Estudio*

La empresa en estudio brinda los siguientes servicios:

- Seguridad personal. Cuenta con un departamento especializado en la protección del personal a través de resguardo vigilancia y seguridad patrimonial brinda el servicio de vigilancia en diferentes instalaciones y en diferentes rubros.
- Control y prevención de pérdida. Brindamos prevención de pérdida a través de nuestra prevencioncita, agentes de control internos y agentes encubiertos que realizan labores de contra vigilancia, destacados al interior y exterior de las instalaciones del cliente.
- Centro de control y monitoreo. Brindamos el servicio de control y monitoreo en los centros de control a través de nuestros operadores.
- Seguridad de eventos. Brindamos el servicio de seguridad para visitas de extranjeros y visitas especiales que incluyen atención completa en los aeropuertos, seguridad en los hoteles, escoltas y acompañamientos personales de las visitas durante su estadía en el país.

Por otra parte, hacemos mención los principales clientes que tiene la empresa desde el 2020 hasta la actualidad, tal como se muestra en la Tabla 4.

**Tabla 4.** Principales Clientes de la empresa que mantenía desde el 2020 hasta el 2023.

N°	Principales Clientes desde el 2020 a la actualidad
1	Productos Paraíso del Perú
2	Opp Film
3	CIA Industrial Nuevo Mundo
4	Panasonic
5	Global Plast S.A.C.
6	Embajada de la República Federal de Alemania
7	Wong
8	Cobra Perú S.A.C.
9	Fibra Fil
10	Perú Pima
11	Michael Belau
12	Aguas del Callao
13	Agrolatina
14	Bullard
15	Marzala
16	Gadol

**Fuente:** Elaboración propia

A continuación, se presenta el organigrama de la empresa en estudio como se muestra en la Figura 4.

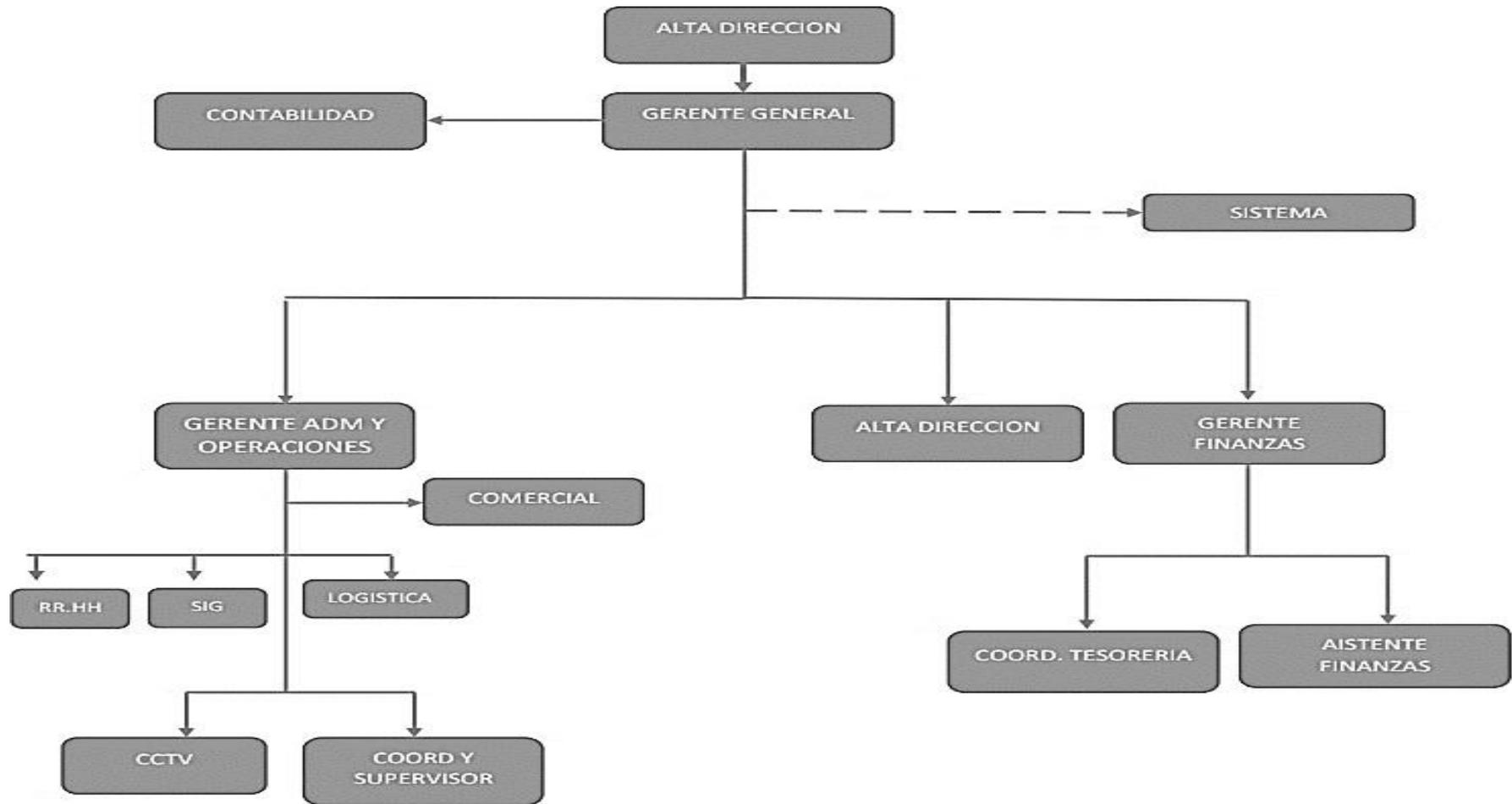
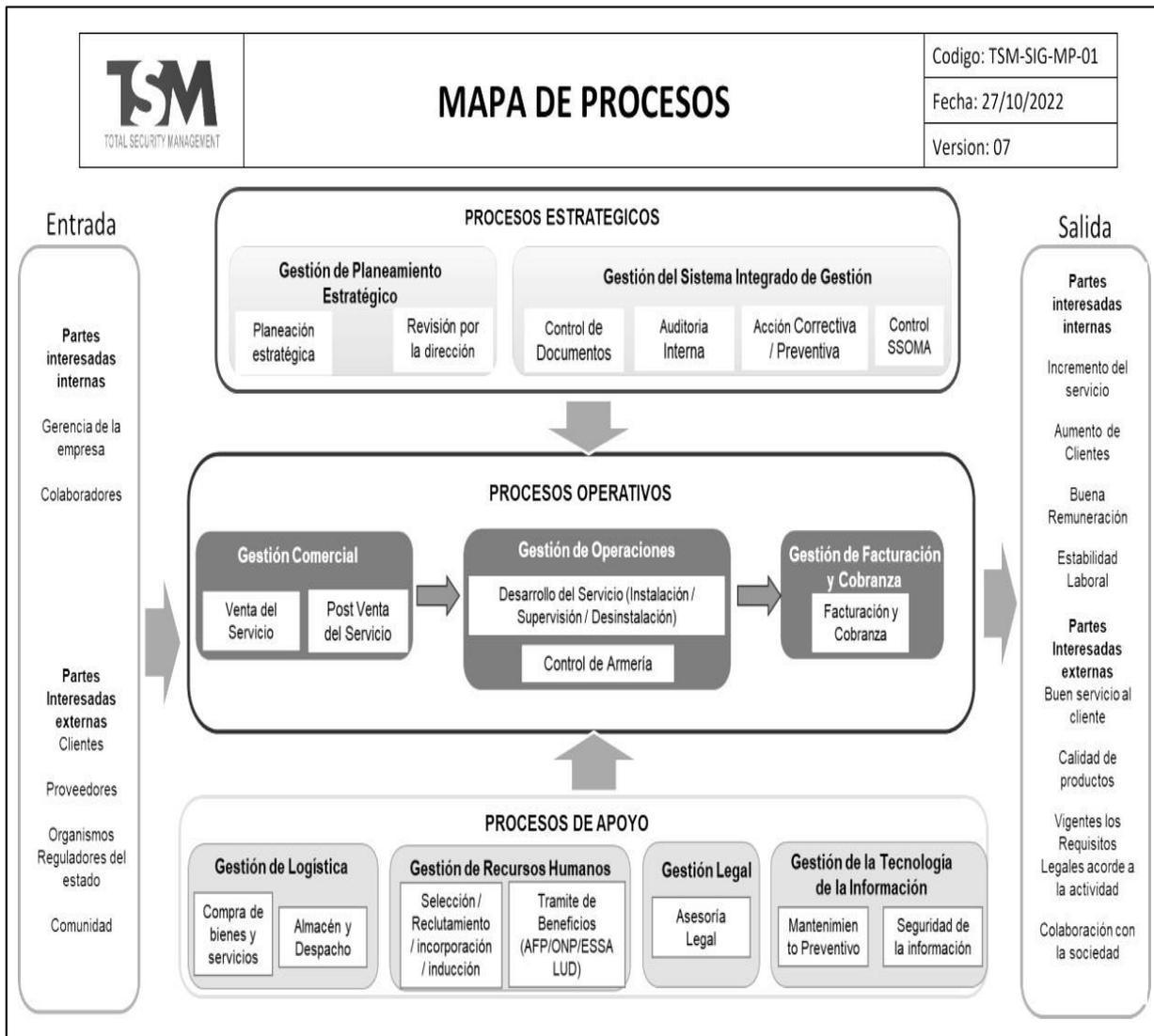


Figura 4. Organigrama de la Empresa en Estudio

Ahora consideramos el mapa de proceso conformado por elementos de entradas, salidas, procesos estratégicos, de apoyo y los operativos, que se interrelacionan entre sí, debido a que se centra en el área de procesos operativos donde se lleva a cabo el trabajo de investigación y por ende el desarrollo de la propuesta de mejora, como se puede apreciar en la Figura 5.



*Figura 5. Mapa de Procesos de la Empresa en Estudio*

Nota: En el centro y de manera estratégica, se destaca el área de procesos operativos, que es donde se lleva a cabo el trabajo de investigación y, por lo tanto, el desarrollo de la propuesta de mejora.

Los problemas relacionados a nuestro tema de investigación se relacionan al siguiente FODA como se aprecia en la Figura 6.

	<b>MATRIZ FODA</b>			Código:	TSM-SIG-D-07 V02
				Fecha:	21/10/2022
				Versión:	2
Objetivo: Determinar los factores externos e internas que son pertinentes para el propósito y y desarrollo del servicio para alcanzar los resultados previstos.					Fecha de Actualización: 01/04/2023
<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>F</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>D</b>	<b>DEBILIDADES</b>	
	<b>F1</b>	La empresa tiene años de experiencia y madurez en brindar el servicio de vigilancia	<b>D1</b>	Alta Rotación del Personal	
	<b>F2</b>	Dar un Servicios de vigilancia acorde a la necesidad del cliente	<b>D2</b>	Poca comunicación e integración entre diferentes áreas de la empresa	
	<b>F3</b>	Puestos de labor de acuerdo con requisitos en SST de nuestros clientes	<b>D3</b>	Demora en tiempo de respuesta a reclamos.	
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	<b>O</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>A</b>	<b>AMENAZAS</b>	
	<b>O1</b>	Obtener mejor personal de vigilancia con conocimiento en el rubro de seguridad sin antecedentes	<b>A1</b>	Incremento de competidores de servicios de bajo costo, Clientes más exigentes.	
	<b>O2</b>	Necesidad de expansión de servicios en nuevos mercados y nuevas inversiones.	<b>A2</b>	Antecedentes delictivos no declarados del personal nuevo.	
	<b>O3</b>	Mejorar los lineamientos en el servicio brindado ante presencias de actos ilícitos	<b>A3</b>	Incremento de competidores certificados en normativas internacionales.	

Figura 6. Matriz FODA de la Empresa en Estudio

Nota: Se muestra la aplicación del FODA en base a la situación del área operativa de la empresa, donde se identificaron las amenazas y debilidades, las cuales luego fueron clasificadas y atendidas.

Los problemas que encontramos en la empresa en estudio lo resumimos en el siguiente diagrama de Ishikawa como se muestra en la Figura 7.

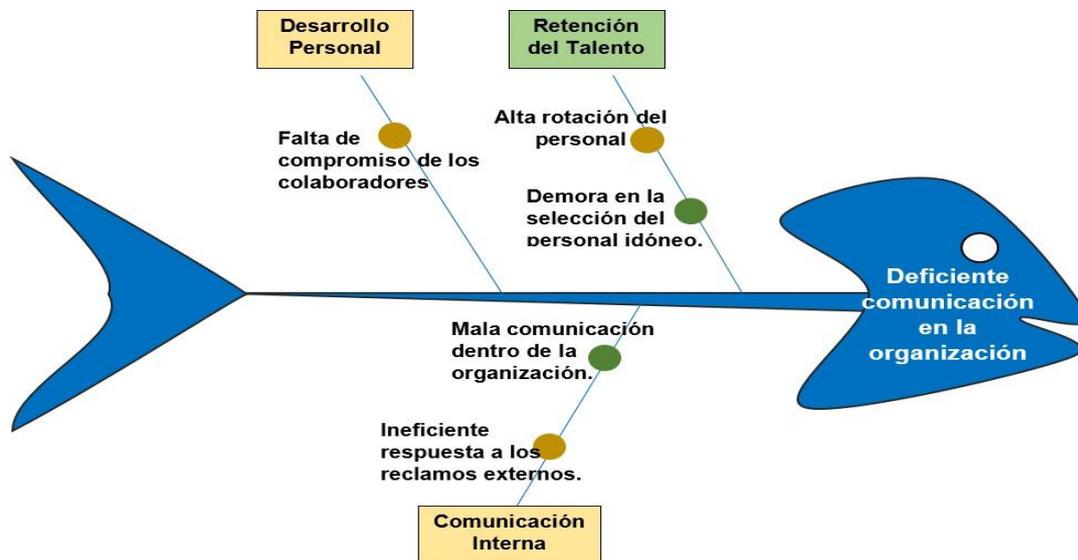


Figura 7. Diagrama de Ishikawa

Nota: Problemas identificados y clasificados en el área de operaciones, podemos observar las causas identificados en la empresa en estudio.

### Pre Test

Para iniciar la investigación de la tesis, se realizó un análisis inicial a la empresa en estudio en los meses de abril a junio llamado "Pre Test", donde se recopilaron información de los trabajadores a través de la aplicación de una encuesta de clima laboral y asimismo datos sobre los siguientes puntos:

Encuesta sobre el clima laboral

Para este se elaboró un cuestionario con 10 ítem dividido en 2 partes a evaluar Empresa - Jefe inmediato con 4 criterios (1. Nunca, 2. Pocas veces. 3. Algunas veces y 4. Frecuentemente) como se muestra continuación en las figuras 8, 9, 10 y 11.

Anote un valor del 1 al 4, Siendo:  
 1: Nunca 2: Pocas veces 3: Algunas veces 4: Frecuentemente

Nº	CLIMA LABORAL	CRITERIOS		Su jefe inmediato:			
		1-2-3-4		1-2-3-4			
1	Tengo problemas con algún jefe o supervisor.	1-2-3-4	1	1	Da instrucciones de manera adecuada	1-2-3-4	4
2	Estoy en desacuerdo con el trato del cliente a mi persona.	1-2-3-4	1	2	Tiene dificultad para resolver problemas	1-2-3-4	1
3	Tengo dificultad para trabajar en equipo	1-2-3-4	1	3	Sabe trabajar bajo presión y situaciones de estrés	1-2-3-4	3
4	Me siento cómodo en la unidad o preferiría estar en otra unidad	1-2-3-4	4	4	Motiva a su personal	1-2-3-4	4
5	Observo un trato especial a otros compañeros	1-2-3-4	2	5	Se aprovecha de su cargo en beneficio personal.	1-2-3-4	1

Figura 8. Encuesta de clima laboral

Asimismo, presentamos en la figura 9 donde se puede apreciar el porcentaje de repuesta por criterio sobre el clima laboral con la empresa empleadora.

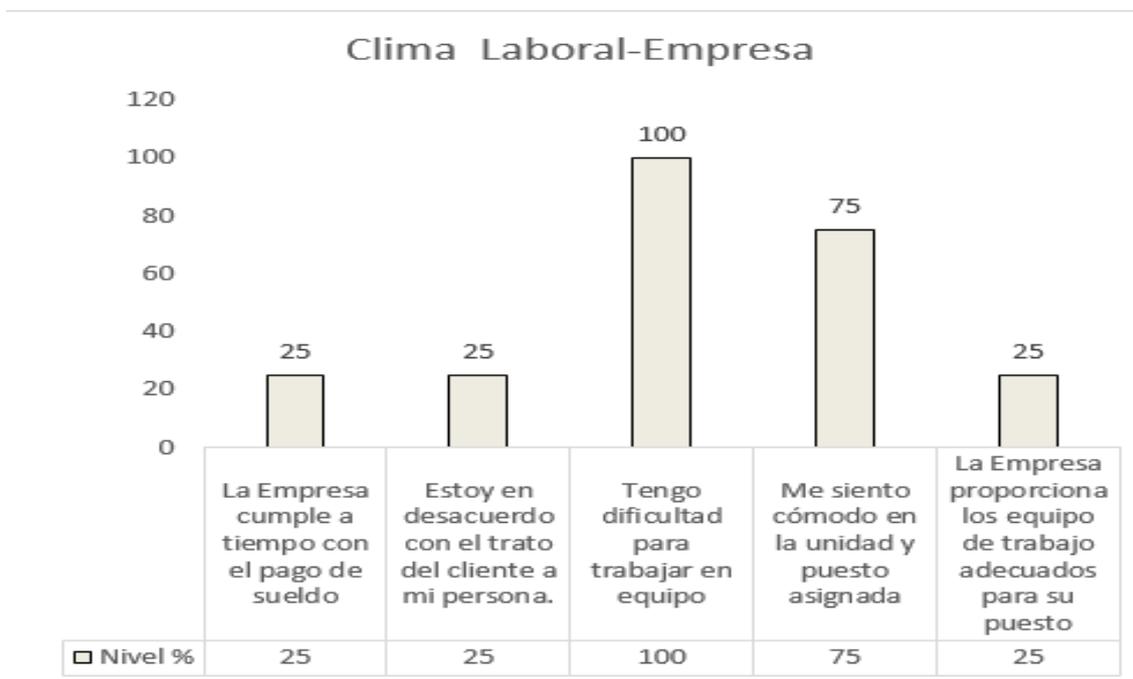


Figura 9. Resultado del clima laboral referente a la empresa

Continuando con la figura 9 se puede evidenciar el porcentaje de respuesta de desacuerdo con la empresa, prevaleciendo el ítem de dificultad para trabajar en equipo (100%), seguido de cómo se siente el trabajador en la unidad y puesto asignada.

Además, presentamos en la figura 10 donde se puede apreciar el porcentaje de repuesta por criterio sobre el clima laboral con el jefe inmediato del personal.

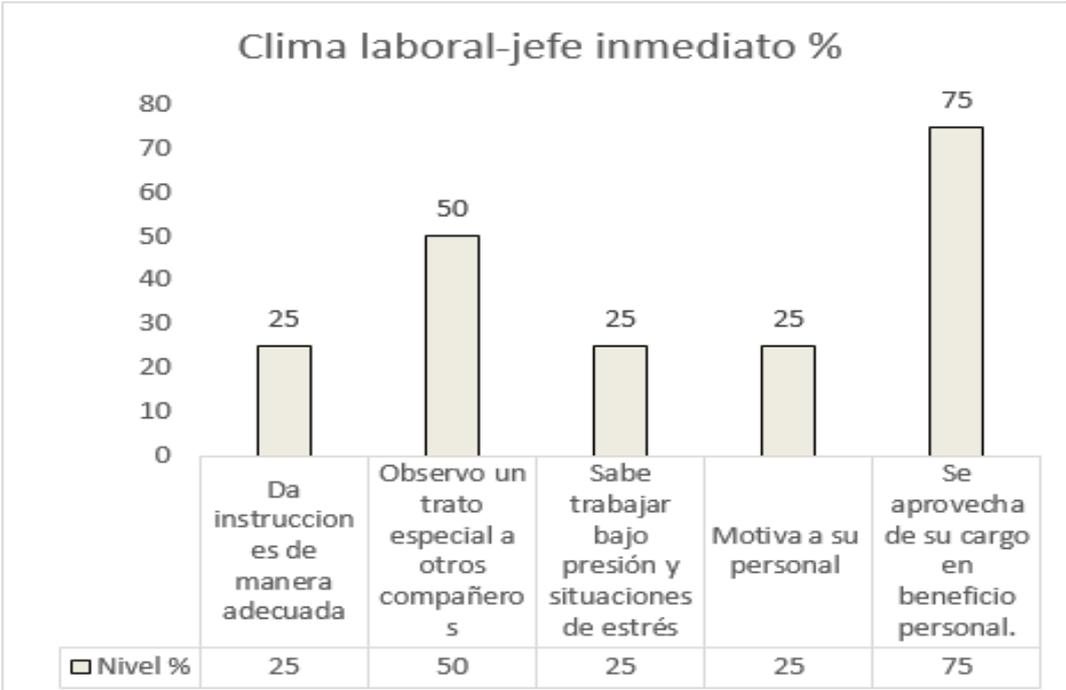
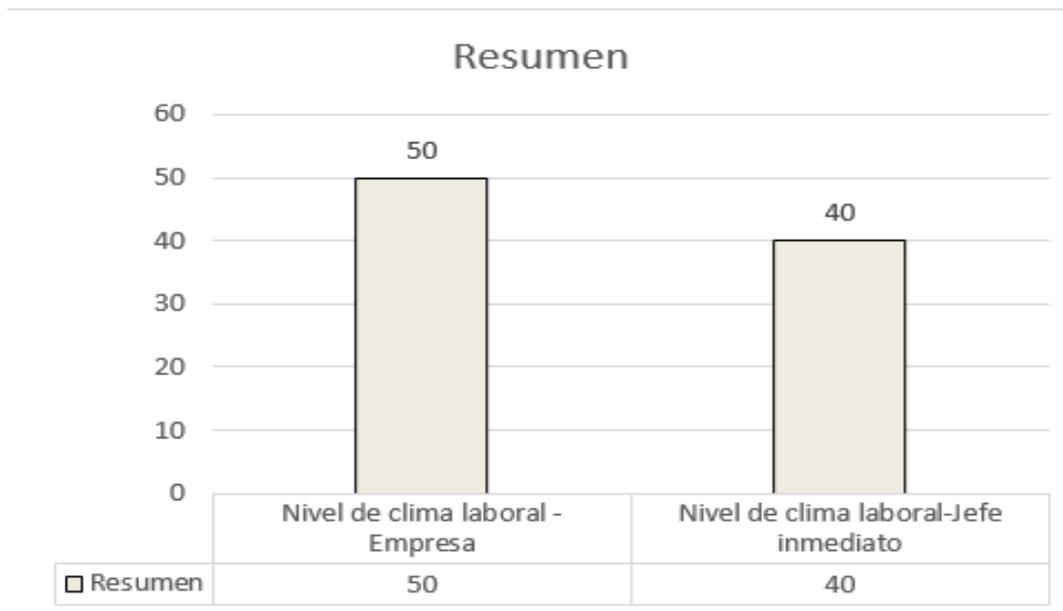


Figura 10. Resultado del clima laboral referente al jefe inmediato

Nota: Continuando con la figura 10 se evidencia el porcentaje de respuesta de desacuerdo con el jefe inmediato, prevaleciendo los ítems de como el jefe inmediato da ciertas preferencias a otros compañeros y como aprovecha su cargo para su beneficio personal.



*Figura 11.* Resumen de la encuesta de clima laboral empresa-jefe inmediato

Nota: En la figura 11 se evidencia un alto porcentaje de descontento del personal hacia su jefe inmediato.

Continuando con el análisis de la empresa y evaluación de las áreas en estudio se registró lo siguiente:

La falta de personal asignado ha afectado significativamente el progreso del programa anual, limitándose hasta febrero de manera parcial (ver la Figura 8), la ausencia de responsables para las capacitaciones y el seguimiento adecuado ha exacerbado la situación, no se ha llevado a cabo un monitoreo de los objetivos y metas establecidos para 2023 (ver Figura 9), a pesar de contar con documentos aprobados por el comité de seguridad del periodo anterior (2021-2023), los cuales no se han actualizado. La decisión de la gerencia general de no contratar personal, con el objetivo de reducir costos, ha generado un problema evidente: los clientes demandan homologaciones, evidenciando la falta de actualización de numerosos documentos y resaltando la necesidad urgente de abordar esta situación.



Uno de los aspectos preocupantes para la empresa en estudio es el número de renuncias del personal por diferentes motivos por ejemplo los pagos impuntuales, el trato no adecuado de los jefes inmediatos, poca oportunidad de crecimiento al personal, no había una atención personalizada con el área de RR: HH, no llegaban las boletas de pago a tiempo, descuentos no especificados entre otros y asimismo había un problema de captación y selección de personal nuevo, ya que no había un personal encargado de Recursos Humanos y entonces, estas funciones lo realizaban los supervisores residentes, coordinadora de la zona, quienes hacían el papel de reclutadores de personal (por no agrandar más la planilla no contrataban a alguien de Recursos Humanos), como se muestra en la Figura 10.

**CARTA DE RENUNCIA DEL PERSONAL EN PLANILLA**

Callao, 02 de FEBRERO del 2022

Señores  
**TOTAL SECURITY MANAGEMENT SAC**  
Presente -

Atención: **William Meza Valencia**  
Sub Gerente Operaciones

De mi consideración:

Yo, Apoliza SANCHEZ CRUZ MANUELA, identificado con DNI N° 79571066.

Ante usted con el debido respeto me presento, con la finalidad de manifestarle mi Renuncia voluntaria al puesto de ASISTENTE DE SERVICIO en la Unidad TIENEH...SAC, en el cual me vengo desempeñando desde el 01-01-2021 en la empresa de su digna Dirección. Mi renuncia será efectiva al 31-02-2022 del 2022.

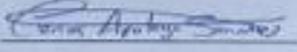
Agradeciéndole se sirvan exonerarme del plazo de ley que se estipula para estos casos, así como ordenar a quien corresponda se me abonen mis beneficios sociales respectivos.

Reconocido por haber laborado en esta empresa, le renuevo a usted los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,



Huella Digital



Firma  
DNI N° 79571066



TOTAL SECURITY MANAGEMENT SAC  
Valencia, Perú  
SUPERVISOR

**Nota:**

- 1) Informo de la entrega a Centro de Control del Carnet, Uniforme y/o equipos desgastados a mi persona, para proceder al pago de mi Liquidación.
- 2) Se registra el VoBo del Jefe de la Unidad

Figura 14. Carta de renuncia voluntaria de trabajador

Debido a la falta de una atención personalizada del área comercial hacia los clientes, las quejas y no conformidades de los clientes externos aumentaron considerablemente, todas estas observaciones hicieron que los clientes más importantes indagaran sobre la situación de la empresa y en algunos casos decidieron interrumpir o culminar el contrato de servicio de vigilancia antes de la fecha, como se muestra en la Figura 15.

 TSM SECURITY MANAGEMENT	<b>ACTA DE CULMINACIÓN DEL SERVICIO</b>	Revisión: William Meza Aprobación: Lioeth Edquen
	TSM-OP-F-19	Fecha: 27/12/2018 Versión 01
<b>CLIENTE:</b>	OPP FILM	
<b>DIRECCIÓN DEL SERVICIO:</b>	AV. SAN PEDRO 518	
<b>FECHA DE INICIO DEL SERVICIO:</b>		
<b>MOTIVO DE CULMINACIÓN:</b>	CULMINACIÓN DE CONTRATO ADICIONAL PUESTO ALMACEN SAN PEDRO	
<b>DATOS Y REFERENCIA DE CONTRATO Y OC:</b>		
Siendo las <u>08:00</u> del día 24/03/2023 se deja constancia: De la culminación del Servicio Adicional en la unidad de Opp Film (Puesto Almacén de San Pedro) por motivo de término de contrato del servicio adicional de seguridad de 24h. Así mismo, se informa que no existe ninguna observación y/o novedad de algún incidente.		
Se deja constancia de la devolución de los siguientes materiales e implementos:		
Material: Celular	Marca: <u>ZTE</u>	Número: <u>989241008 + cargador</u>
Material: Radios	Nro. de Radios <u>02</u> / Nro. Baterías <u>02</u> / Nro. Batería Adicionales <u>1</u> / Nro. de Antenas <u>02</u> Nro. de Ganchos <u>2</u> / Nro. Hand Free <u>0</u> / Nro. Radio Base <u>0</u> p / Nro. Antena Base <u>0</u>	
	<u>01 linterna y batería y cargador.</u>	



**Total Security Management S.A.C.**  
**GUILLEMO RUIZ ALVARADO**  
 COORDINADOR DE OPERACIONES  
 Firma Responsable TSM



Firma Representante del cliente

Jr. Independencia N° 247 – Collo – Perú  
 Teléfono (51-1) 712-1212 / Fax (51-1) 712-1213  
[www.tsm-peru.com](http://www.tsm-peru.com)




Figura 15. Acta de culminación de servicio a un cliente

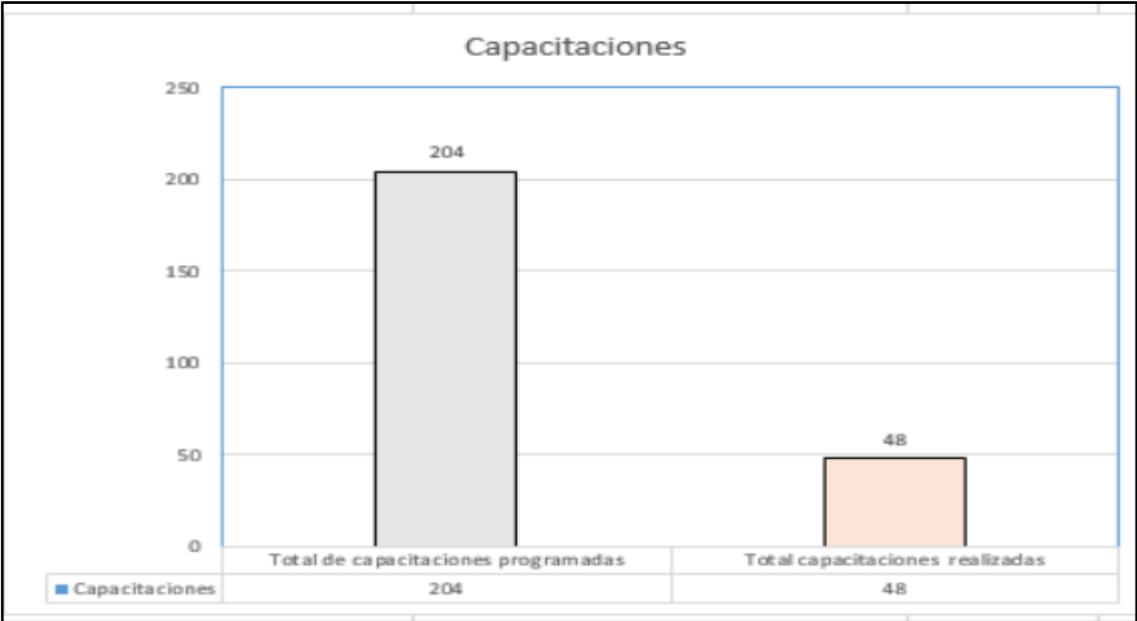
A continuación, mostramos los datos obtenidos en el periodo de Pre Test de la dimensión Variable Independiente “Endomarketing” que es “Desarrollo Personal”, así como se muestra en la Tabla 5 y la Figura 16.

**Tabla 5. Nivel de Desarrollo Personal**

	Capacitaciones realizadas mes1	Capacitaciones realizadas mes2	Capacitaciones realizadas mes3	Total capacitaciones realizadas	Total capacitaciones programadas	Nivel de desarrollo personal (%)	Meta porcentual establecida (%)	Total de trabajadores
Total capacitaciones realizadas	24	12	12	48	204	23.5	100	34

**Fuente:** *Elaboración propia*, se aprecia que, de 204 capacitaciones programadas a

Nota: 34 trabajadores en un periodo de 3 meses, se ejecutaron 48 capacitaciones que equivale el 23.5% de la meta establecida (100%).



*Figura 16. Resumen del nivel de Desarrollo del Personal.*

Nota: Se puede apreciar que de 204 capacitaciones programadas solo obtuvimos 48 de ellas lo que equivale al 23% del total.

A su vez, mostramos los datos obtenidos en el periodo de Pre Test de la dimensión Variable Independiente “Endomarketing” que es “Retención del Talento”, así como se muestra en la Tabla 6 y la Figura 17.

**Tabla 6.** Nivel de Retención de Talento

	Total trabajadores retenidos mes 1	Total trabajadores retenidos mes 2	Total trabajadores retenidos mes 3	Total trabajadores retenidos	Total trabajadores inicio del mes	Nivel de retención personal (%)	Meta establecida (%)	Total de trabajadores
Total de trabajadores retenidos	15	15	14	15	34	43.5	100	34

Fuente: Elaboración propia,

Nota: se puede apreciar que, en los 3 meses de estudio se registró 15 trabajadores que continuaron con la empresa conformando así un total de 43.5% de la meta establecida (100%).



*Figura 17.* Resumen del total de trabajadores

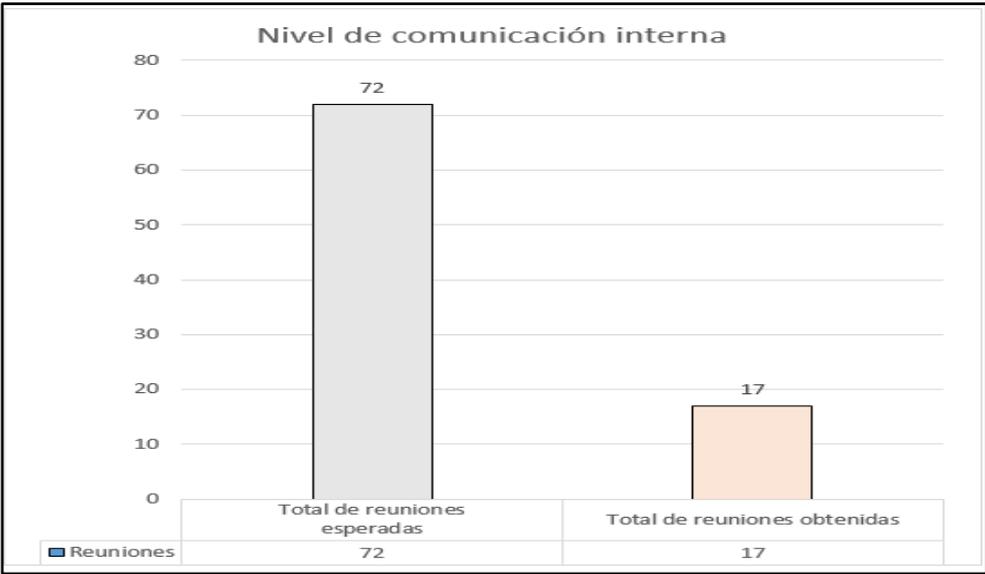
Nota: Los que continuaron en la empresa en estudio, se puede apreciar el resumen del nivel de retención de talento que, de 34 trabajadores que iniciaron el periodo continuaron 15 para el siguiente mes.

Para culminar, mostramos los datos obtenidos en el periodo de Pre Test de la dimensión Variable Independiente “Endomarketing” que es “Comunicación Interna”, así como se muestra en la Tabla 7 y la Figura 17.

**Tabla 7. Nivel de Comunicación Interna**

	Total de reuniones mes1	Total de reuniones mes2	Total de reuniones mes3	Total de Reuniones obtenidas1	Total de Reuniones esperadas	Nivel de comunicación interna	Meta establecida (%)	Total de trabajadores
Total de reuniones obtenidas	5	3	7	17	72	23.6	100	34

Fuente: Elaboración propia, podemos apreciar que, en los 3 meses de estudio se registraron 17 reuniones de las 72 previstas, esto equivale al 23.6 % de la meta establecida (100%).



*Figura 18. Resumen del Nivel de Comunicación Interna*

Nota: Se detalla el resumen del nivel de comunicación interna obtenida en base a la fórmula aplicada, donde la barra con valor numero de 17 corresponde al total de reuniones que se realizaron durante el periodo de estudio.

A continuación, mostramos los datos obtenidos en el periodo de Pre Test de la dimensión Variable Dependiente “Productividad Laboral” que es “Eficiencia”, así como se muestra en la Tabla 8 y la Figura 19.

**Tabla 8. Nivel de Eficiencia**

	Total de horas trabajadas mes1	Total de horas trabajadas mes2	Total de horas trabajadas mes3	Total horas de servicio efectivo	Total hora de servicio programado	Nivel de eficiencia (%)	Meta establecida	Total de trabajadores
Total de horas de servicio efectivo	134	139	133	13837	31824	43.5	100	34

Fuente: Elaboración propia., podemos apreciar que, el nivel de Eficiencia del personal, es nivel medio con 43.5 % que equivale a 13837 horas trabajadas efectivas de las 31824 horas programadas.



Figura 19. Resumen del Nivel de Eficiencia

Nota: Se detalla el resumen del nivel de comunicación interna obtenida en base a la fórmula aplicada, donde la barra de menor tamaño corresponde al total de reuniones que se realizaron durante el periodo de estudio.

Para culminar, mostramos los datos obtenidos en el periodo de Pre Test de la dimensión Variable Dependiente “Productividad Laboral” que es “Eficacia”, así como se muestra en la Tabla 9 y la Figura 20.

**Tabla 9.** Nivel de Eficacia

	Reportes de servicios mes1	Reportes de servicios mes2	Reportes de servicios mes3	Total de reporte de servicio realizado	Total de reporte de servicio programado	Nivel de eficacia (%)	Meta establecida (%)	Total de trabajadores
Total de reportes de servicio	2716	2851	2808	8375	18564	45.4	100	34

**Fuente:** Elaboración propia

Además, mostramos la figura 20 con barras con datos numéricos sobre los reportes de seguridad realizada durante el tiempo de estudio.

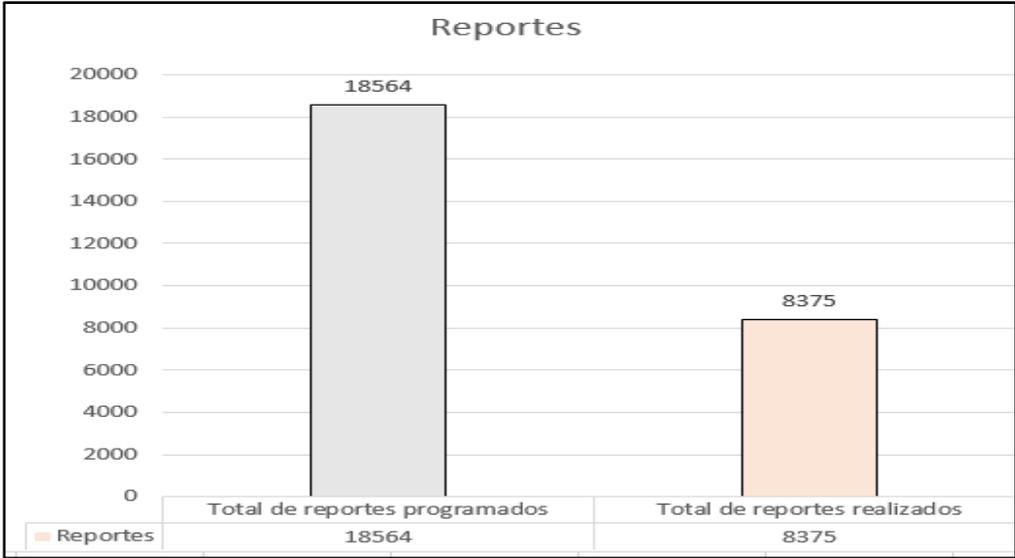


Figura 20. Resumen de eficacia.

Nota: Se evidencia un bajo nivel, ya que se registra 11771 reportes que equivales el 63.4% ante una programación de 18564 reportes programados que equivale al 100%.

## Propuesta de Mejora

En la etapa de implementación, cuyo objetivo fue dar solución a las principales causas que ocasionan la baja Productividad Laboral en la empresa de seguridad privada, luego de analizar las opciones de solución a la problemática se seleccionó la aplicación de la Endomarketing como herramienta de gestión, el personal responsable de la ejecución y los gastos aproximados, como se detalla a continuación en la Figura 21.

Diagrama de Gantt – Propuesta de Mejora				
Descripción de las etapas		Julio	Responsable	Gastos
<b>Reunión con los Directivos</b>				
1	Evaluación de las áreas		<b>Coordinador:</b> Guillermo Ruiz <b>Asistente:</b> Carlos Camacho	<b>S/ 2700.00</b>
2	Elaboración de registros y formatos			
3	Cronogramas de capacitaciones			
<b>Desarrollo Personal</b>				
4	Capacitación al personal sobre gestión Endomarketing			
5	Programa de capacitación de Primeros Auxilios (SSO)			
6	Reactivación de la Pagina de Facebook			
<b>Retención de Trabajadores</b>				
7	Reconocimiento de los Trabajadores			
8	Reunión inopinada con los colaboradores			
<b>Comunicación Interna</b>				
8	Implementación de Buzón de sugerencias			
9	Implementación de Boletines mensuales			

Figura 21. Diagrama de Gantt de la propuesta de mejor

## Desarrollo de la propuesta de mejora

En la etapa 1, se desarrollaron las actividades tal como se menciona en el cronograma de actividades.

### Reunión con los directivos de la empresa

En las instalaciones de la empresa en estudio, se llevó a cabo las reuniones de manera presencial con los representantes de la empresa para exponer el proceso del desarrollo de la aplicación del Endomarketing, en dicha reunión se acordaron a realizaron de lo siguiente puntos:

- Formación de 2 comisiones integrados por los investigadores, supervisores y coordinadores de la empresa.
- Tiempo de duración de 3 meses de la aplicación del Endomarketing (agosto a octubre).
- Presupuesto para la aplicación del Endomarketing (Propio de los investigadores)

Los acuerdos tomados en la reunión fueron registrados en el acta de reunión N°165-2023-CSST del comité de seguridad y salud en el trabajo. A continuación, se adjunta la figura 22 de la reunión con los directivos.



Figura 22. Reunión con los directivos de la empresa

Nota: Se expone la reunión con los directivos de la empresa donde damos el alcance del desarrollo de la propuesta de mejora. Terminada la exposición elaboró el acta en la cual se registra todos los puntos de los temas tratados, como se muestra en la Figura 22.

Habiéndose verificado el quorum establecido en el artículo 69° del Decreto Supremo N° 005-2012-TR, se da inicio a la reunión

I. AGENDA

1. Informe de la reunión N° 164-2023-CSST.
2. Informe sobre el apoyo de supervisión en la unidad Opp Film (Caso Sup. Ortiz).
3. Informe sobre la no continuidad del contrato con el cliente Opp Film.
4. Informe sobre la reubicación del personal saliente con contrato estable del Cliente Opp Film.
5. **Presentación de la propuesta de mejora de aplicación del Endomarketing como herramienta de gestión a cargo de los alumnos de la universidad UCV Guillermo Ruiz Alvarado y Carlos Camacho Arroyo.**

**ACTA DE REUNION N° 165-2023-CSST**

De acuerdo lo regulado por la ley 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, su Reglamento, aprobado por el Decreto Supremo N° 005-2012-TR y modificado por el Decreto Supremo N° 001-2021-TR en el Callao, siendo las 10:30 horas del día 28 de junio del 2023 de manera remota y algunos en la oficina de Total Security Management Sac ubicada en Jr. Independencia 247- Callao, se han reunido de manera virtual y en la sala de conferencias para el Comité de Seguridad y Salud en el trabajo (CSST), las siguientes personas:

**Miembros del CSST:**

N°	Nombres y Apellidos	DNI	Cargo en la empresa	Cargo en el CSS
<b>Representantes del empleador</b>				
1	GUILLERMO RUIZ ALVARADO	41883032	COORDINADOR SIG/OP	PRESIDENTE
2	OSCAR MARIO FIGUEROA CATALAN	41894264	ASISTENTE DE FINANZAS	MIEMBRO TITULAR
3	WILLIAM AMILCA MEZA VALENCIA	25501995	GERENTE DE OPERACIONES	SECRETARIO
4	DANIEL CALLE CARRASCO	08052012	CONTADOR GENERAL	MIEMBRO SUPLENTE
<b>Representantes de los trabajadores</b>				
1	VILLACORTA SPIERS, JORGE ANTONIO	25779085	SUPERVISOR GENERAL	MIEMBRO TITULAR
2	VILLAYZAN HUANUIRI, MARTIN	25849324	SUPERVISOR DE SEGURIDAD	MIEMBRO TITULAR
3	CHANAME MARTINEZ, JONNY MARTIN	10250448	SUPERVISOR GENERAL	MIEMBRO SUPLENTE
4	MENDOZA CHUMBILE, CRISANTO	43049474	SUPERVISOR DE RONDA	MIEMBRO SUPLENTE

Figura 23. Acta de reunión del comité de SST

Nota: Se hace mención al Endomarketing, acta del comité de seguridad y salud del trabajo donde se establecieron los acuerdos llevaron en la reunión, donde también se hace mención a los investigadores.

## Evaluación de las áreas de trabajo

Se procedió al recorrido de las áreas en estudio, donde se visitó al personal en su lugar de trabajo con la finalidad de evaluar e identificar las condiciones laborales existente entre los trabajadores y determinar de manera efectiva la gestión de mejora, como se muestra en la Figura 24.



*Figura 24.* Personal trabajando en las instalaciones de la empresa en estudio

Nota: Se hizo una visita inopinada al personal de trabajo, con el fin de verificar las condiciones de trabajo y tratando de encontrar alguna incomodidad por parte de los mismos para buscar futuras soluciones.

Elaboración de registro y formatos.

La empresa contaba con documentos desactualizados para registrar la asistencia de los trabajadores a las capacitaciones programadas durante el año, la cual fueron actualizados para así disponer de formatos validados que permiten posteriormente la sistematización de la información, como se muestra en la Figura 25.

		<b>REGISTRO DE ASISTENCIA-DIARIA</b>		Elaborado: G. Ruiz Aprobación: William Meza Fecha: 01-07-2023 Versión 01	
		Código: TSM-RH-F-00			
UNIDAD:					
RAZON SOCIAL	RUC N°	DOMICILIO	ACTIVIDAD ECONOMICA	N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL	
TOTAL SECURITY MANAGEMENT SAC	20336561494	JR INDEPENDENCIA 247- CALLAO	ACTIVIDAD DE INVESTIGACIÓN Y SEGURIDAD		
FECHA:		TURNO:			
N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	Unidad/área	FIRMA	
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

Figura 25. Formato de visita al puesto de Trabajo, documento actualizado y estandarizados por parte de la empresa en estudio.

## Cronograma de capacitaciones

A continuación, se presenta la programación de las capacitaciones desarrolladas durante los meses de agosto a octubre, con el objetivo de fortalecer las habilidades y conocimientos de los trabajadores, previa autorización del área de capacitaciones de la empresa en estudio y se muestra en la Tabla 10, Figura 26 y Figura 27 y en anexo 3.

**Tabla 10. Cronograma de capacitaciones**

CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES																
N°	Temas de capacitaciones	Dirigido a	Áreas Responsables	Duración (Horas)	Agosto				Setiembre				Octubre			
					Sem1	Sem2	Sema3	Sem4	Sem1	Sema2	Sema3	Sema4	Sem1	Sem2	Sem3	Sem4
Desarrollo Personal																
1	1. Implicancias del Endomarketing en el desarrollo de la empresa	Todos	Los investigadores	2	P E	P E										
	2. Fortalecimiento del desarrollo personal del trabajador	Todos	Los investigadores	2			P E									
	3. Liderazgo y compromiso laboral	Todos	Los investigadores	2				P E	P E							
Retención de Talento																
2	4. Gestión de talento humano	Todos	Los investigadores	2					P E							
	5. Calidad de servicio	Todos	Los investigadores	2						P E						
Comunicación Interna																
3	6. Comunicación eficaz	Todos	Los investigadores	2							P E					
	7. Satisfacción del cliente	Todos	Los investigadores	2								P E				
	8. Trabajo en equipo	Todos	Los investigadores	2									P E			
	9. Ventajas de la eficiencia y la eficacia en el ámbito laboral	Todos	Los investigadores	2										P E	P E	

Fuente: *Elaboración propia*

## Desarrollo Personal

Para contribuir al establecimiento de las metas personales y profesionales trazadas en la organización y compartir las metas de la empresa, debemos fortalecer el conocimiento de nuestros socios en base a los temas programados y alcanzarlos de manera efectiva. Esto implica que las capacitaciones no solo se centran en el crecimiento personal, sino también en la mejora de habilidades y competencias relacionadas con la labor específica en las mejoras de habilidades y competencias, como se evidencia en la Figura 26.



*Figura 26. Capacitación programada al personal de servicio*

En la Figura 27, se está realizando la charla programa en el programa anual de seguridad y salud en el trabajo, las evidencias de la misma se encuentran en el anexo 3.



*Figura 27. Charla de Capacitación a los trabajadores sobre temas de Endomarketing*

Nota: Como se muestra en la Figura 26, se puede observar al personal recibiendo charla sobre el Endomarketing, el cual nos permitirá enfocarnos en la mejora de la Productividad Laboral.

### Capacitación de Primeros Auxilios

Como parte de la implementación del sistema de gestión en la empresa en estudio, también se consideró continuar las capacitaciones de primeros auxilios con el área médica, como se evidencia en la Figura 28.



*Figura 28. Capacitación en primero auxilios*

### Entrega de Diplomas y reunión de camaradería con los trabajadores

Con la finalidad de motivar y empoderar a los colaboradores de la empresa en estudio, se consideró hacer un pequeño compartir con los trabajadores y se procedió a otorgar diplomas por su participación en el desarrollo de la capacitación, esto no solo beneficia a los colaboradores, sino que también mejora las habilidades y la competitividad en el mercado laboral, como se evidencia en la Figura 29 y Figura 30.



*Figura 29.* Compartir con los trabajadores el día de la capacitación.



*Figura 30.* Otorgamiento de diplomas por la participación en el desarrollo de capacitación.

### Reactivación de la Pagina de Facebook

Con el respaldo del área de sistemas, activamos la página oficial de Facebook, optimizando la información para clientes internos y externos, también se habilitó una sección de ofertas laborales para recibir currículums y evaluar anticipadamente las cualidades de los postulantes, incluyendo revisiones policiales y judiciales, esto garantiza personal cualificado, minimizando inconformidades de clientes internos y externos, también se consideró una línea telefónica activa las 24 horas para cualquier atención y sugerencias, pues se evidencia en la Figura 31.



Figura 31. Portada de la página de Facebook de la empresa en estudio

Nota: En la Figura 31, se muestra la página de Facebook de la empresa en estudio y con la ayuda del área de sistemas, optimizamos la página de Facebook, incluyendo ofertas laborales, garantizando personal cualificado y mejorando la comunicación.

#### Retención del talento

En el entorno global actual, a medida que los entornos empresariales se vuelven más competitivos e interconectados, mantenerse relevante se convierte en el desafío más importante para las organizaciones. Esta situación requiere que implementemos programas para reconocer el desempeño y dedicación a la empresa y motivar a los empleados a través de donaciones y/o reuniones divertidas con empleados dudosos, como se muestra en la Figura 32.

#### Reconocimiento a los trabajadores

Con la finalidad de reconocer el buen desempeño y la productividad de nuestro personal destacado en las unidades, se realizó la entrega del "Diploma de Reconocimiento al Colaborador del mes de setiembre" otorgando como premio un vale de consumo. Para este fin, se evaluaron diferentes aspectos como puntualidad, compromiso, proactividad, atención al cliente y seriedad del personal en el cumplimiento de sus funciones, como se evidencia en la Figura 32.



*Figura 32.* Se muestra la entrega de Diploma de reconocimiento y vale de consumo al colaborador del meso

Nota: En la Figura 32, Se muestra la entrega de Diploma de Reconocimiento y vale de consumo al Colaborador del mes.

#### Reunión inopinada con los colaboradores

La importancia de la integración de la fuerza laboral es fomentar las conexiones entre las personas que componen una organización, aportar nuevas ideas y construir relaciones sólidas que conduzcan a un ambiente de trabajo saludable, como se muestra en la Figura 33.



*Figura 33.* Reunión de los trabajadores con el área administrativa

## Comunicación Interna

Se refiere a todos los medios y canales que a través de los cuales la empresa puede informar a sus empleados sobre diversos aspectos importantes para las operaciones de la empresa, en tal sentido se implementó un buzón de sugerencias y boletines informativos mensuales.

Adicional a estas implementaciones se ha sugerido la creación de un código QR para el acceso directo de cualquier dispositivo móvil con solo escanear, para ello la empresa está evaluando y la implementación a futuro, sin embargo, por ahora se ha reactivado nuestra página de Facebook donde podemos visualizar las capacitaciones, boletines informativos.

### Implementación del Buzón de Sugerencias

Para promover un entorno de Feedback positivo, se implementó un buzón de sugerencias donde los empleados pueden expresar opiniones para mejorar constantemente la organización, como se evidencia en la Figura 34.



*Figura 34.* Implementación de un buzón de sugerencias

Nota: En la Figura 34, se muestra el Buzón de sugerencias y quejas.

## Implementación de Boletines Mensuales

Se implementó los boletines mensuales con la finalidad de compartir novedades e información más relevantes y mantener informado a todos los miembros de la empresa en estudio, sobre los hechos más importantes, con la finalidad de motivar a los demás miembros de la empresa se publicó el trabajador del mes, como se evidencia en la Figura 35.



*Figura 35.* Difusión de los boletines mensuales donde se muestra el colaborador del mes

En la Figura 35, se evidencia la publicación en el boletín del mes de agosto sobre el reconocimiento del Trabajador por su dedicación y desempeño en cumplimiento de sus funciones en la empresa.

## Encuesta de Clima laboral

Después de la implementación de la propuesta de mejora, se volvió aplicar una nueva encuesta donde se aprecia un cambio de ánimo del personal, respecto a la empresa y su jefe inmediato.

"Estimado colaborador, agradeciendo su colaboración en mejora de nuestra organización, solicitamos el llenado de la encuesta siguiente:

CLIMA LABORAL		CRITERIOS	Su jefe inmediato:	
1	La Empresa cumple a tiempo con el pago de sueldo	1 - 2 - 3 - 4	1	Da instrucciones de manera adecuada
2	Estoy en desacuerdo con el trato del cliente a mi persona.	1 - 2 - 3 - 4	2	Observo un trato especial a otros compañeros
3	Tengo dificultad para trabajar en equipo	1 - 2 - 3 - 4	3	Sabe trabajar bajo presión y situaciones de estrés
4	Me siento cómodo en la unidad y puesto asignada	1 - 2 - 3 - 4	4	Motiva a su personal
5	La Empresa proporciona los equipo de trabajo adecuados para su puesto	1 - 2 - 3 - 4	5	Se aprovecha de su cargo en beneficio personal.

FECHA DE ENCUESTA: 17/10/23

COMENTARIO LIBRE PARA MEJORAR NUESTRO CLIMA LABORAL: QUE CONTINUE COMO ESTA Y NO CAMBIE
---

Figura 36. Encuesta el clima laboral de la empresa

Nota: En la figura 36 se evidencia el porcentaje de respuesta favorables referente a la empresa, los trabajadores encuestados respondieron que por lo general se encuentra mucho mejor y algunos de ellos dieron escribieron algunas sugerencias para seguir mejorando sobre el clima laboral.

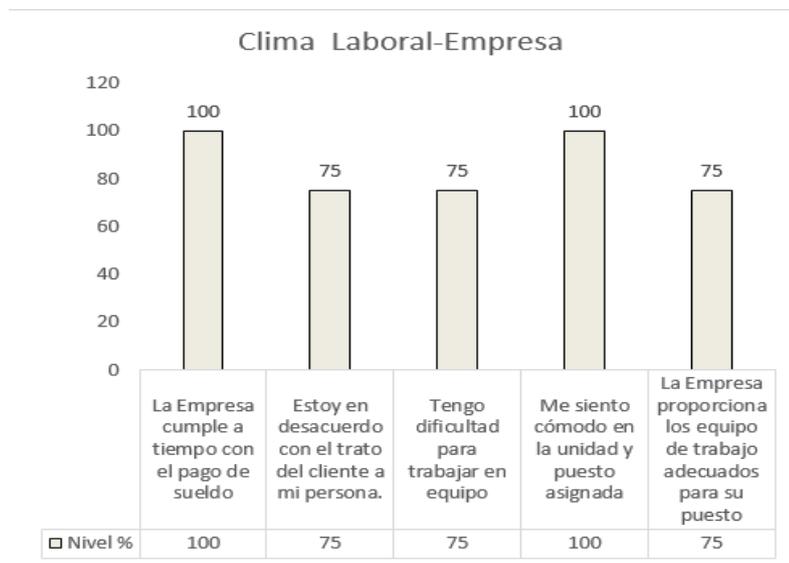


Figura 37. Encuesta sobre la empresa

Nota: En la figura 37 se evidencia el porcentaje de respuesta favorables referente a la empresa, los trabajadores encuestados respondieron que se encuentra mucho mejor y algunos de ellos escribieron algunas felicitaciones a la empresa a continua con las buenas acciones.

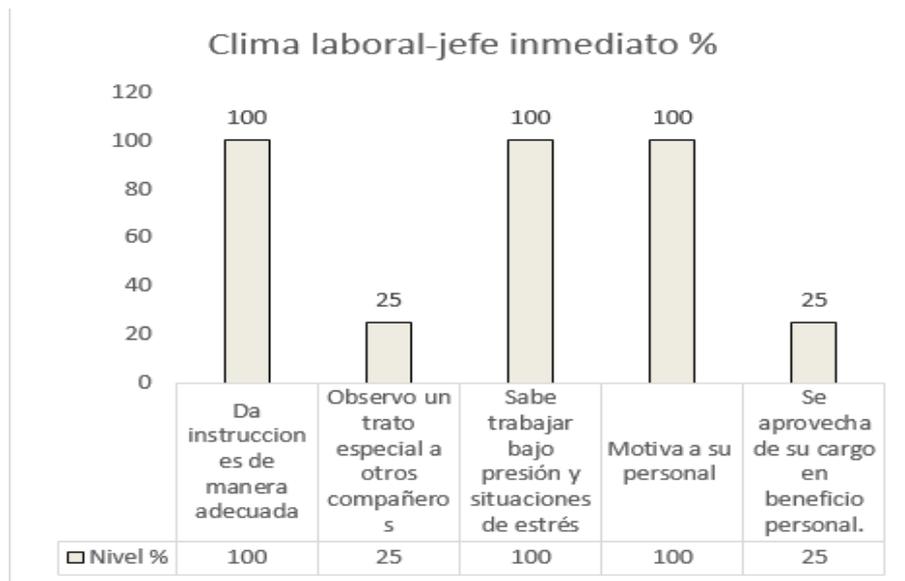


Figura 38. Encuesta sobre el jefe inmediato

Nota: En la figura 38 se evidencia el porcentaje de respuesta favorables referente a la a su jefe inmediato, los trabajadores encuestados respondieron que por lo general se encuentra mucho mejor y algunos de ellos dieron escribieron algunas sugerencias para seguir mejorando sobre el clima laboral.

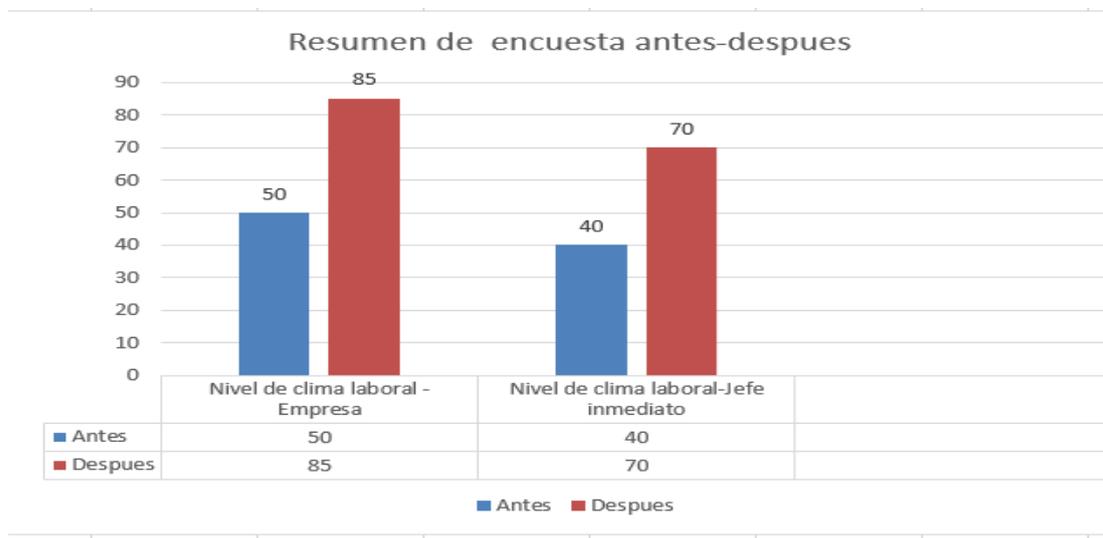


Figura 39. Resumen de la encuesta laboral antes y después

Nota: En la figura 39 se evidencia el resumen de la encuesta t del antes y después donde el porcentaje se aprecia mejoría en las respuestas favorables tanto par a la empresa como para el jefe inmediato.

## Resultados del Post Test

Como parte de la implementación mencionada líneas arriba se muestra los datos obtenidos en el Post Test que está planteada desde agosto hasta octubre del 2023 en la empresa en estudio, las cuales mostramos los siguientes datos:

### Desarrollo personal (Dimensión 1 – Variable Independiente)

A continuación, apreciamos el nivel del porcentaje del Desarrollo del Personal como se muestra en la Tabla 11 y Figura 40.

**Tabla 11. Resultados del Nivel de Desarrollo del Personal - Post Test**

Nivel de desarrollo personal NDP=Nivel Desarrollo Personal TCR= Total capacitaciones realizadas TCP= Total capacitaciones programadas				Fórmula: $NDP = \frac{TCR}{TCP} \times 100\%$			
Post Test							
Ítem	Capacitaciones realizadas mes1	Capacitaciones realizadas mes1	Capacitaciones realizadas mes1	Total capacitaciones realizadas 1	Total capacitaciones programadas1	Nivel de desarrollo personal1	Nivel
Trabajador 1	1	2	1	4	6	67%	71.0
Trabajador 2	2	1	1	4	6	67%	
Trabajador 3	1	2	2	5	6	83%	
Trabajador 4	2	1	1	4	6	67%	
Trabajador 5	1	1	2	4	6	67%	
Trabajador 6	1	2	1	4	6	67%	
Trabajador 7	2	1	2	5	6	83%	
Trabajador 8	1	1	1	3	6	50%	
Trabajador 9	1	1	2	4	6	67%	
Trabajador 10	2	1	1	4	6	67%	
Trabajador 11	2	2	1	5	6	83%	
Trabajador 12	1	2	1	4	6	67%	
Trabajador 13	1	2	2	5	6	83%	
Trabajador 14	2	1	2	5	6	83%	
Trabajador 15	1	2	2	5	6	83%	
Trabajador 16	2	1	2	5	6	83%	
Trabajador 17	2	2	1	5	6	83%	
Trabajador 18	1	1	2	4	6	67%	
Trabajador 19	1	1	1	3	6	50%	
Trabajador 20	1	1	1	3	6	50%	
Trabajador 21	1	2	2	5	6	83%	
Trabajador 22	1	1	2	4	6	67%	
Trabajador 23	1	1	2	4	6	67%	
Trabajador 24	1	1	1	3	6	50%	
Trabajador 25	1	1	1	3	6	50%	
Trabajador 26	1	1	2	4	6	67%	
Trabajador 27	2	2	1	5	6	83%	
Trabajador 28	2	1	2	5	6	83%	
Trabajador 29	1	1	1	3	6	50%	
Trabajador 30	1	2	1	4	6	67%	
Trabajador 31	1	2	2	5	6	83%	
Trabajador 32	1	2	1	4	6	67%	
Trabajador 33	1	2	2	5	6	83%	
Trabajador 34	2	2	1	5	6	83%	

Fuente: Elaboración propia

Nota: El Post Test se refleja todo lo contrario, obteniendo un 71% en la dimensión de desarrollo personal.

A continuación, presentamos el resumen de la dimensión de desarrollo personal.

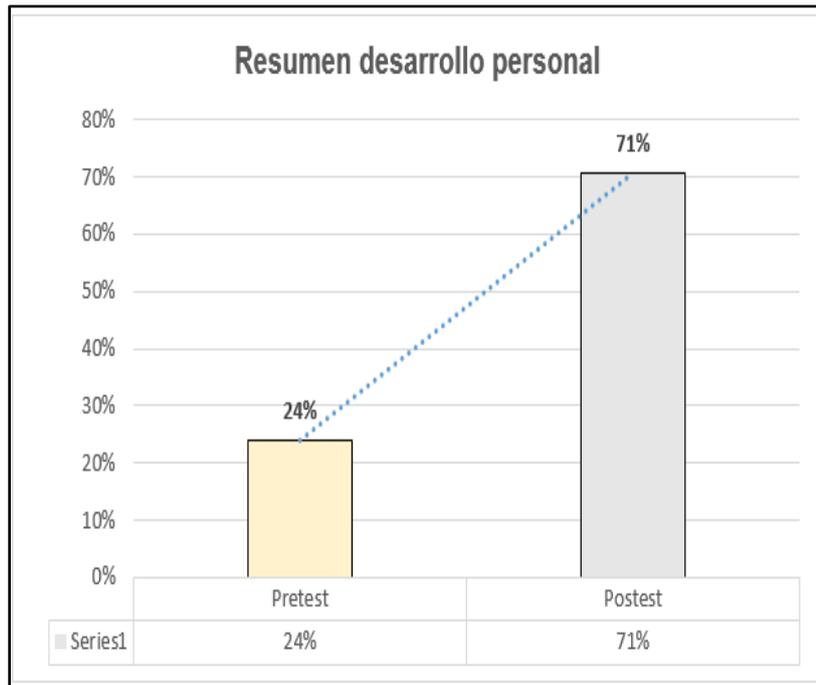


Figura 40. Resultado del pre y Post Test de desarrollo personal.

Nota: En la Figura 40, los resultados entre el Pre Test y Post Test, se aprecia marcada la diferencia de 24% en el Pre Test y de 71% en el Post Test, un porcentaje aceptable a la meta establecida.

#### Retención de Talento (Dimensión 2 – Variable Independiente)

A continuación, apreciamos el nivel del porcentaje de la Retención de Talento, así como se muestra en la Tabla 12 y Figura 41.

**Tabla 12. Resultado del Nivel de Retención de Talento - Post Test**

Nivel de retención de talento NRT=Nivel Retención de talento TTR=Total de trabajadores retenidos TTIM=Total de trabajadores inicio de mes				Fórmula: $NRT = \frac{TTR}{TTIM} \times 100\%$			
Ítem	Post Test						
	Total trabajadores retenidos mes 1	Total trabajadores retenidos mes 1	Total trabajadores retenidos mes 1	Total de trabajadores retenidos1	Total de trabajadores inicio del mes1	Nivel de retención de talento1	Nivel (%)
Trabajador 1	31	33	34	33	34	96.1	93.9
Trabajador 2	33	34	30	32	34	95.1	
Trabajador 3	33	34	33	33	34	98.0	
Trabajador 4	33	34	31	33	34	96.1	
Trabajador 5	32	33	34	33	34	97.1	
Trabajador 6	32	31	31	31	34	92.2	
Trabajador 7	31	33	33	32	34	95.1	
Trabajador 8	33	34	31	33	34	96.1	
Trabajador 9	33	34	30	32	34	95.1	
Trabajador 10	31	32	30	31	34	91.2	
Trabajador 11	34	33	32	33	34	97.1	
Trabajador 12	33	29	33	32	34	93.1	
Trabajador 13	34	32	30	32	34	94.1	
Trabajador 14	34	33	31	33	34	96.1	
Trabajador 15	32	29	32	31	34	91.2	
Trabajador 16	29	32	33	31	34	92.2	
Trabajador 17	32	33	33	33	34	96.1	
Trabajador 18	31	29	29	30	34	87.3	
Trabajador 19	29	34	29	31	34	90.2	
Trabajador 20	34	32	34	33	34	98.0	
Trabajador 21	33	32	33	31	34	91.2	
Trabajador 22	34	30	29	31	34	91.2	
Trabajador 23	34	33	29	32	34	94.1	
Trabajador 24	34	33	30	32	34	95.1	
Trabajador 25	30	33	33	32	34	94.1	
Trabajador 26	33	31	34	33	34	96.1	
Trabajador 27	34	29	28	30	34	89.2	
Trabajador 28	33	34	30	32	34	95.1	
Trabajador 29	34	30	32	32	34	94.1	
Trabajador 30	33	33	33	33	34	97.1	
Trabajador 31	33	29	29	30	34	89.2	
Trabajador 32	30	33	30	31	34	91.2	
Trabajador 33	32	33	30	32	34	93.1	
Trabajador 34	34	32	30	32	34	94.1	

Fuente: Elaboración propia

**Nota:** En la tabla 12, se expone el Post Test este porcentaje mejoró en cuanto a la retención y se puede apreciar en la tabla en un 94%. En consecuencia, las sesiones con los participantes permitieron disminuir el porcentaje de ausentismo laboral.

A continuación, presentamos el resumen de la dimensión de retención de talento.

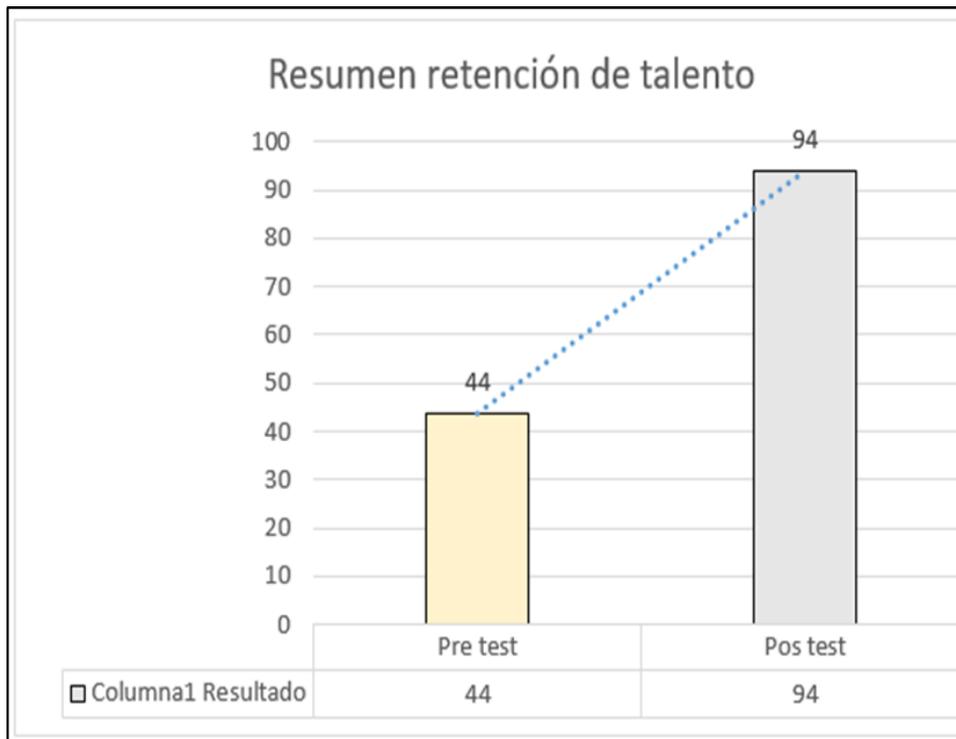


Figura 41. Resultado del pre y Post Test de retención de talento

Nota: En la Figura 41, los resultados de Pre Test y Post Test, se aprecia marcada la diferencia de 44% en el Pre Test y de 94% en el Post Test, un porcentaje aceptable a la meta establecida en la retención de talento.

#### Comunicación Interna (Dimensión 3 – Variable Independiente)

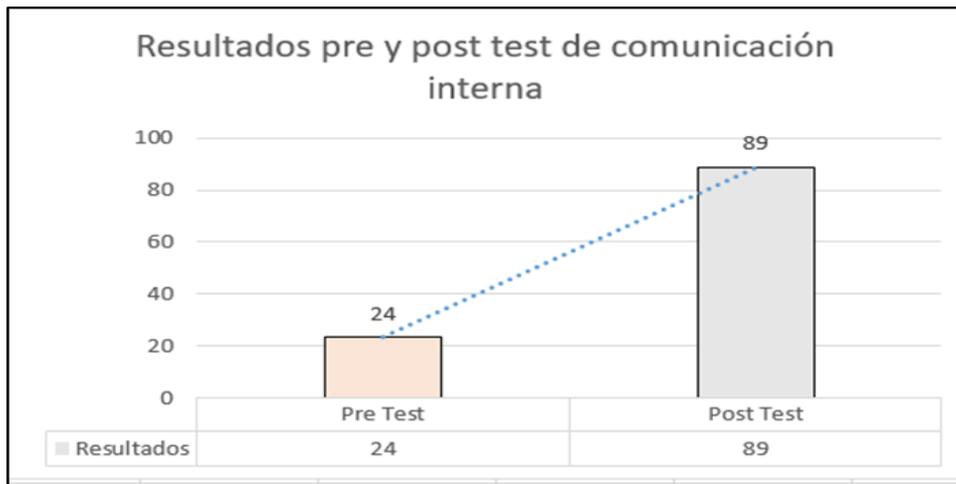
A continuación, apreciamos el nivel del porcentaje de la Comunicación Interna como se muestra en la Tabla 13 y Figura 42.

**Tabla 13. Resultado del Post Test de Nivel de Comunicación Interna.**

Nivel de comunicación interna NCI=Nivel de comunicación interna TRO=Total de reuniones obtenidas TRE=Total de reuniones esperadas					Fórmula: $NCI = \frac{TRO}{TRE} \times 100\%$		
Post Test							
Ítem	Total de reuniones mes1	Total de reuniones mes1	Total de reuniones mes1	Total de Reuniones obtenidas1	Total de Reuniones esperadas 1	Nivel de comunicación interna	Nivel (%)
Trabajador 1	1	1	1	3	72	4.2	88.89
Trabajador 2	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 3	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 4	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 5	0	1	1	2	72	2.8	
Trabajador 6	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 7	0	1	1	2	72	2.8	
Trabajador 8	1	0	0	1	72	1.4	
Trabajador 9	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 10	0	1	0	1	72	1.4	
Trabajador 11	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 12	0	0	1	1	72	1.4	
Trabajador 13	1	0	0	1	72	1.4	
Trabajador 14	1	0	0	1	72	1.4	
Trabajador 15	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 16	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 17	0	1	0	1	72	1.4	
Trabajador 18	1	0	0	1	72	1.4	
Trabajador 19	0	1	0	1	72	1.4	
Trabajador 20	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 21	0	0	1	1	72	1.4	
Trabajador 22	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 23	0	1	1	2	72	2.8	
Trabajador 24	1	0	0	1	72	1.4	
Trabajador 25	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 26	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 27	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 28	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 29	1	1	1	3	72	4.2	
Trabajador 30	0	0	1	1	72	1.4	
Trabajador 31	1	0	0	1	72	1.4	
Trabajador 32	1	0	1	2	72	2.8	
Trabajador 33	0	0	1	1	72	1.4	
Trabajador 34	0	1	1	2	72	2.8	

**Fuente:** *Elaboración propia*

Nota: La Tabla 13 muestra los resultados del Post Test, se aprecia un porcentaje de 89 % aceptable a la meta establecida.



*Figura 42.* Resultado del pre y Post Test de comunicación interna

Nota: La Figura 42 refleja el resultado de las acciones desarrolladas con los participantes permitieron aumentar el porcentaje de 24% en 89% de comunicación interna.

Eficiencia (Dimensión 1 – Variable Dependiente)

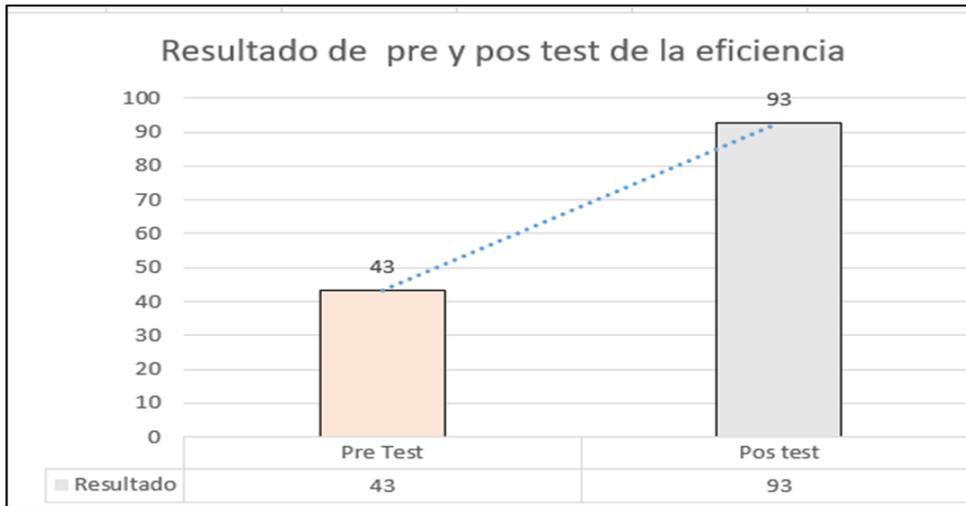
A continuación, apreciamos el nivel de la Eficiencia, así como se muestra en la Tabla 14 y Figura 43.

**Tabla 14. Resultado del Nivel de Eficiencia - Post Test**

Nivel de eficiencia del trabajador. NEFIT= Nivel de eficiencia del trabajador THSE= Total hora de servicio efectivo THSP= Total hora de servicio programado					Fórmula: $NEFIT = \frac{THSE}{THSP} \times 100\%$		
POST TEST							
Ítem	Horas Trabajadas x mes1	Horas Trabajadas x mes1	Horas Trabajadas x mes1	Total horas de servicio efectivo	Total horas de servicio programado	Nivel de eficiencia del trabajador	Nivel (%)
Trabajador 1	300	300	288	888	936	94.87	92.83
Trabajador 2	278	276	278	832	936	88.89	
Trabajador 3	288	278	300	866	936	92.52	
Trabajador 4	288	276	15	579	936	61.86	
Trabajador 5	288	276	278	842	936	89.96	
Trabajador 6	288	300	300	888	936	94.87	
Trabajador 7	288	276	288	852	936	91.03	
Trabajador 8	300	288	300	888	936	94.87	
Trabajador 9	300	288	278	866	936	92.52	
Trabajador 10	300	300	288	888	936	94.87	
Trabajador 11	300	300	278	878	936	93.80	
Trabajador 12	300	288	288	876	936	93.59	
Trabajador 13	300	300	288	888	936	94.87	
Trabajador 14	300	300	300	900	936	96.15	
Trabajador 15	300	300	288	888	936	94.87	
Trabajador 16	300	288	278	866	936	92.52	
Trabajador 17	300	300	300	900	936	96.15	
Trabajador 18	300	288	276	864	936	92.31	
Trabajador 19	288	300	288	876	936	93.59	
Trabajador 20	288	288	288	864	936	92.31	
Trabajador 21	278	300	300	878	936	93.80	
Trabajador 22	300	288	252	840	936	89.74	
Trabajador 23	288	300	288	876	936	93.59	
Trabajador 24	300	300	288	888	936	94.87	
Trabajador 25	300	300	288	888	936	94.87	
Trabajador 26	288	300	288	876	936	93.59	
Trabajador 27	288	300	300	888	936	94.87	
Trabajador 28	300	300	300	900	936	96.15	
Trabajador 29	300	300	276	876	936	93.59	
Trabajador 30	288	300	278	866	936	92.52	
Trabajador 31	300	300	300	900	936	96.15	
Trabajador 32	300	300	300	900	936	96.15	
Trabajador 33	300	300	288	888	936	94.87	
Trabajador 34	300	300	288	888	936	94.87	

Fuente: *Elaboración propia*

Nota: La tabla 14 muestra los resultados del Post Test, se aprecia un porcentaje de 93 % aceptable a la meta establecida.



*Figura 43. Resultado del pre y Post Test de Eficiencia*

Nota: En la Figura 43, en consecuencia, las acciones desarrolladas con los participantes permitieron aumentar el porcentaje de Eficiencia tal como se muestra en la gráfica de 43% a 93%.

Eficacia (Dimensión 2 – Variable Dependiente)

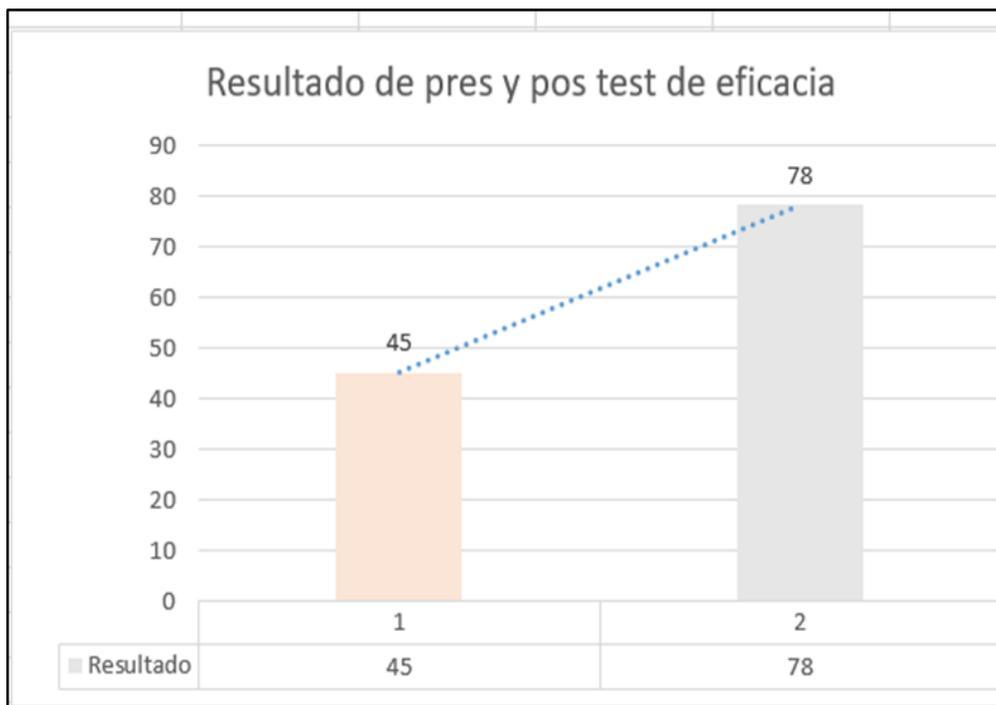
A continuación, apreciamos el nivel del porcentaje de la comunicación interna como se muestra en la Tabla 15 y Figura 44.

**Tabla 15. Resultado del Post Test de Nivel de Eficacia.**

Nivel de eficacia del trabajador NET = Nivel eficacia del trabajador TRR= Total de reportes realizados TRP= Total de reportes programados				Fórmula: $NET = \frac{TRR}{TRP} \times 100\%$			
Post Test							
Ítem	Total de Reportes de servicios mes1	Total de Reportes de servicios mes1	Total de Reportes de servicios mes1	Total de reporte de servicio realizado	Total de reporte de servicio programado	Nivel de eficacia del trabajador	Nivel (%)
Trabajador 1	125	145	125	395	546	72.34	78
Trabajador 2	150	160	165	475	546	87.00	
Trabajador 3	140	138	150	428	546	78.39	
Trabajador 4	136	158	138	432	546	79.12	
Trabajador 5	160	175	148	483	546	88.46	
Trabajador 6	152	128	140	420	546	76.92	
Trabajador 7	158	156	148	462	546	84.62	
Trabajador 8	156	170	155	481	546	88.10	
Trabajador 9	125	138	150	413	546	75.64	
Trabajador 10	85	120	138	343	546	62.82	
Trabajador 11	131	132	130	393	546	71.98	
Trabajador 12	90	128	147	365	546	66.85	
Trabajador 13	90	135	140	365	546	66.85	
Trabajador 14	105	148	158	411	546	75.27	
Trabajador 15	165	163	154	482	546	88.28	
Trabajador 16	160	166	125	451	546	82.60	
Trabajador 17	161	165	164	490	546	89.74	
Trabajador 18	148	165	138	451	546	82.60	
Trabajador 19	157	125	148	430	546	78.75	
Trabajador 20	149	125	128	402	546	73.63	
Trabajador 21	144	150	142	436	546	79.85	
Trabajador 22	138	139	138	415	546	76.01	
Trabajador 23	160	150	163	473	546	86.63	
Trabajador 24	125	143	156	424	546	77.66	
Trabajador 25	147	135	178	460	546	84.25	
Trabajador 26	140	138	164	442	546	80.95	
Trabajador 27	135	150	158	443	546	81.14	
Trabajador 28	132	140	148	420	546	76.92	
Trabajador 29	125	130	142	397	546	72.71	
Trabajador 30	150	154	160	464	546	84.98	
Trabajador 31	140	50	124	314	546	57.51	
Trabajador 32	148	146	160	454	546	83.15	
Trabajador 33	148	138	150	436	546	79.85	
Trabajador 34	128	135	125	388	546	71.06	

Fuente: Elaboración propia

Nota: La tabla 15 muestra los resultados del Post Test, se aprecia un porcentaje de 78 % aceptable a la meta establecida.



*Figura 44.* Resultado del pre y Post Test de Eficacia

Nota: Como se muestra en la Figura 44, se muestra el resultado de la Eficacia de 45% a 78% desde una etapa del Pre Test al Post Test.

## Análisis económicos.

A continuación, se expone la Evaluación Económica Financiera de la empresa en estudio, tal como se ilustra en la Figura 28.

Título del Proyecto		Aplicación del Endomarketing para Mejorar la Productividad Laboral en una Empresa de Seguridad Privada, Callao-2023											
Objetivos		Determinar la aplicación del Endomarketing en la mejora de la productividad laboral en una empresa de seguridad privada											
INVERSION INICIAL	S/ 50,000.00												
SALDO INICIAL EN CAJA	S/ -	S/ 17,410.00	S/ 33,358.75	S/ 33,357.50	S/ 33,356.25	S/ 9,830.00	S/ 13,353.75	S/ -247.50	S/ 11,236.25	S/ 13,350.00	S/ 13,348.75	S/ 13,262.50	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
INGRESOS	S/ 100,000.00	S/ 100,000.00	S/ 100,000.00	S/ 100,000.00	S/ 80,000.00	S/ 80,000.00	S/ -						
PLANILLA	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ 59,400.00	S/ -	
SCTR	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ 365.00	S/ -	
EMO	S/ 1,500.00	S/ -	S/ -		S/ 2,250.00	S/ -	S/ -	S/ 1,350.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	
CAPACITACION	S/ 850.00	S/ -	S/ -		S/ 1,275.00	S/ -	S/ -	S/ 765.00	S/ -	S/ -	S/ 85.00	S/ -	
OTROS GASTOS	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00	S/ -	
COSTO MENSUAL DE MANT.	S/ 2,700.00	S/ 2,701.00	S/ 2,702.00	S/ 2,703.00	S/ 2,704.00	S/ 2,705.00	S/ 2,706.00	S/ 2,707.00	S/ 2,708.00	S/ 2,709.00	S/ 2,710.00	S/ -	
COSTO DE MEJORA PERIODICA	S/ 675.00	S/ 675.25	S/ 675.50	S/ 675.75	S/ 676.00	S/ 676.25	S/ 676.50	S/ 676.75	S/ 677.00	S/ 677.25	S/ 677.50	S/ -	
COMPRA DE UNIFORMES (ANUAL)	S/ 13,600.00						S/ 13,600.00					S/ -	
EGRESOS	S/ 82,590.00	S/ 66,641.25	S/ 66,642.50	S/ 66,643.75	S/ 70,170.00	S/ 66,646.25	S/ 80,247.50	S/ 68,763.75	S/ 66,650.00	S/ 66,651.25	S/ 66,737.50	S/ -	
	S/ 17,410.00	S/ 33,358.75	S/ 33,357.50	S/ 33,356.25	S/ 9,830.00	S/ 13,353.75	S/ -247.50	S/ 11,236.25	S/ 13,350.00	S/ 13,348.75	S/ 13,262.50	S/ -	
	S/ -50,000.00	S/ -16,641.25	S/ 16,716.25	S/ 50,072.50	S/ 59,902.50	S/ 73,256.25	S/ 73,008.75	S/ 84,245.00	S/ 97,595.00	S/ 110,943.75	S/ 124,206.25	S/ -	
MES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
FLUJO DE CAJA MENSUAL	S/ -50,000.00	S/ 17,410.00	S/ 33,358.75	S/ 33,357.50	S/ 33,356.25	S/ 9,830.00	S/ 13,353.75	S/ -247.50	S/ 11,236.25	S/ 13,350.00	S/ 13,348.75	S/ 13,262.50	S/ -
TASA DE DESCUENTO (K)	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	BENEFICIO COSTO (B/C)	INDICADOR DE CONTAB.									
30%	45.97%	S/ 65,163.60	1.31	1.31									

Figura 45. Evaluación Económica Financiera del Proyecto en el periodo 2023

Nota: Como se puede observar en la Figura 45, el Proyecto es rentable para la empresa en estudio donde el porcentaje del TIR es 45.97%, mayor a la Tasa de Descuento, a su vez el valor de VAN es de S/ 65 163.60 donde existe ganancia y el Costo Beneficio (B/C) es de 1.31 y se proyecta a recuperar la inversión en el mes de marzo.

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

Según HERNÁNDEZ Y MENDOZA (2018), definen que el análisis inferencial utiliza estadística inferencial porque se enfoca en sacar conclusiones y probar hipótesis. En el estudio, el tamaño de la muestra se determinó mediante pruebas de hipótesis; Un tamaño de muestra de más de 30 puntos de datos se considera grande. En este estudio, menos de 30 datos se denominan muestra pequeña.

Luego de identificar una estrecha notificación se puede terminar que la testificación de Shapiro Wilk notificación el mismo talante conocido para los datos, si el resultado es viejo a 0.05 se puede terminar que el apunte remilgado es paramétrico; si esto se confirma, se realiza una testificación T-Student; si el resultado es último ora semejante a 0,05, se puede terminar que los datos jamás melodía paramétricos y se utiliza la testificación de Wilcoxon.

En este estudio se utilizará la metodología cuantitativa para obtener datos para el análisis, se utilizará Excel y SPSS versión 25, estos datos serán analizados utilizando estadística descriptiva inferencial para ayudar a definir las etapas restantes del proyecto de investigación.

### **3.7 Aspectos éticos**

Se han considerado disposiciones que brindan universalidad ética del comportamiento moral presentado como consentimiento informado a pacientes adultos, que incluyen aspectos de benevolencia, donde la acción se realiza en beneficio o beneficio de los participantes HAGENDORFF (2020), que dirige las acciones del investigador al daño en el proceso. Del mismo modo, la autonomía, que consiste en reconocer la garantía de los derechos del participante para que elija integrarse al estudio por su propia voluntad (Family Health International, 2012). Y también la justicia, que ofrece al participante un trato acorde a sus derechos, teniendo en cuenta la privacidad y las opiniones FERRÉLL et al. (2019).

## IV. RESULTADOS

### Análisis Descriptivos

Variable Independiente (Endomarketing)

Para el análisis de resultados necesitamos comparar los valores obtenidos del Endomarketing durante el Pre Test y el Post Test, así como se muestra en la Tabla 16 y la Figura 46.

**Tabla 16.** *Análisis Descriptivo del Endomarketing durante el Pre Test y el Post Test.*

		Estadísticos	
		ENDOMARKETING_PRETEST	ENDOMARKETING_PROTTEST
N	Válido	90	90
	Perdidos	0	0
Media		0,172470	0,394523
Desv. Desviación		0,0286985	0,0302185
Mínimo		0,1373	0,3347
Máximo		0,2170	0,4491
Curtosis		-1,870	-0,708
Asimetría		0,070	0,256

Fuente: Elaboración propia

Nota: En la Tabla 16, se muestra un aumento en la media de la fiabilidad, elevándose del 17,25% al 39,45%. Este incremento se acompaña de un aumento en la desviación estándar en el Post Test (0,030), indicando una mayor cohesión de los datos en comparación con el Pre Test (0,029). Además, se observa que el valor de la fiabilidad, ha aumentado en 0.23% en el Pre Test al Post Test.

## ENDOMARKETING PRE TEST & POST TEST

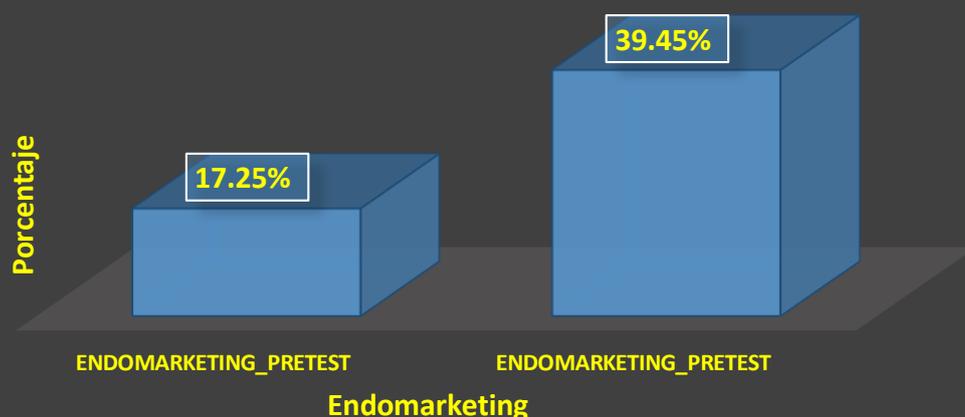


Figura 46. Porcentaje de cumplimiento de Endomarketing

Nota: En la Figura 46, se muestra el incremento del Porcentaje de Cumplimiento del Endomarketing en el periodo de Pre Test al Post Test 2023 fue del 22.20%.

Dimensión 1 (Desarrollo Personal) de la Variable Independiente

Para el análisis de resultados necesitamos comparar los valores obtenidos del Desarrollo Personal durante el Pre Test y el Post Test, así como se muestra en la Tabla 17 y la Figura 47.

**Tabla 17. Análisis Descriptivo del Endomarketing durante el Pre Test y el Post Test.**

		Estadísticos	
		DESPER_PRETEST	DESPER_POSTTEST
N	Válido	34	34
	Perdidos	0	0
Media		0,2353	0,7059
Desv. Desviación		0,13681	0,12349
Mínimo		0,00	0,50
Máximo		0,50	0,83
Curtosis		-0,343	-1,026
simetría		0,126	-0,414

Fuente: Elaboración propia

Nota: En la Tabla 17, se muestra un aumento en la media de la fiabilidad, elevándose del 23,53% al 70,59%. Este incremento se acompaña de una disminución en la desviación estándar en el Post Test (0,123), indicando una mayor cohesión de los datos en comparación con el Pre Test (0,137). Además, se observa que el valor de la fiabilidad, ha aumentado en 0.33% en el Pre Test al Post Test.

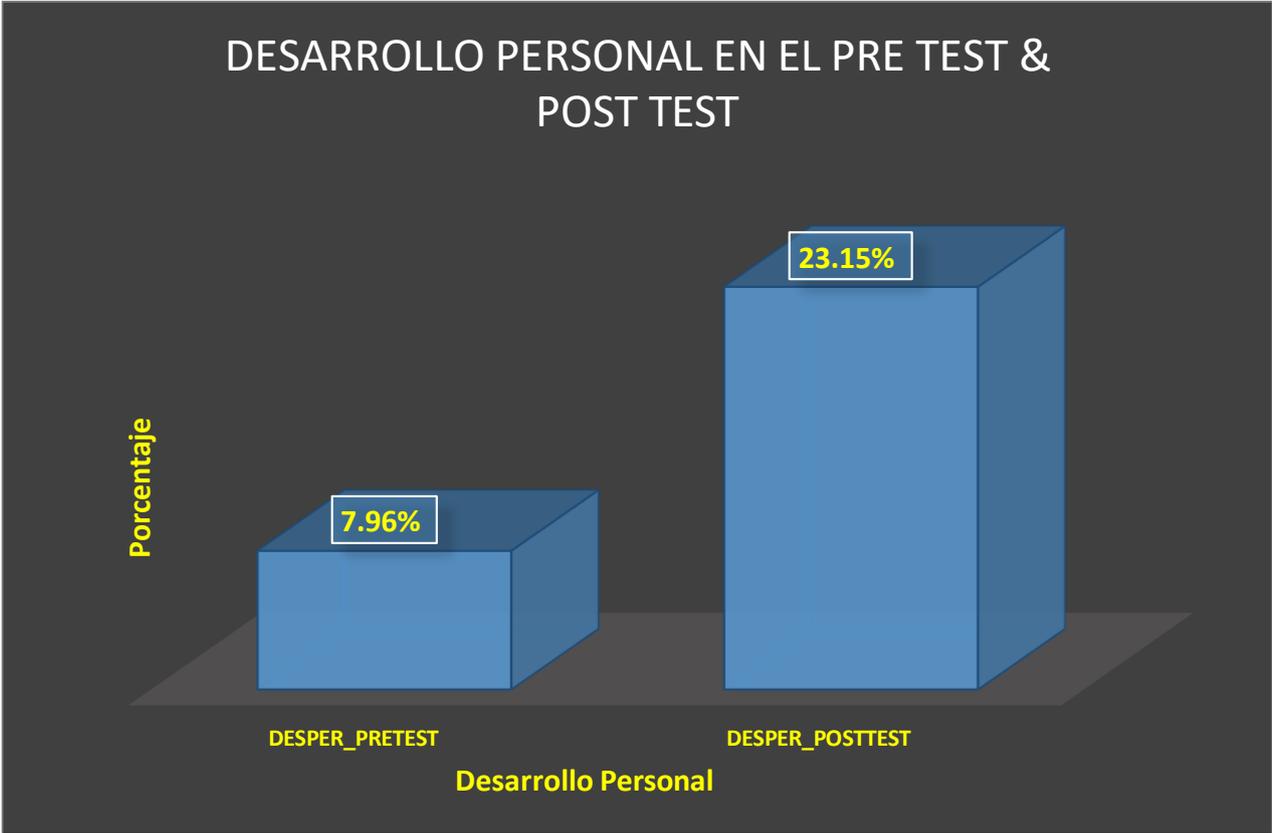


Figura 47. Porcentaje de Desarrollo personal

Nota: En la Figura 47, se muestra el incremento del Porcentaje del Desarrollo Personal en el periodo de Pre Test al Post Test 2023 fue del 15.19%.

Dimensión 2 (Retención del Personal) de la Variable Independiente

Para el análisis de resultados necesitamos comparar los valores obtenidos del Retención del Personal durante el Pre Test y el Post Test, así como se muestra en la Tabla 18 y la Figura 48.

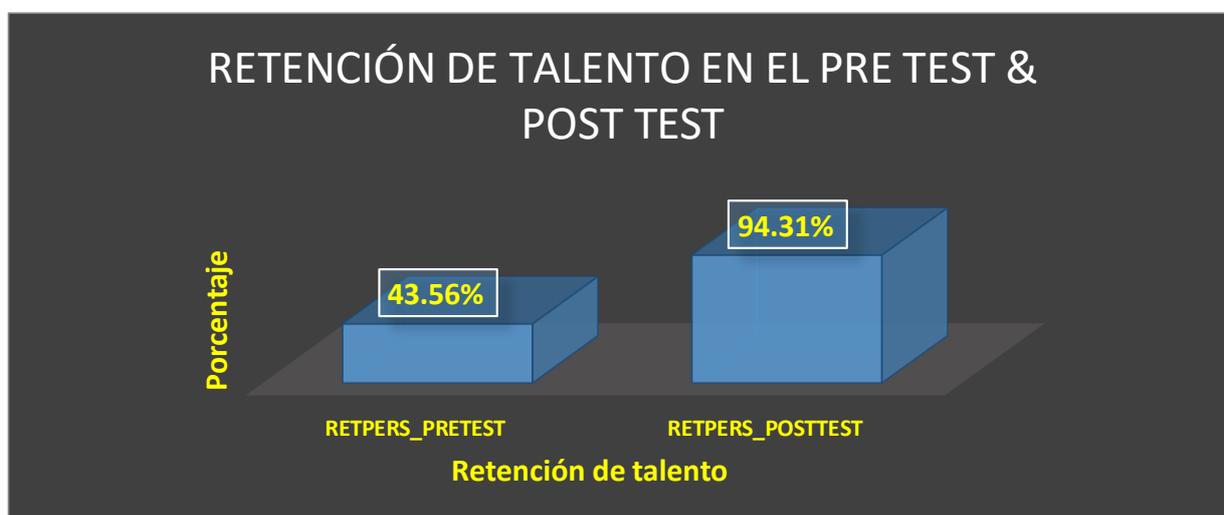
**Tabla 18.** Análisis Descriptivo de la Retención del Personal durante el Pre Test y el Post Test.

**Estadísticos**

	RETPERS_PRETEST		RETPERS_POSTTEST	
	Válido	Perdidos		
N	90	0	90	0
Media	0,435621		0,943137	
Desv. Desviación	0,0175778		0,0502318	
Mínimo	0,4118		0,8235	
Máximo	0,5000		1,0000	
Curtosis	1,215		-0,793	
Asimetría	0,410		-0,646	

Fuente: Elaboración propia

Nota: En la Tabla 18, se muestra un aumento en la media de la fiabilidad, elevándose del 43,56% al 94,31%. Este incremento se acompaña de un aumento en la desviación estándar en el Post Test (0,050), indicando una mayor cohesión de los datos en comparación con el Pre Test (0,018). Además, se observa que el valor de la fiabilidad, ha aumentado en 0.50% en el Pre Test al Post Test.



*Figura 48.* Resultado del pre y Post Test de retención de talento

Nota: En la Figura 48 se muestra el incremento del Porcentaje de la Retención de talento en el periodo de Pre Test al Post Test 2023 fue del 50.75%.

### Dimensión 3 (Comunicación Interna) de la Variable Independiente

Para el análisis de resultados necesitamos comparar los valores obtenidos del Comunicación Interna durante el Pre Test y el Post Test, así como se muestra en la Tabla 19 y la Figura 49.

**Tabla 19.** *Análisis Descriptivo de la Retención del Personal durante el Pre Test y el Post Test.*

		Estadísticos	
		COMINT_PRETEST	COMINT_POSTTEST
N	Válido	90	90
	Perdidos	0	0
Media		0,002160	0,008951
Desv. Desviación		0,0050620	0,0066856
Mínimo		0,0000	0,0000
Máximo		0,0139	0,0139
Curtosis		1,776	-1,661
Asimetría		1,933	-0,614

Fuente: Elaboración propia

Nota: En la Tabla 19, se muestra un aumento en la media de la fiabilidad, elevándose del 0,22% al 0,90%. Este incremento se acompaña de un aumento en la desviación estándar en el Post Test (0,007), indicando una mayor cohesión de los datos en comparación con el Pre Test (0,005). Además, se observa que el valor de la fiabilidad, se ha mantenido igual en el Pre Test al Post Test.

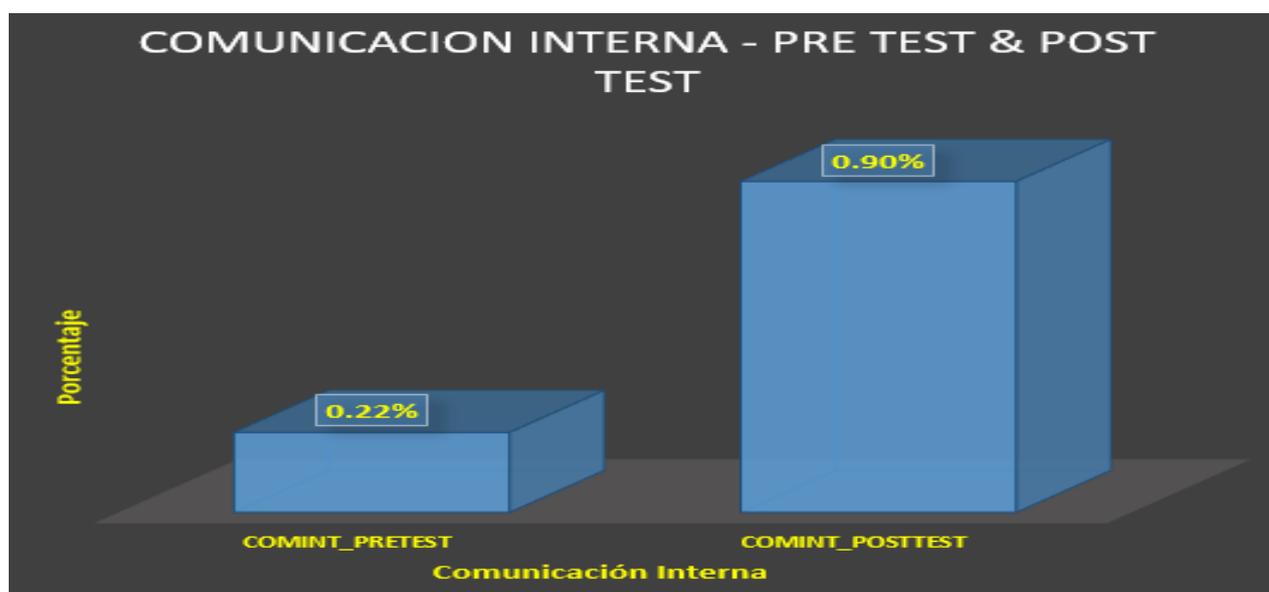


Figura 49. Porcentaje de la comunicación interna

Nota: En la Figura 49, se muestra el incremento del Porcentaje de la Comunicación Interna en el periodo de Pre Test al Post Test 2023 fue del 0.68%.

Variable Dependiente (Productividad Laboral)

Para el análisis de resultados necesitamos comparar los valores obtenidos del Productividad Laboral durante el Pre Test y el Post Test, así como se muestra en la Tabla 20 y la Figura 50.

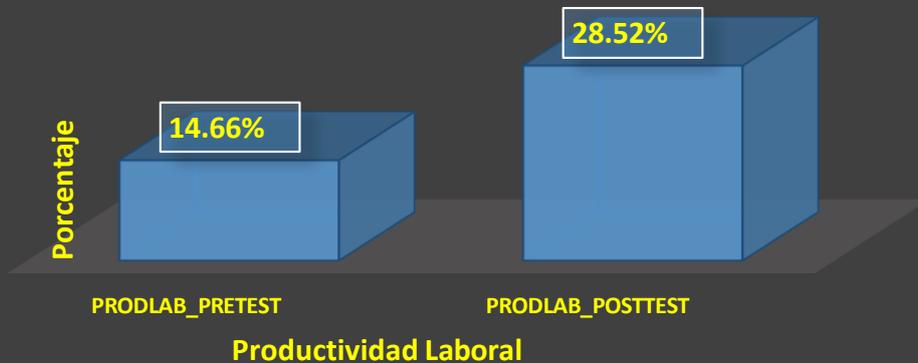
**Tabla 20.** *Análisis Descriptivo de la Productividad Laboral durante el Pre Test y el Post Test.*

		Estadísticos	
		PRODLAB_PRETEST	PRODLAB_POSTTEST
N	Válido	90	90
	Perdidos	0	0
Media		0,146607	0,285228
Desv. Desviación		0,0426208	0,0219813
Mínimo		0,0604	0,1344
Máximo		0,2335	0,3114
Curtosis		-0,784	24,425
Asimetría		0,180	-3,889

Fuente: Elaboración propia

Nota: En la Tabla 20, se muestra un aumento en la media de la fiabilidad, elevándose del 14,66% al 28,52%. Este incremento se acompaña de una disminución en la desviación estándar en el Post Test (0,022), indicando una mayor cohesión de los datos en comparación con el Pre Test (0,043). Además, se observa que el valor de la fiabilidad, ha disminuido en 0.0779% en el Pre Test al Post Test.

## PRODUCTIVIDAD LABORAL - PRE TEST & POST TEST



*Figura 50.* Porcentaje de la Producción laboral

Nota: En la Figura 50, se muestra el incremento del Porcentaje de la Productividad Laboral en el periodo de Pre Test al Post Test 2023 fue del 13.86%.

Dimensión 1 (Eficiencia) de la Variable Dependiente

Para el análisis de resultados necesitamos comparar los valores obtenidos de la Eficiencia durante el Pre Test y el Post Test, así como se muestra en la Tabla 21 y la Figura 51.

**Tabla 21.** Análisis Descriptivo de la Eficiencia durante el Pre Test y el Post Test.

		Estadísticos	
		EFICIENCIA_PRETEST	EFICIENCIA_PROTTEST
N	Válido	34	34
	Perdidos	0	0
Media		0,4348	0,9487
Desv. Desviación		0,11146	0,00000
Mínimo		0,25	0,95
Máximo		0,71	0,95
Curtosis		-0,355	
Asimetría		0,314	

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 21, se muestra un aumento en la media de la fiabilidad, elevándose del 43,48% al 94,87%. Este incremento se acompaña de una disminución en la desviación estándar en el Post Test (0,000), indicando una mayor cohesión de los datos en comparación con el Pre Test (0,1115). Además, se observa que el valor de la fiabilidad, ha disminuido en 0.24% en el Pre Test al Post Test.

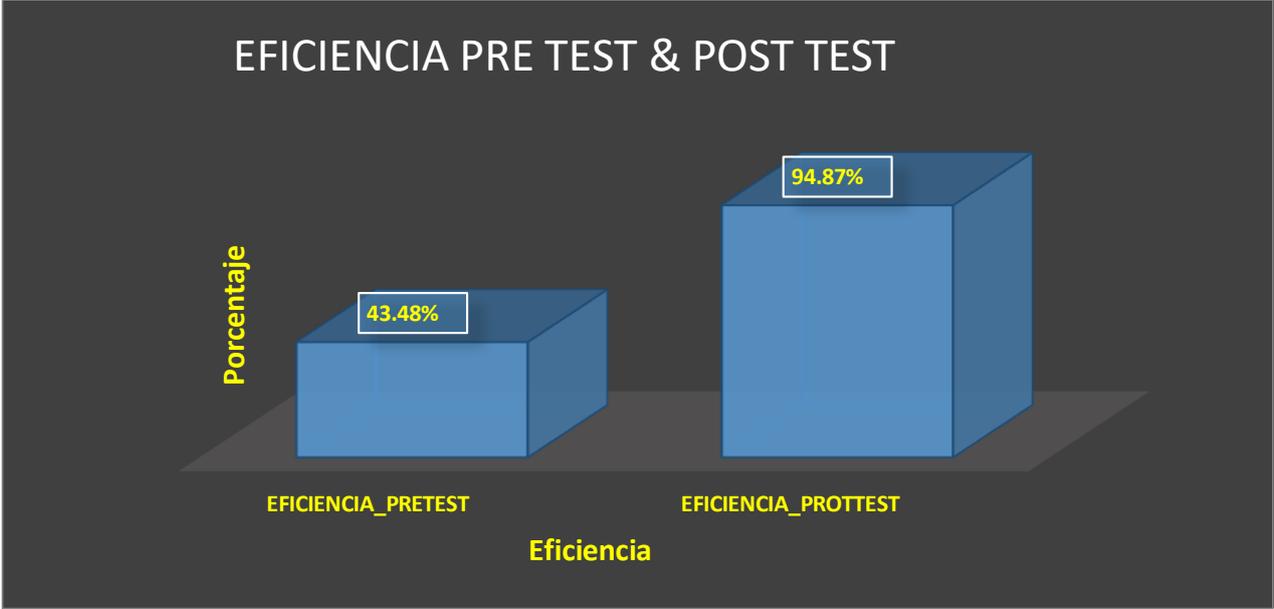


Figura 51. Porcentaje de la Eficiencia

Nota: En la Figura 51, se muestra el incremento del Porcentaje de la Eficiencia en el periodo de Pre Test al Post Test 2023 fue del 51.39%.

Dimensión 2 (Eficacia) de la Variable Independiente

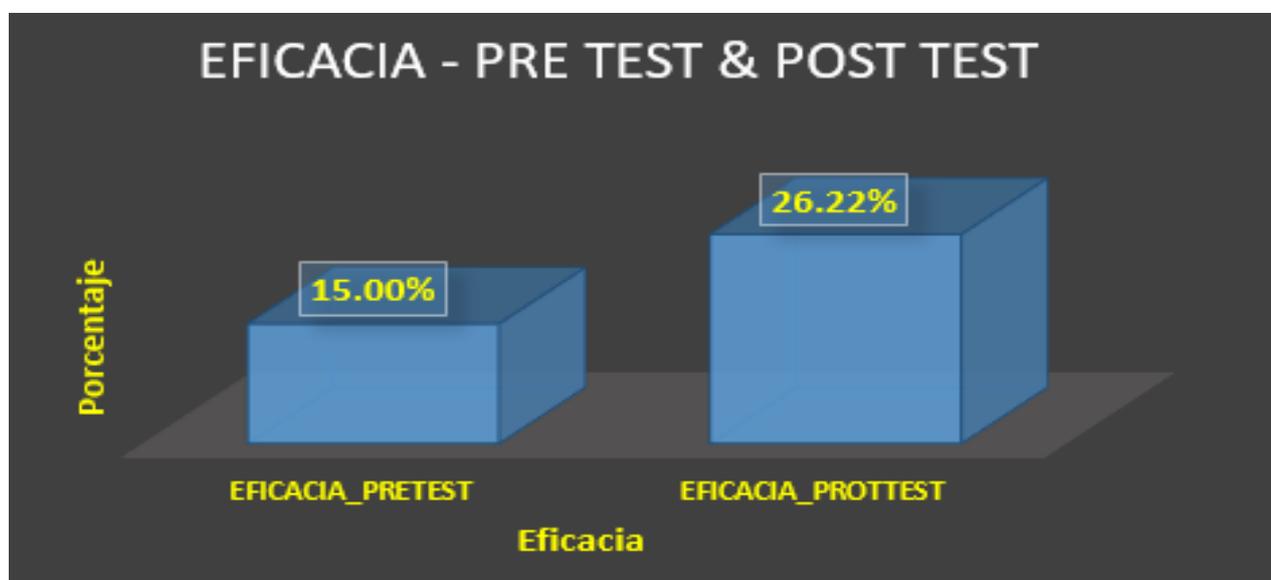
Para el análisis de resultados necesitamos comparar los valores obtenidos de la Eficacia durante el Pre Test y el Post Test, así como se muestra en la Tabla 22 y la Figura 52.

**Tabla 22.** Análisis Descriptivo de la Eficiencia durante el Pre Test y el Post Test.

		Estadísticos	
		EFICACIA_PRETEST	EFICACIA_PROTTEST
N	Válido	90	90
	Perdidos	0	0
Media		0,150041	0,262230
Desv. Desviación		0,0324046	0,0303361
Mínimo		0,0861	0,1557
Máximo		0,2637	0,3040
Curtosis		1,787	2,302
Asimetría		1,077	-1,226

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 22, se muestra un aumento en la media de la fiabilidad, elevándose del 15,00% al 26,22%. Este incremento se acompaña de una disminución en la desviación estándar en el Post Test (0,03), indicando una mayor cohesión de los datos en comparación con el Pre Test (0,03). Además, se observa que el valor de la fiabilidad, ha disminuido en 0.040% en el Pre Test al Post Test.



*Figura 52.* Porcentaje de la Eficacia

Nota: En la Figura 52, se muestra el incremento del Porcentaje de la Eficiencia en el periodo de Pre Test al Post Test 2023 fue del 11.22%.

## Análisis inferencial

Después de realizar el análisis estadístico descriptivo de la variable dependiente y sus dimensiones, procederemos a cargar toda la información recopilada durante el periodo del Pre Test y el Post Test en el software IBM SPSS Statistics 25. Durante el proceso de análisis estadístico, evaluaremos la normalidad de los datos. En el caso de que la cantidad de datos sea igual o inferior a 30, aplicaremos la prueba de Shapiro-Wilk; en cambio, si contamos con más de 30 datos, utilizaremos la prueba de Kolmogórov-Smirnov. La elección de la prueba adecuada dependerá de la naturaleza de los datos. Si los datos son paramétricos, optaremos por la prueba T-Student; por otro lado, si los datos son no paramétricos, aplicaremos la prueba de Wilcoxon.

Variable Dependiente (Productividad Laboral)

En esta etapa, evaluaremos la Hipótesis General para determinar si podemos rechazar la hipótesis nula. Utilizaremos el software SPSS 25, como se describe más adelante, para llevar a cabo esta evaluación. Además, tomaremos decisiones sobre el nivel de significancia y la aceptación o rechazo de la hipótesis en función de los resultados obtenidos.

Hipótesis General:

$H_0$ : El Endomarketing no mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

$H_a$ : El Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

Nivel de Significancia:

Confianza: 95%.

Significancia (alfa): 5%

Decisión:

1. p-valor > 0.05 acepta  $H_0$ .
2. p-valor  $\leq$  0.05 rechaza  $H_0$ .

Aplicaremos la Prueba de Kolmogórov-Smirnov, debido a que contamos con 90 datos que fueron obtenidos de forma diaria en la etapa del Pre Test y Post Test de la Variable Dependiente (Productividad Laboral) como se muestra en la Tabla 23.

**Tabla 23. Prueba de Normalidad de Productividad Laboral – Pre Test & Post Test**

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogórov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
PRODLAB_PRETEST	0,151	90	0,000	0,959	90	0,006
PRODLAB_POSTTEST	0,161	90	0,000	0,704	90	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Nota: Debido a que la muestra es mayor a 30 datos, se utilizara la prueba de Kolmogórov-Smirnov, así mismo se observa que la Variable Dependiente (Productividad Laboral) no siguen una distribución normal ya que el p-valor de alfa < (0.05), indica ser no paramétricas, donde aplicaremos la Prueba de Wilcoxon como se muestra en la Tabla 24.

**Tabla 24. Prueba de Wilcoxon de la Variable Dependiente**

	Estadísticos de prueba <sup>a</sup>	
	PRODLAB_POSTTEST - PRODLAB_PRETEST	
Z		-8,211 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)		0,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Elaboración propia

Nota: Aplicando la prueba de Wilcoxon de la Productividad Laboral del Pre Test y el Post Test, podemos determinar que el nivel de significancia es de 0.000 y es menor al 0.05.

## Dimensión 1 (Eficiencia)

En esta etapa, evaluaremos la Hipótesis Específica 1 para determinar si podemos rechazar la hipótesis nula. Utilizaremos el software SPSS 25, como se describe más adelante, para llevar a cabo esta evaluación. Además, tomaremos decisiones sobre el nivel de significancia y la aceptación o rechazo de la hipótesis en función de los resultados obtenidos.

### Hipótesis Específica 1:

$H_0$ : La aplicación del Endomarketing no mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

$H_a$ : La aplicación del Endomarketing mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

### Nivel de Significancia:

Confianza: 95%.

Significancia (alfa): 5%

### Decisión:

1.  $p\text{-valor} > 0.05$  acepta  $H_0$ .
2.  $p\text{-valor} \leq 0.05$  rechaza  $H_0$ .

Aplicaremos la Prueba de Kolmogórov-Smirnov, debido a que contamos con 90 datos que fueron obtenidos de forma diaria en la etapa del Pre Test y Post Test de la Dimensión 1 (Eficiencia) como se muestra en la Tabla 25.

**Tabla 25.** Prueba de Normalidad de la Eficiencia – Pre Test & Post Test

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogórov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
EFICIENCIA_PRETEST	0,291	90	0,000	0,848	90	0,000
EFICIENCIA_PROTTEST	0,354	90	0,000	0,281	90	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Nota: Debido a que la muestra es mayor a 30 datos, se utilizara la prueba de Kolmogórov-Smirnov, así mismo se observa que la Dimensión 1 (Eficiencia) no siguen una distribución normal ya que el p-valor de alfa < (0.05), indica ser no paramétricas, donde aplicaremos la Prueba de Wilcoxon como se muestra en la Tabla 26.

**Tabla 26.** Prueba de Wilcoxon de la Dimensión 1

Estadísticos de prueba <sup>a</sup>	
EFICIENCIA_PROTTEST - EFICIENCIA_PRETEST	
Z	-7,960 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	0,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Elaboración propia

Nota: Se puede apreciar en la tabla 26, ha sido rechazada la Hipótesis Especifica 1 nula, debido a que el valor del nivel de significancia es 0.000 y es menor a 0.05.

Dimensión 2 (Eficacia)

En esta etapa, evaluaremos la Hipótesis Especifica 2 para determinar si podemos rechazar la hipótesis nula. Utilizaremos el software SPSS 25, como se describe más adelante, para llevar a cabo esta evaluación. Además, tomaremos decisiones sobre el nivel de significancia y la aceptación o rechazo de la hipótesis en función de los resultados obtenidos.

Hipótesis Específica 2:

H<sub>0</sub>: La aplicación del Endomarketing no mejora la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

H<sub>a</sub>: La aplicación del Endomarketing mejora la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

Nivel de Significancia:

Confianza: 95%.

Significancia (alfa): 5%

Decisión:

1. p-valor > 0.05 acepta H<sub>0</sub>.
2. p-valor ≤ 0.05 rechaza H<sub>0</sub>.

Aplicaremos la Prueba de Kolmogórov-Smirnov, debido a que contamos con 90 datos que fueron obtenidos de forma diaria en la etapa del Pre Test y Post Test de la Dimensión 2 (Eficacia) como se muestra en la Tabla 27.

**Tabla 27.** Prueba de Normalidad de la Eficacia – Pre Test & Post Test

	Kolmogórov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
EFICACIA_PRETEST	0,210	90	0,000	0,916	90	0,000
EFICACIA_PROTTEST	0,103	90	0,019	0,905	90	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Debido a que la muestra es mayor a 30 datos, se utilizara la prueba de Kolmogorov-Smirnov, así mismo se observa que la Dimensión 2 (Eficacia) no siguen una distribución normal ya que el p-valor de alfa < (0.05), indica ser no paramétricas, donde aplicaremos la Prueba de Wilcoxon como se muestra en la Tabla 28.

**Tabla 28.** Prueba de Wilcoxon de la Variable Dependiente

Estadísticos de prueba <sup>a</sup>	
	EFICACIA PROTTEST - EFICACIA PRETEST
Z	-8,239 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	0,000

- a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon
- b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Elaboración propia

Nota: Se puede apreciar en la tabla 28, ha sido rechazada la Hipótesis Especifica 2 nula, debido a que el valor del nivel de significancia es 0.000 y es menor a 0.05.

## V. DISCUSIÓN

5.1 Se planteó como primer objetivo específico, “Establecer la aplicación del Endomarketing en la mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada”, esto en base al aporte teórico de Espinoza (2022), que nos dice que la Eficiencia, es la capacidad de lograr los objetivos de la manera más rápida posible utilizando de manera óptima los recursos disponibles y tratando de minimizar los desperdicios. Como se menciona en la presente investigación se llegó a analizar los datos obtenidos de la Eficiencia en la etapa del periodo del Pre Test fue de 43.48% y de 94.87% en el Post Test, encontrando que existe una relación significativa entre la Eficiencia de la Productividad Laboral y la Aplicación del Endomarketing, todo esto se debe al total de las horas trabajadas por el personal de seguridad privada que tienen como principal característica el compromiso laboral en sus puntos de trabajo y a través de estos cambios significativos en el Índice de Eficiencia mejorando la productividad de la empresa en un 51.39%. Estos resultados son semejantes a lo que plantean en su investigación de MESTANZA (2021), quien nos indican que, al establecer una implementación como el marketing interno, ayuda a mejorar la productividad de una panadería en la ciudad de Trujillo, donde se aplicó charlas de sensibilización no solo a los trabajadores sino también a los administrativos, debido a que el trabajo en equipo mejoro la producción de la empresa de un 21% a 32.2%. Debido que existe una relación significativa entre la aplicación del Endomarketing y la Eficiencia de la Productividad Laboral, ya que dentro de dicha aplicación del Endomarketing ayuda a la empresa en muchos aspectos positivos en temas productividad, sensibilización hacia los trabajadores cumpliendo con los objetivos que tiene la empresa. Con ello se evidencia que, si existe una relación significativa entre la Eficiencia de la productividad y el Endomarketing.

5.2 Se planteó como segundo objetivo específico, “Establecer la aplicación del Endomarketing en la mejora de la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.”, esto en base al aporte teórico de MARTÍNEZ et al. (2019), que nos dice que la Eficiencia es la capacidad de alcanzar las metas con la cantidad mínima de recursos y optimizando los tiempos como se menciona en la presente investigación se llegó a analizar los datos obtenidos de la

Eficacia en la etapa del periodo del Pre Test fue de 15% y 26.22% en el Post Test, encontrando que existe una relación significativa entre la Eficacia de la Productividad Laboral y la Aplicación del Endomarketing, todo esto se debe bajo los reportes sobre la asistencia del personal de seguridad física que han sido registrados en el centro de control, que con ello nos permite comprobar si hubo faltas por parte de los trabajadores donde veremos cambios significativos y a través de estos cambios significativos en el Índice de Eficacia mejorando la productividad de la empresa en un 11.22%. Estos resultados son semejantes a lo que plantean en su investigación de BRAVO (2020), quienes nos indican que al establecer una implementación como el Endomarketing en una empresa, ayuda a incrementar la productividad de los empleados en la ciudad de Chiclayo de un 33.3% a un 41.9%, con ello permite reconocer, evaluar y solucionar el problema, a través de estrategias innovadores que ayuden al Endomarketing beneficiar a la empresa con la retención de nuevos empleados, mejorar la comunicación interna en la empresa y desarrollar el crecimiento de los empleados. Porque existe una relación importante entre el uso del endomarketing y la eficiencia de la productividad laboral. Esto muestra que existe una relación significativa entre la eficiencia de la productividad y el marketing interno.

- 5.3 Se planteó como objetivo general, “Determinar la aplicación del Endomarketing en la mejora de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.”, esto en base al aporte teórico de QUISPE (2023), que nos dice que la Productividad Laboral es la combinación de habilidades relacionadas entre el conocimiento destreza, buenos hábitos laborales e incentivos. Como se menciona en la presente investigación se llegó a analizar los datos obtenidos de la Productividad Laboral en la etapa del periodo del Pre Test fue de 14.66% y 28.52% en el Post Test, encontrando que existe una relación significativa entre la Productividad Laboral y la Aplicación del Endomarketing, todo esto se debe a la relación de la aplicación de Endomarketing tomando en cuenta 3 puntos importantes que benefician a los empleados como ayudar a desarrollar al trabajador con las capacitaciones, retener a los nuevos y antiguos empleados escuchando sus quejas y sugerencias, teniendo una buena comunicación interna entre jefes y subordinados, todos estos puntos ayudaran a que el personal se mantenga y mejore la Productividad Laboral en sus servicios en la empresa en estudio en un 13.86%. Estos resultados son semejantes a lo que plantean en su investigación de AGUILAR (2019), quien nos menciones que el uso del Endomarketing beneficia el buen clima laboral hacia los trabajadores y

a través de ello incrementar la producción en una empresa de un 24% a 57.33%, los empleados son más comprometidos para el logro de metas de la empresa en estudio, la mejora del ambiente laboral es un factor importante para que los empleados no se retiren de la empresa de una manera sorpresiva afectando a la productividad y los ingresos económicos de la empresa en estudio. Con todas las evidencias corroboramos que existe una relación significativa entre Productividad Laboral y el Endomarketing.

## VI. CONCLUSIONES

- 6.1 La confirmación de la Hipótesis General  $H_a$ , que afirma que la "El Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada", se respalda a través del análisis del coeficiente de regresión, el cual exhibe un valor estadísticamente significativo. El p-valor asociado es de 0.000, siendo inferior al umbral crítico de 0.05. Este resultado nos deriva a rechazar la hipótesis nula, lo que nos afirma que "El Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada" debido que aumenta en un 13.86% a lo largo del período que comprende desde el Pre Test hasta el Post Test.
- 6.2 La confirmación de la Hipótesis Específica 1  $H_a$ , que sostiene que "La implementación del Endomarketing contribuye a mejorar la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada", se respalda mediante el análisis del coeficiente de regresión, el cual presenta un valor estadísticamente significativo. El p-valor asociado es de 0.000, siendo inferior al umbral crítico de 0.05. Este resultado nos lleva a rechazar la hipótesis nula, confirmando así que "La aplicación del Endomarketing mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada", ya que experimenta un aumento del 51.39% a lo largo del período que abarca desde el Pre Test hasta el Post Test.
- 6.3 La confirmación de la Hipótesis Especifica 2  $H_a$ , que afirma que la "La aplicación del Endomarketing mejora la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada", se respalda a través del análisis del coeficiente de regresión, el cual exhibe un valor estadísticamente significativo. El p-valor asociado es de 0.000, siendo inferior al umbral crítico de 0.05. Este resultado nos deriva a rechazar la hipótesis nula, lo que nos afirma que "La aplicación del Endomarketing mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada" debido que aumenta en un 11.22% a lo largo del período que comprende desde el Pre Test hasta el Post Test.

## VII. RECOMENDACIONES

- 7.1 Se sugiere firmemente que la empresa considere incorporar el Endomarketing como parte esencial de sus prácticas comerciales, respaldado por hallazgos que muestran su significativa influencia estadística. Se observó un aumento destacado del 13.86% en la Productividad Laboral desde el Pre Test hasta el Post Test. Esta recomendación se basa en resultados sólidos y mejoras cuantificadas en la productividad, destacando al Endomarketing como una herramienta estratégica para impulsar la Eficiencia operativa y el rendimiento general de las empresas de seguridad privada. La implementación exitosa de estas estrategias puede generar beneficios tangibles, contribuyendo al éxito sostenible y la mejora continua de la fuerza laboral.
  
- 7.2 Se sugiere firmemente que la empresa considere la implementación estratégica del Endomarketing como parte esencial de sus prácticas comerciales, respaldado por hallazgos estadísticos significativos. Se ha observado un aumento notable del 13.86% en la Productividad Laboral desde el Pre Test hasta el Post Test. Esta recomendación se basa en resultados sólidos que demuestran mejoras cuantificadas en la productividad, posicionando al Endomarketing como una herramienta estratégica para impulsar la Eficiencia operativa y el rendimiento general en empresas de seguridad privada. La implementación exitosa de estas estrategias puede generar beneficios tangibles, contribuyendo al éxito sostenible y al desarrollo continuo de la fuerza laboral.
  
- 7.3 El estudio reveló un aumento del 11.22% en la Productividad Laboral al implementar estrategias de Endomarketing en empresas de seguridad privada. Se insta a considerar seriamente esta práctica, respaldada por evidencia estadística que muestra una conexión positiva entre el Endomarketing y la Eficacia laboral. Este hallazgo sugiere un potencial significativo para mejorar la productividad del personal, destacando su relevancia en un contexto competitivo y se recomienda diseñar estrategias personalizadas basadas en hallazgos estadísticos para diferenciarse en el mercado de seguridad privada.

## REFERENCIAS

1. ACOSTA, Anggie Patricia y FERNANDEZ, Angie Nicoll. 2021. *Endomarketing como factor crítico en la imagen interna de la compañía minera Antamina S.A., Provincia de Huari, Región Ancash – 2020*. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo: Repositorio UPAO, 2021. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.
2. AGUIRRE, Juan Carlos. 2022. *Los procesos y la productividad en la empresa L&M de seguridad privada CÍA. Ltda. de la ciudad de Riobamba*. Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba: dspace.unach.ed.ec, 2022. Trabajo de Titulación para la obtención de Título Profesional de Ingeniero Comercial.
3. AVELLANEDA, Patricia Pierina. 2021. *Marketing digital y su repercusión en la gestión estratégica empresarial de la empresa de Seguridad Zeus, Trujillo– 2020*. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo: s.n., 2021. Tesis para obtener el Grado Académico de Doctorado en Administración.
4. BACH, Yittel Pamela. 2019. *Estrategia de Endomarketing para el mejoramiento de la productividad en la Empresa Artesco SA-Jaén*. Pimentel: s.n., 2019. Para obtener Título Profesional de Licenciado en Administración.
5. BRAVO, Luis Alberto y NACALUPU, Juan Ramon. 2020. *Estrategias de endomarketing para mejorar la productividad del personal de la empresa Servicios, Cobranzas e Inversiones S.A.C, Chiclayo*. Universidad Cesar Vallejo. Chiclayo: s.n., 2020. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.
6. CARRERA, Tania Sofia. 2019. *Plan de marketing de la compañía de seguridad privada Carrera Suarez y Asociados "Seg. 2" en el distrito metropolitano de Quito*. Universidad Tecnológica Israel. Quito: s.n., 2019. Trabajo de titulación en opción al grado de Ingeniera de Administración de empresas.
7. *Endomarketing estrategia para la reducción de la rotación de personal millennial en organizaciones mexicanas*. TRUJILLO, Arcelia, y otros. 2021. Huánuco: Revistas de Ciencias Sociales, 2021, Dialnet, Vol. 27, págs. 267-282. ISSN: 1315-9518.

8. ESPINOZA, Gisella Janet. 2022. *Mejora de la productividad aplicando el estudio del trabajo en el área de costura de una empresa de confecciones Santa Anita, 2022*. Universidad Cesar vallejo. Lima: s.n., 2022. Tesis para obtener el título profesional de Ingeniería Industrial.
9. *Estrategias de Marketing Digital en Empresas E-Commerce: Un acercamiento a la perspectiva del consumidor*. BALLESTEROS, Leonardo, y otros. 2019. Quito: s.n., 17 de junio de 2019. 2588-0705.
10. *Mercadeo interno como estrategia de productividad en la industria farmacéutica en el municipio Maracaibo*. TORRELLAS, Iris Consuelo y FERNANDEZ, Alejandro. 2018. 1856-6189, Maracaibo: s.n., marzo de 2018, CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales, Vol. 15, págs. 150-164.
11. MESTANZA, Luz Esther y PANDURO, Judith. 2021. *El endomarketing y la productividad laboral en una empresa panificadora de la ciudad de Trujillo, 2021*. Universidad Privada del Norte. Trujillo: s.n., 2021. Tesis para optar el título profesional de: Licenciada en Administración y Marketing.
12. PEREZ, Frank Guido. 2018. *Marketing Interno y la Productividad de los trabajadores en la empresa Integración Agroindustrial Alegría, 2015*. Universidad Cesar vallejo. Perú: s.n., 2018. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.
13. PUENTE, Stephany Milagros. 2019. *Marketing interno y compromiso organizacional en los colaboradores de la empresa COMSERTEL S.A.C, Chimbote – 2019*. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote: s.n., 2019. Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Gestión del Talento Humano.
14. QUISPE, Nelver Eli. 2023. *Endomarketing como estrategia para mejorar la productividad de los colaboradores en las pequeñas empresas: la ferretería Caleb, en la ciudad de Trujillo, 2022*. Universidad Católica de los Ángeles. Chimbote: s.n., 2023. Tesis para optar por el título Profesional de Licenciado de Administración.
15. RAMIREZ, D. 2020. Plan de negocios para una empresa de seguridad privada. 2020.

16. TORTOSA, Vicente, y otros. 2014. *Marketing interno: Cómo lograr el compromiso de los empleados*. s.l.: Ediciones Pirámide, 2014. pág. 184.
17. URUEÑO, B. 2017. *la eficiencia productiva en la empresa*. Red Universidad de Los Ángeles. 2017.

# ANEXO

## Anexo 1. Matriz de Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Endomarketing	Jiménez (2018) señala que es un conjunto de estrategias de marketing orientadas a mejorar la relación de los trabajadores, así como su bienestar interno, a fin de involucrarlos en el negocio y generar una mayor motivación, productividad y por ende clientes satisfechos	El endomarketing es una estrategia para difundir el servicio hacia el cliente interno, estara constituida por las siguientes dimensiones: desarrollo, retención del talento y comunicación interna que será medida a través de sus indicadores.	Desarrollo personal	<p><b>Nivel de desarrollo personal</b>                      NDP=Nivel de desarrollo personal                      TCR= Total de capacitaciones realizadas                      TCP= Total de capacitaciones programadas</p> $\text{NDP} = \frac{\text{TCR}}{\text{TCP}} \times 100$	Razón
			Retención de talento	<p><b>Nivel de retención de talento</b>                      NRT=Nivel Retención de talento                      TTR=Total de trabajadores retenidos                      TTIM=Total de trabajadores. inicio de mes</p> $\text{NRT} = \frac{\text{TTR}}{\text{TTIM}} \times 100$	
			Comunicación Interna	<p><b>Nivel de comunicación interna</b>                      NCI=Nivel de comunicación interna                      TRO=Total de reuniones obtenidas                      TRE=Total de reuniones esperadas</p> $\text{NCI} = \frac{\text{TRO}}{\text{TRE}} \times 100$	
Productividad laboral	Productividad laboral, es la combinación de competencias relacionadas con habilidades, conductas, actitudes y estímulos que permiten un desempeño adecuado en la institución. (Quispe, 2023). Siento el resultado de los procesos que incrementan el logro de los servicios con los recursos de los trabajadores, se evalúa con la eficiencia y la eficacia (Espinoza, 2022).	La productividad laboral es una estrategia para difundir el servicio hacia el cliente interno, estará constituida por las siguientes dimensiones: Eficiencia, Eficacia y Efectividad que será medido a través de una ficha de recolección de datos.	Eficiencia	<p><b>Nivel de eficiencia del trabajador.</b>                      NEFIT= Nivel de eficiencia del trabajador                      THSE= Total hora de servicio efectivo                      THSP= Total hora de servicio programado</p> $\text{NEFIT} = \frac{\text{THSE}}{\text{THSP}} \times 100$	Razón
			Eficacia	<p><b>Nivel de eficacia del trabajador.</b>                      NET = Nivel eficacia del trabajador                      TRSR= Total de reporte de servicio realizado                      TRSP= Total de reporte de servicio programado.</p> $\text{NET} = \frac{\text{TRSR}}{\text{TRSP}} \times 100$	

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2. Matriz de Consistencia

<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>
Cómo la aplicación del Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada, Callao 2023.	Determinar la aplicación del Endomarketing en la mejora de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.	El Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.
<b>Problema Específicos</b>	<b>Objetivo Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicos</b>
Cómo la aplicación del Endomarketing mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.	Establecer la aplicación del Endomarketing en la mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.	La aplicación del Endomarketing mejora la Eficiencia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.
Cómo la aplicación del Endomarketing mejora la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.	Establecer la aplicación del Endomarketing en la mejora de la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.	La aplicación del Endomarketing mejora la Eficacia de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada.

Fuente: Elaboración Propia

### Anexo 3. Tema de capacitación de Exposición del Endomarketing

**TSM**  
TOTAL SECURITY MANAGEMENT



**Endomarketing**  
Cultura organizacional positiva

**Tema de Exposición**  
**Aplicación del Endomarketing como propuesta de mejora.**

Es la parte del marketing que se encarga de generar las estrategias que sirven para fortalecer a la organización desde adentro, de tal manera que podamos cumplir la propuesta de valor de la empresa, sea producto o servicio.

**Alumnos:**  
Camacho Arroyo, Carlos  
Ruiz Alvarado, Guillermo

**TSM**  
TOTAL SECURITY MANAGEMENT



**Endomarketing**  
Cultura organizacional positiva

**Tema de Exposición**  
**Implicancia del Endomarketing en el desarrollo de la empresa.**

Es la parte del marketing que se encarga de generar las estrategias que sirven para fortalecer a la organización desde adentro, de tal manera que podamos cumplir la propuesta de valor de la empresa, sea producto o servicio.

**Alumnos:**  
Camacho Arroyo, Carlos Manuel  
Ruiz Alvarado, Guillermo

**TSM**  
TOTAL SECURITY MANAGEMENT



**Endomarketing**  
Cultura organizacional positiva

**Tema de Exposición**  
**Gestión de talento humano**

La gestión del talento humano consiste en identificar qué competencias profesionales, actitudes y aptitudes necesita reunir el personal para desempeñar correctamente cada uno de los puestos de trabajo.

**Alumnos:**  
Camacho Arroyo, Carlos Manuel  
Ruiz Alvarado, Guillermo

**TSM**  
TOTAL SECURITY MANAGEMENT



**Endomarketing**  
Cultura organizacional positiva

**Tema de Exposición**  
**Liderazgo y compromiso laboral**

Un líder es un hombre que puede persuadir a la gente para que haga lo que no desea o lo que es demasiado perezoso para hacer y le guste.

HARRY TRUMAN

**Alumnos:**  
Camacho Arroyo, Carlos  
Ruiz Alvarado, Guillermo

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 4. Imágenes de reunión con los encargados de la Empresa en Estudio, capacitación y premiación.



Fuente: Elaboración Propia

Anexo 5. Registro de Asistencia

REGISTRO DE ASISTENCIA				Fecha: 08/07/2023 Versión: 07	
DATOS DEL EMPLEADOR					
RAZÓN SOCIAL	RUC	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD ECONÓMICA	N° TRABAJADORES EN EL CENTRO LABORAL PRESENTES	
TOTAL SECURITY MANAGEMENT SAC	20330581804	JR INDEPENDENCIA INT. GALLAO	SEGURIDAD PRIVADA	14	
TEMA: Implementación de la cultura marketing en el desarrollo de la empresa					
INDUCCIÓN	DIFUSIÓN/DIÁLOGO	CAPACITACIÓN	ENTRENAMIENTO	SIMULACRO	HORA INICIO
		X			06:30
FECHA:	04-08-2023		NOMBRE DEL CAPACITADOR	Zea Obando, G.	
N°	APELLIDOS Y NOMBRES	UNIDAD/AREA	N° DNI	FIRMA	
1	Solinas Gustavo Walter	N. Mundo	41052970		
2	Rodriguez Juan	N. Mundo	79460197		
3	Tabares Epino Janet	N. Mundo	4668554		
4	Furiani Juan José	N. Mundo	38556470		
5	Zacarías Edición Carlos	N. Mundo	61197241		
6	Thales Carlos Guido	N. Mundo	4510550		
7	Chavez Ortiz Marcela	N. Mundo	07977862		
8	Araya Olaya P. Flavi	N. Mundo	67217020		
9	Verdes Torres E. Por	N. Mundo	11735463		
10	Araya Cristian M. Tor	N. Mundo	85781812		
11	Tello Ronald Bruce	N. Mundo	17432217		
12	Villavega Spletis Jose	N. Mundo	75777087		
13	Torres Fernandez Ceeno	N. Mundo	09644986		
14	Villalaz Huamani M. Dora	N. Mundo	25510511		
15					
16					
17					
18					
19					
20					
RESPONSABLE DEL REGISTRO					
Nombre:	Total Security Management SAC.				
Cargo:					
Celular:	GALLERÍA ALVARADO CORREINADO 919				

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 6. Registro de Asistencia

		<b>REGISTRO DE ASISTENCIA</b>		Código: TSM-011-01 Fecha: 05/12/2022 Versión: 01	
<b>DATOS DEL EMPLEADOR</b>					
RAZÓN SOCIAL	RUC	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD ECONOMICA	N° TITULO CENSO	
TOTAL SECURITY MANAGEMENT SAC	2033881484	JR INDEPENDENCIA 247- GALLAO	SEGURIDAD PRIVADA	5	
TEMA: <i>Calidad de Servicio</i>					
INDUCCIÓN	DEFUSIÓN CHARLA	CAPACITACIÓN	ENTRENAMIENTO	SARLAZRO	HORA INICIO
		X		07:00	09:00
FECHA:	24-09-2023		NOMBRE DEL CAPACITADOR: <i>Van Alexander G.</i>		

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	UNIDAD/AREA	N° DNI	FIRMA
1	<i>Cantares Arcevaldo William</i>	<i>Cobro Argentino</i>	<i>45745456</i>	<i>[Firma]</i>
2	<i>Tabares Roberto Eduardo</i>	<i>Cobro Argentino</i>	<i>72581107</i>	<i>[Firma]</i>
3	<i>Tabares Alejandro Wilson</i>	<i>COBRA-ARGENTINO</i>	<i>76877228</i>	<i>[Firma]</i>
4	<i>Bautista Morales Jose Ricardo</i>	<i>Cobro argentino</i>	<i>17415796</i>	<i>[Firma]</i>
5	<i>Guerrero Palma Julio</i>	<i>Cobra argentino</i>	<i>21562082</i>	<i>[Firma]</i>
6	<i>Sosa Rivera Wilson</i>	<i>Cobro Argentino</i>	<i>1675521</i>	<i>[Firma]</i>
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

<b>RESPONSABLE DEL REGISTRO</b>	
 <b>GUILLERMO RUIZ ALVARADO</b> COORDINADOR SIG	

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 7. Encuesta de clima laboral



ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

TSM-RH-D-02

UNIDAD: NUOVO MUNDO EDAD: 42.  
 CARGO: AGENTE SEGURIDAD F. INGRESO: 01/04/11

"Estimado colaborador, agradeciendo su colaboración en mejora de nuestra organización, solicitamos el llenado de la encuesta siguiente:

Anote un valor del 1 al 4. Siendo:  
 1: Nunca 2: Pocas veces 3: Algunas veces 4: Frecuentemente

Nº	CLIMA LABORAL	CRITERIOS
1	Tengo problemas con algún jefe o supervisor.	1 - 2 - 3 - 4   1
2	Estoy en desacuerdo con el trato del cliente a mi persona.	1 - 2 - 3 - 4   1
3	Tengo dificultad para trabajar en equipo	1 - 2 - 3 - 4   1
4	Me siento cómodo en la unidad o preferiría estar en otra unidad	1 - 2 - 3 - 4   4
5	Observo un trato especial a otros compañeros	1 - 2 - 3 - 4   2

Su jefe inmediato:

1	Da instrucciones de manera adecuada	1 - 2 - 3 - 4   4
2	Tiene dificultad para resolver problemas	1 - 2 - 3 - 4   1
3	Sabe trabajar bajo presión y situaciones de estrés	1 - 2 - 3 - 4   3
4	Motiva a su personal	1 - 2 - 3 - 4   4
5	Se aprovecha de su cargo en beneficio personal.	1 - 2 - 3 - 4   1

FECHA DE ENCUESTA: 06/07/2023

COMENTARIO LIBRE PARA MEJORAR NUESTRO CLIMA LABORAL:

Ninguna

COMENTARIO LIBRE PARA MEJORAR NUESTRO CLIMA LABORAL:

Mayor motivación e recompensa, así como un área de trabajo más organizada



ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

TSM-RH-D-03

UNIDAD: OSP EDAD: 48  
 CARGO: agente F. INGRESO: 01/04/23

"Estimado colaborador, agradeciendo su colaboración en mejora de nuestra organización, solicitamos el llenado de la encuesta siguiente:

Anote un valor del 1 al 4. Siendo:  
 1: Nunca 2: Pocas veces 3: Algunas veces 4: Frecuentemente

Nº	CLIMA LABORAL	CRITERIOS
1	La Empresa cumple a tiempo con el pago de sueldo	1 - 2 - 3 - 4   2
2	Estoy en desacuerdo con el trato del cliente a mi persona.	1 - 2 - 3 - 4   3
3	Tengo dificultad para trabajar en equipo	1 - 2 - 3 - 4   2
4	Me siento cómodo en la unidad y puesto asignada	1 - 2 - 3 - 4   4
5	La Empresa proporciona los equipo de trabajo adecuados para su puesto	1 - 2 - 3 - 4   3

Su jefe inmediato:

1	Da instrucciones de manera adecuada	1 - 2 - 3 - 4   3
2	Observo un trato especial a otros compañeros	1 - 2 - 3 - 4   2
3	Sabe trabajar bajo presión y situaciones de estrés	1 - 2 - 3 - 4   4
4	Motiva a su personal	1 - 2 - 3 - 4   4
5	Se aprovecha de su cargo en beneficio personal.	1 - 2 - 3 - 4   2

FECHA DE ENCUESTA: / /

COMENTARIO LIBRE PARA MEJORAR NUESTRO CLIMA LABORAL:

Que pagen puntual

## Anexo 8. Autorización de uso de información de empresa

---

### AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo William Meza Valencia identificado con DNI 25501595, en mi calidad de Gerente de operaciones del área de Operaciones de la empresa Total Security Management Sac con R.U.C N° 20336561494 ubicada en la ciudad de Callao Jr. Constitución 250.

### OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A los señores Camacho Arroyo Carlos Identificado con DNI 05378193 y a Ruiz Alvarado, Guillermo Identificados con DNI N° 41883032 de la Carrera profesional de Ingeniería Industrial, para que utilicen las siguientes informaciones de la empresa:

- Reportes de asistencias y capacitaciones
- Estadísticas de alta y baja del personal
- Reportes de no conformidades
- Base de datos de la empresa
- Tomas fotográficas y cualquier otra información que sea útil con la finalidad de que puedan desarrollar su Tesis para optar el Título Profesional.

Publique los resultados de la investigación en el repositorio institucional de la UCV.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

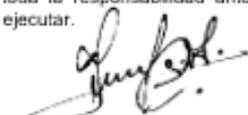
Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o  
 Mencionar el nombre de la empresa.

Total Security Management SAC  
\*\*\*\*\*  
R.U.C. 20336561494  
Gerente de Operaciones

Firma y sello del Representante Legal

DNI: 25501595

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

  
\_\_\_\_\_

Firma del Estudiante

DNI: 05378193

  
\_\_\_\_\_

Firma del Estudiante

DNI: 41883032

## Anexo 9. Validación del Primer Experto de Ingeniería Industrial

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Dr. José Pablo Rivera Rodríguez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Ingeniería Industrial de la UCV, en la sede del Callao, requiero validar los instrumentos con los cuales recoger la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optar el título de Ingeniero Industrial.

El título de mi trabajo de investigación es: **“Aplicación del Endomarketing para Mejorar la Productividad Laboral en una empresa de Seguridad Privada, Callao-2023”**. Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema a desarrollar.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de las variables. Anexo 1
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos. Anexo 2
- Instrumentos de recolección de datos

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

Atentamente:



Carlos Manuel Camacho Arroyo

DNI: 05378193



Guillermo Ruiz Alvarado

DNI: 41883032

## Anexo 10. Firma de Validez del primer experto sobre los instrumentos de medición

**Variables del instrumento:**

- Primera Variable: Endomarketing
- Objetivos de la Dimensión: (Medir el grado de implementación).

Dimensiones e indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desarrollo de personal/Nivel Desarrollo de personal		4	4	4	
Retención de personal/Nivel de Retención de personal		4	4	4	
Comunicación Interna/Nivel de Comunicación		4	4	4	

- **Segunda Variable: Productividad Laboral**
- Objetivos de la Variable: (medir la variabilidad en la productividad).

Dimensiones e Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia/Nivel de Eficiencia		4	4	4	
Eficacia/Nivel de Eficacia		4	4	4	



FIRMA

Dr. José Pablo Rivera Rodríguez

DNI

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Anexo 11. Firma de Validez del segundo experto sobre los instrumentos de medición

**Variables del instrumento:**

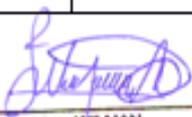
- **Primera Variable: Endomarketing**
- **Objetivos de la Dimensión: (Medir el grado de implementación).**

Dimensiones e indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desarrollo del personal/Nivel Desarrollo del personal		4	4	4	
Retención del personal/Nivel de Retención del personal		4	4	4	
Comunicación Interna/Nivel de Comunicación		4	4	4	

- **Segunda Variable: Productividad Laboral**
- **Objetivos de la Variable: (medir la variabilidad en la productividad).**

Dimensiones e Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia/Nivel de Eficiencia		4	4	4	
Eficacia/Nivel de Eficacia		4	4	4	



  
 WILMAN  
 JIMENEZ AGUILERA  
 Ingeniero Industrial  
 CIP N° 282417

Mg. Wilman Jiménez Aguilera

DNI

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para

Anexo 12. Firma de Validez del segundo experto sobre los instrumentos de medición

**Variables del instrumento:**

- **Primera Variable: Endomarketing**
- **Objetivos de la Dimensión:** (Medir el grado de implementación).

Dimensiones e indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desarrollo del personal/Nivel Desarrollo del personal		4	4	4	
Retención del personal/Nivel de Retención del personal		4	4	4	
Comunicación Interna/Nivel de Comunicación		4	4	4	

- **Segunda Variable: Productividad Laboral**
- **Objetivos de la Variable:** (medir la variabilidad en la productividad).

Dimensiones e Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Eficiencia/Nivel de Eficiencia		4	4	4	
Eficacia/Nivel de Eficacia		4	4	4	



  
 JOEL DIOGENES  
 ZAMBRANO FALCÓN  
 Mg. INGENIERO INDUSTRIAL  
 Reg. CIP N° 20354

Mag. Joel Diógenes Zambrano Falcón

DNI

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Anexo 13. Recibo electrónico de turnitin

10/12/23, 13:33 Avance semana 14



Recibo digital

Este recibo confirma que Turnitin ha recibido tu trabajo. A continuación, encontrarás la información del recibo perteneciente a tu entrega.

Autor del envío	GUILLERMO RUIZ ALVARADO
Identificador del trabajo de Turnitin (identificador de referencia)	2254377022
Título del Envío	Tesis Endomarketing
Título de Tarea	Avance semana 14
Fecha del envío	10/12/23, 13:33



### RESUMEN

En la investigación llevada a cabo en Callao en 2023, se buscó determinar cómo la aplicación del Endomarketing influye en la mejora de la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada. La metodología empleada fue de tipo aplicada y de diseño cuasi experimental, implicando la manipulación directa de variables con un grupo, un Pre Test y un Pos Test. Además, se adoptó un enfoque cuantitativo al utilizar herramientas estandarizadas, datos numéricos y análisis estadísticos para poner a prueba hipótesis y proporcionar información válida y confiable.

La investigación, de alcance explicativo, tenía como objetivo comprender las causas de los eventos y fenómenos, así como las relaciones entre variables. La recopilación de datos en el pre test y post test permitió obtener resultados estadísticos a nivel descriptivo e inferencial mediante la prueba de coeficiente de regresión. Este reveló un valor estadísticamente significativo lineal con un nivel de significancia de 0.05, llevando al rechazo de la hipótesis nula.

Los resultados indican que el Endomarketing mejora la Productividad Laboral en una empresa de seguridad privada, con un aumento del 13.86% a lo largo del período entre el pre test y el post test. Además, se confirmó la Hipótesis Específica 1 H<sub>a</sub>, que sostiene que la implementación del Endomarketing contribuye a mejorar la Eficiencia de la Productividad Laboral, con un aumento del 51.39%. También se respaldó la Hipótesis Específica 2 H<sub>a</sub>, que afirma que la aplicación del Endomarketing mejora la Eficacia de la Productividad Laboral, con un aumento del 11.22%. En ambos casos, el análisis del coeficiente de regresión arrojó valores

Fuente: Elaboración Propia