

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS



MONOGRAFÍA

**“ESTRATEGIAS DE ENDOMARKETING PARA FORTALECER LA GESTIÓN Y
LIDERAZGO EMPRESARIAL EN ESVIPVAL SRL”**

POSTULANTE: UNIV. ERICK RONALDO PATZI LEON
TUTOR: ING. YELIKA ZAILE ALAVE CUELLAR

COBIJA – PANDO – BOLIVIA
2025

DEDICATORIA

A mis queridos Padres:

Freddy Patzi y Lourdes León

Quienes, con su amor incondicional, esfuerzo y constante apoyo, pilares fundamentales que guiaron mi formación personal y profesional, inspirándome a alcanzar cada meta con dedicación y perseverancia.

AGRADECIMIENTOS

- *A Dios por darme la vida, y los medios necesarios para culminar mi formación profesional.*
- *A mi Madre: Por su amor incondicional, aliento permanente y apoyo moral en cada etapa de mi vida.*
- *A mi Padre: Por su comprensión y sus sabios consejos y por inculcarme el valor del esfuerzo y la superación personal.*
- *A mi Tutora, Ing. Yelika Zaile Alave Cuellar, por su orientación, paciencia y valiosas sugerencias que contribuyeron al desarrollo de este trabajo.*
- *A los Señores Docentes de la Universidad Amazónica de Pando, quienes hicieron posible mi formación académica y profesional.*
- *A mis compañeros universitarios, por los años de estudio, compañerismo y experiencias compartidas que enriquecieron esta etapa de formación.*

Índice

INTRODUCCIÓN	1
1. JUSTIFICACIÓN	2
1.1. Justificación Teórica	2
1.2. Justificación Práctica	2
1.3 Justificación Metodológica	2
2. EL PROBLEMA A INVESTIGAR	3
2.1. Descripción de la situación problemática	3
2.2. Delimitación del problema	4
2.3. Planteamiento del problema científico	4
2.4. Definición del objeto de estudio	4
3. OBJETIVOS	4
3.1. Objetivo general	4
3.2. Objetivos específicos	4
4. SUSTENTO TEÓRICO, DEBATE Y REFLEXIÓN	5
4.1. Marco teórico	5
4.1.1 Endomarketing	5
4.1.2 Comunicación interna	5
4.1.3 Desempeño laboral	6
4.1.4 Capacitación y desarrollo	7
4.1.5 Reconocimiento e incentivos	8
4.1.6 Influencia de la motivación humana	9
4.1.7 Liderazgo y cultura organizacional	10
4.1.8 Liderazgo empresarial	11
4.1.9 Liderazgo transformacional	12
4.1.10 Gestión del cambio	13
4.1.11 Gestión empresarial	13
4.2. Diseño metodológico	14
4.2.1. Enfoque	14
4.2.2. Línea de Investigación	15

4.2.3. Tipo de Investigación	15
4.2.4. Métodos de Investigación	15
4.2.5. Técnicas e Instrumentos	15
4.2.6. Población y muestra	16
4.3 Resultados	17
4.3.1 Descripción de las teorías centrales del endomarketing y su influencia en el desempeño laboral.	17
4.3.2 Análisis y representación de resultados	18
4.3.3 Percepción del personal sobre las estrategias de endomarketing en la empresa ESVIPVAL SRL.	30
4.3.4 Propuesta de estrategias de endomarketing para fortalecer la gestión y el liderazgo empresarial en la empresa ESVIPVAL SRL.	31
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	45
5.1. Conclusiones generales	45
5.2. Recomendaciones	46
6. APORTE CIENTÍFICO Y SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	47
7. BIBLIOGRAFÍA	48
ANEXOS.	58

Índice de tablas

Tabla 1 Género	18
Tabla 2 Frecuencia de edades	19
Tabla 3 Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa	20
Tabla 4 Cuenta usted con un contrato formal en la empresa	20
Tabla 5Cuál es su turno habitual de trabajo en la empresa	21
Tabla 6 Usted conoce los reglamentos internos de la empresa	22
Tabla 7 Con qué frecuencia recibe capacitaciones constantes	23
Tabla 8 En qué medida considera que la capacitación constante influye en su motivación y desempeño	24
Tabla 9 Recibe información oportuna sobre los cambios de turno o rotación de puesto	25
Tabla 10 Cómo calificaría la comunicación entre feje y trabajadores	25
Tabla 11 Se siente motivado en su trabajo actual	26
Tabla 12 Qué tipo de incentivo le motivaría más en su trabajo	27
Tabla 13Cuál es su percepción sobre el ambiente laboral dentro de la empresa	28
Tabla 14 Recomendaría a trabajar en esta empresa a otras personas	29
Tabla 15 Estrategias de comunicación interna	32

Índice de figuras

Figura 1. Percepción de género	18
Figura 2. Percepción de frecuencia de edades	19
Figura 3. Percepción de cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa	20
Figura 4. Percepción si cuenta con un contrato formal en la empresa	21
Figura 5. Percepción de cuál es su turno habitual de trabajo en la empresa	22
Figura 6. Percepción si conoce los reglamentos internos de la empresa	22
Figura 7. Percepción con qué frecuencia recibe capacitación de su inmediato superior	23
Figura 8. Percepción en qué medida considera que la capacitación constante influye en su motivación y desempeño laboral	24
Figura 9. Percepción si recibe información oportuna sobre los cambios o rotación de puesto	25
Figura 10. Percepción de cómo califica la comunicación entre jefes y trabajadores	26
Figura 11. Percepción si se siente motivado en su trabajo actual	27
Figura 12. Percepción que tipo de incentivo le motivaría más en su trabajo	28
Figura 13. Percepción sobre el ambiente laboral dentro de la empresa	29
Figura 14. Percepción si recomendaría trabajar en esta empresa a otras personas	30
Figura 15. Boletín interno para la empresa de seguridad Esvipal srl	33
Figura 16. Programa de motivación y estabilidad laboral	35

Resumen

La presente investigación analiza la aplicación de estrategias de endomarketing como herramienta fundamental para fortalecer la gestión y el liderazgo empresarial en la empresa ESVIPVAL SRL, dedicada a los servicios de seguridad en la ciudad de Cobija. El estudio surge ante la problemática identificada en la organización, caracterizada por deficiencias en la comunicación interna, baja motivación laboral, ausencia de programas de capacitación y carencia de formalización de contratos, factores que afectan el desempeño y la integración del personal. El objetivo general de la investigación consiste en analizar las estrategias de endomarketing que contribuyan a fortalecer la gestión y el liderazgo empresarial en ESVIPVAL SRL. De manera específica, se busca describir las teorías más relevantes sobre el endomarketing, determinar la percepción del personal respecto a su aplicación dentro de la empresa y proponer estrategias que promuevan una cultura organizacional participativa y motivadora. La metodología empleada se delimita en un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, aplicando técnicas como la encuesta y la entrevista dirigidas a la totalidad del personal operativo y administrativo. Estas herramientas permitieron recopilar información objetiva sobre la comunicación, la motivación, el liderazgo y el ambiente laboral. Los resultados evidenciaron debilidades en la comunicación jerárquica, la ausencia de capacitaciones regulares, escaso reconocimiento al personal y la falta de formalización laboral. No obstante, se identificó una actitud positiva y disposición al cambio por parte de los trabajadores, lo que representa una oportunidad para la implementación de estrategias de endomarketing efectivas. En conclusión, la investigación demuestra que la aplicación adecuada de estrategias de endomarketing puede transformar la gestión interna de ESVIPVAL SRL, promoviendo la motivación, el compromiso y el liderazgo transformacional, fortaleciendo así el clima organizacional y la productividad institucional.

Palabras clave: Endomarketing, liderazgo empresarial, motivación laboral.

Abstract

This research analyzes the application of endomarketing strategies as a fundamental tool to strengthen management and business leadership in the company ESVIPVAL SRL, which provides security services in the city of Cobija. The study arises from the problems identified within the organization, characterized by deficiencies in internal communication, low work motivation, the absence of training programs, and the lack of formal employment contracts factors that negatively affect employee performance and integration. The general objective of this research is to analyze the endomarketing strategies that contribute to strengthening management and business leadership in ESVIPVAL SRL. Specifically, it aims to describe the most relevant theories related to endomarketing, determine employees' perceptions regarding its application within the company, and propose strategies that promote a participatory and motivating organizational culture. The methodology applied follows a quantitative and descriptive approach, using techniques such as surveys and interviews directed at the entire operational and administrative staff. These tools made it possible to collect objective information on communication, motivation, leadership, and the organizational climate. The results revealed weaknesses in hierarchical communication, a lack of regular training, limited employee recognition, and the absence of formal labor agreements. However, a positive attitude and willingness to change were identified among workers, representing an opportunity for the implementation of effective endomarketing strategies. In conclusion, the study demonstrates that the proper application of endomarketing strategies can transform ESVIPVAL SRL. internal management by promoting motivation, commitment, and transformational leadership, thereby strengthening the organizational climate and institutional productivity.

Keywords: Endomarketing, business leadership, work motivation.

INTRODUCCIÓN

En el mundo empresarial, las organizaciones se enfrentan a diversos desafíos que demandan una gestión empresarial eficiente, orientada al fortalecimiento del liderazgo y la motivación del personal. En este ámbito, el endomarketing se presenta como una herramienta estratégica esencial para consolidar la comunicación interna, el compromiso y la satisfacción laboral, aspectos decisivos en el logro de los objetivos de la empresa ESVIPVAL SRL, dedicada a los servicios de seguridad en la ciudad de Cobija, representa una realidad común en muchas entidades locales, marcada por deficiencias en la comunicación, una limitada capacitación y no existe formalización laboral. Estas debilidades afectan el clima organizacional y el desempeño de los trabajadores, por lo que analizar la aplicación de estrategias de endomarketing resulta fundamental para optimizar la gestión interna.

La delimitación del problema se centra en identificar de qué manera las estrategias de endomarketing pueden fortalecer la gestión y el liderazgo empresarial dentro de ESVIPVAL SRL. El estudio se desarrolla en esta empresa, que está situada en la ciudad de Cobija tomando como muestra a la totalidad de su personal operativo y administrativo. Asimismo, busca resaltar la importancia de implementar acciones orientadas a fomentar la motivación, la comunicación efectiva y el desarrollo del talento humano, pilares indispensables para la sostenibilidad institucional.

En relación con los objetivos, la investigación tiene como propósito general analizar las estrategias de endomarketing que contribuyan al fortalecimiento de la gestión y el liderazgo empresarial. De forma específica, pretende describir las teorías principales del endomarketing, conocer la percepción del personal sobre su aplicación y proponer estrategias adaptadas al contexto de la empresa. Estos objetivos guían el estudio hacia soluciones prácticas que impulsen la productividad y la cohesión organizacional.

La metodología adoptada responde a un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, utilizando encuestas y entrevistas, que permiten obtener información objetiva sobre la comunicación interna, motivación y liderazgo. La monografía se estructura en cinco capítulos que desarrollan la justificación, objetivos, marco teórico, resultados y conclusiones, demostrando que la implementación adecuada del endomarketing puede transformar la gestión interna y fortalecer la cultura organizacional en la empresa ESVIPVAL SRL.

1. JUSTIFICACIÓN

1.1. Justificación Teórica

La investigación aporta al desarrollo del conocimiento sobre el endomarketing como estrategia clave para fortalecer la comunicación interna, la motivación y el liderazgo empresarial. En contextos organizacionales como el de la empresa ESVIPVAL SRL, existen escasos estudios sistemáticos que analicen cómo la aplicación de estas estrategias influye en la gestión interna. Este trabajo contribuye a enriquecer el marco conceptual existente al integrar teorías de motivación humana, liderazgo transformacional y gestión del cambio.

1.2. Justificación Práctica

El trabajo de investigación está plasmado en el ámbito académico y permitirá identificar debilidades y oportunidades en la gestión interna de la empresa ESVIPVAL SRL, particularmente en aspectos relacionados con la comunicación interna, formalización laboral y programas de motivación laboral. A partir de los resultados obtenidos, se podrán proponer estrategias de endomarketing adaptadas al contexto real de la empresa, que contribuyan a mejorar el clima laboral, reducir conflictos internos y fortalecer el compromiso de los trabajadores. Esto no solo impactará en la eficiencia organizacional, sino también en la calidad del servicio brindado a los clientes.

1.3 Justificación Metodológica

Metodológicamente, la investigación es relevante porque aplica un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, utilizando técnicas e instrumentos confiables como encuestas, cuestionarios y entrevistas, lo que permite obtener datos objetivos y representativos sobre la percepción del personal de la empresa. Esta estructura metodológica puede ser replicada en otros contextos organizacionales similares, convirtiéndose en un modelo útil para futuras investigaciones que busquen analizar la aplicación de estrategias internas en empresas privadas.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) Justificación de la investigación” Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante” (p.40).

2. EL PROBLEMA A INVESTIGAR

2.1. Descripción de la situación problemática

En la actualidad, las empresas de seguridad privada enfrentan muchos desafíos para mantener una buena organización y un personal motivado. En la ciudad de Cobija, la empresa ESVIPVAL SRL presenta dificultades relacionadas con la gestión interna y el liderazgo empresarial.

Se ha identificado que dentro de la empresa existen problemas de comunicación interna, principalmente entre los niveles jerárquicos superiores como ser el jefe regional y el personal operativo seguridad física. Esta falta de comunicación fluida genera malentendidos, descoordinaciones y una débil transmisión en los trabajadores. Además, se observa una escasa motivación laboral, atribuida a la ausencia de programas formales de reconocimiento, incentivos y capacitación continua, lo que ocasiona una baja identificación del personal de seguridad.

Asimismo, se pudo evidenciar que los trabajadores nuevos y antiguos no cuentan con contratos formales ni una inducción adecuada al reglamento interno, lo cual genera inseguridad laboral y desconfianza hacia la empresa. Como consecuencia, se presentan conflictos internos, incumplimientos de normas y sanciones administrativas, afectando no solo el ambiente de trabajo, sino también la imagen institucional frente a entidades financieras, universidades y otras que la empresa brinda servicios de seguridad física.

En la empresa ESVIPVAL SRL no se aplican de manera estructurada estrategias de endomarketing, las cuales son fundamentales para fortalecer la comunicación interna, elevar el compromiso y fomentar un liderazgo más participativo y transformacional.

Por lo tanto, esta problemática evidencia la necesidad de analizar y aplicar estrategias de endomarketing como herramienta clave para mejorar la gestión y el liderazgo empresarial dentro de la organización. Atender esta situación permitirá optimizar el clima laboral, aumentar la productividad y proyectar una imagen institucional sólida y confiable ante sus clientes que brindan servicios de seguridad física.

Según Chiavenato (2017) Una buena ejecución de estrategia depende del trabajo de las personas. Son ellas quienes, debidamente preparadas, orientadas, lideradas y motivadas hacen que la estrategia suceda en la práctica. El secreto principal de la buena ejecución de la estrategia está en la forma de trabajar con las personas que deberán ejecutarla en su día a día. (p.273).

2.2. Delimitación del problema

Delimitación Temática: El análisis se focaliza en las estrategias de endomarketing aplicadas en la empresa de seguridad ESVIPVAL SRL.

Delimitación Espacial: Se centrará en la empresa de seguridad privada ESVIPVAL SRL ubicado en la ciudad de Cobija.

Delimitación Temporal: En el periodo 14/10/2025 – 24/11/2025

Delimitación Muestral: La investigación estará compuesta por los trabajadores de la empresa.

2.3. Planteamiento del problema científico

¿De qué manera las estrategias de endomarketing pueden fortalecer la gestión y liderazgo empresarial de la empresa ESVIPVAL SRL en la ciudad de Cobija?

2.4. Definición del objeto de estudio

El objeto de estudio son las estrategias de endomarketing aplicadas en la empresa ESVIPVAL SRL para mejorar la gestión y liderazgo empresarial mediante el fortalecimiento de la comunicación interna, la motivación, la capacitación y el compromiso del personal.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Analizar las estrategias de endomarketing que contribuyan a fortalecer la gestión y liderazgo empresarial de la empresa ESVIPVAL SRL en la ciudad de Cobija.

3.2. Objetivos específicos

- Describir cuales son las teorías más importantes en relación a las estrategias de endomarketing que tienen mayor impacto en el desempeño laboral.
- Determinar la percepción del personal sobre la aplicación de las estrategias de endomarketing en la empresa ESVIPVAL SRL.
- Proponer estrategias de endomarketing que fortalezcan la gestión y el liderazgo empresarial de la empresa ESVIPVAL SRL.

4. SUSTENTO TEÓRICO, DEBATE Y REFLEXIÓN

4.1. Marco teórico

4.1.1 Endomarketing

Para indagar sobre el endomarketing es importante saber que, a lo largo del tiempo, el marketing ha evolucionado de un enfoque comercial a un enfoque social, el cual surgió por la creciente preocupación de las organizaciones en fomentar la gestión eficaz de su capital humano, sustentado en el entrenamiento y desarrollo profesional, compartir información interna sobre la organización, fomentar la colaboración, el intercambio de conocimientos y desarrollar programas de mentoría. (Vergaray, Reyes, Leon & Leon, 2014, p. 3)

Según Moreira (2021), “El marketing interno implica el desarrollo de estrategias organizacionales que promueven el bienestar de los empleados que, a su vez, juegan un papel trascendental en el logro de las metas institucionales”.

Tomando en cuenta los aportes de Vergaray, Reyes, León & León (2014) y Moreira (2021), el endomarketing representa una evolución esencial del marketing tradicional hacia un enfoque más humano y social dentro de las organizaciones. Estos autores coinciden en que el bienestar, la comunicación interna y la formación profesional son pilares que fortalecen la productividad y el compromiso del personal de trabajo. En el contexto local de Cobija, esta perspectiva cobra especial relevancia, ya que muchas instituciones locales aún mantienen estructuras rígidas donde la motivación y la comunicación con los trabajadores no siempre se priorizan. Aquí se evidencia un vacío en la aplicación de estrategias de endomarketing que integren a los empleados como parte fundamental del éxito laboral. Desde mi punto de vista, impulsar una cultura interna basada en la confianza, la colaboración y el desarrollo de los trabajadores no solo mejoraría el clima laboral, sino que también elevaría la calidad del servicio que realizan.

4.1.2 Comunicación interna

Según Lucano (2023) “La comunicación interna es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa. Sin ella, no es posible coordinar las tareas de manera eficaz, integrar a los empleados y poner en práctica la misión, la visión y los valores de la organización” (p. 25).

La comunicación interna es un ámbito en el que influyen varias disciplinas: relaciones laborales, recursos humanos, relaciones públicas, ciencias de la comunicación y periodismo. Aunque ninguna de ellas logra abordar completamente el proceso, sino que responde concretamente a acciones específicas.

En este sentido, Comunicación interna: claves para un plan exitoso conforma una serie de procedimientos interdisciplinarios para llevar adelante la estrategia general de la comunicación interna. A través de este compendio se brinda un panorama general pero simplificado de los conceptos desarrollados en materia de comunicación interna con el objetivo de que puedan orientar la práctica concreta en el ámbito de la organización. (Brandolini, Gonzales & Hopkins, 2009, p.8)

Considerando los aportes de Lucano (2023) y Brandolini, Gonzales & Hopkins (2009), pienso que la comunicación interna es un eje fundamental para el funcionamiento armónico y eficiente de cualquier organización, ya que permite coordinar tareas, integrar al personal y transmitir los valores institucionales. Ambos autores coinciden en que la comunicación interna debe entenderse como un proceso interdisciplinario que articula distintas áreas del conocimiento para fortalecer la cultura organizacional. En Cobija, muchas instituciones aún enfrentan dificultades en este ámbito, ya que la información no siempre fluye de forma clara, lo que genera desmotivación o falta de compromiso entre los trabajadores. Este vacío evidencia la necesidad de analizar estrategias de comunicación interna más humanas, participativas y coherentes con la realidad local, donde la cercanía y el trabajo colaborativo sean pilares. Desde mi perspectiva, una comunicación interna efectiva no solo mejora el ambiente laboral, sino que también potencia el sentido de pertenencia y la identidad de la empresa, aspectos esenciales para el desarrollo organizacional en Cobija.

4.1.3 Desempeño laboral

Según Bautista, Cienfuegos & Aguilar (2020) Desempeño laboral “Son acciones y conductas realizadas por los trabajadores que ayudan a alcanzar el logro de los objetivos propuestos acorde al éxito de las empresas”

El desempeño laboral es hoy un factor muy importante para todas las empresas ya sean publica o privadas y su estudio en profundidad mejoraría e incidiría de manera directa

en la convivencia de la organización. Un departamento de Recursos Humanos debe evaluar cómo los empleados cumplen con los objetivos de la empresa. Esta evaluación, conocida como evaluación del desempeño laboral, incluye medir el rendimiento inferior y superior a lo esperado. Si el rendimiento es inferior a lo esperado, se deben tomar medidas para mejorarlo. Si el rendimiento es mayor a lo esperado, se deben premiar o alentar de alguna manera. (Cieza, Silva, Silva & Medina, 2023)

Analizando los aportes de Bautista, Cienfuegos & Aguilar (2020) y Cieza, Silva, Silva & Medina (2023), pienso que el desempeño laboral es un elemento esencial para medir el compromiso, la productividad y la eficiencia del personal dentro de la empresa. Los primeros autores destacan que el desempeño se refleja en las acciones y conductas que permiten alcanzar los objetivos institucionales, mientras que Cieza et al. Destaca la importancia de evaluar sistemáticamente para fortalecer la convivencia y el rendimiento organizacional. En el contexto de Cobija, este tema resulta muy relevante, ya que en muchas instituciones tanto públicas como privadas aún se carece de una cultura de evaluación continua del desempeño laboral, lo que puede afectar la motivación y la mejora de los procesos laborales. Este vacío evidencia la necesidad de implementar estrategias de reconocimiento, retroalimentación y desarrollo profesional más efectivas. Desde mi punto de vista, evaluar el desempeño no debe verse solo como un control administrativo, sino como una oportunidad para potenciar el talento humano, promover el crecimiento personal y mejorar el clima laboral en las empresas, instituciones de la región.

4.1.4 Capacitación y desarrollo

La capacitación y desarrollo que se aplican en las organizaciones deben concebirse precisamente como modelos de educación a través de los cuales es necesario primero formar una cultura de identidad empresarial basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales considerar a la capacitación como el aprendizaje de números instrumentos y el manejo de cifras y sistemas no es educar sino robotizar dándole al empleado no solo una pobre concepción del mundo y de su trabajo si no limitándolo en su creatividad y capacidad de desarrollo de autorrealización. (Siliceo, 2004, p.16)

Las capacitaciones como subsistema del desarrollo de recursos humanos buscan el desarrollo de habilidades y competencias en función de los objetivos de las empresas. El aumento de conocimiento puede ayudar de manera significativa al desempeño de funciones en los distintos puestos de trabajo (Betancourt, Miranda & López, 2018, p.8)

Tomando en cuenta los aportes de Siliceo (2004) y Betancourt, Miranda & López (2018), considero que la capacitación y el desarrollo no deben entenderse solo como un proceso técnico, sino como una forma de educación integral que impulsa el crecimiento personal y profesional del trabajador. Siliceo advierte que capacitar no es solo enseñar procedimientos, sino fomentar una cultura organizacional basada en valores, creatividad y autorrealización. Por otra parte, Betancourt et al. destacan que la capacitación fortalece las competencias laborales y contribuye directamente al cumplimiento de los objetivos empresariales. De tal manera en Cobija, este tema cobra relevancia porque muchas instituciones aún centran la capacitación en tareas operativas, dejando de lado la formación humana y la motivación del personal. Este vacío limita la innovación y el compromiso dentro de las organizaciones locales. Considero que, una verdadera estrategia de capacitación debe combinar conocimiento técnico con desarrollo humano, promoviendo en los empleados una actitud crítica, participativa y consciente de su papel que debe realizar.

4.1.5 Reconocimiento e incentivos

El reconocimiento consiste en dar una retroalimentación positiva basada en los resultados o el rendimiento. A veces esto ocurre de manera formal: un premio, una asignación, un ascenso, un aumento. A veces el reconocimiento se da de manera más informal: un agradecimiento verbal, una nota escrita a mano. Todos estos métodos pueden ser significativos, sobre todo si se hacen de forma adecuada y genuina. También son motivadores y emocionantes: todo el mundo quiere que se aplauda su buen trabajo. (Robbins, 2019)

La recompensa son los incentivos que se ofrecen para realizar acciones determinadas; comúnmente son incentivos económicos, pero también pueden ser simbólicos. Las empresas implementan las recompensas con el propósito de motivar a los colaboradores a alcanzar altos niveles de desempeño y retenerlos dentro de la organización. Para

determinar las recompensas es importante conocer las necesidades de los colaboradores para tener más impacto y obtener los resultados esperados a la vez que se satisfacen las necesidades de estos. (López & Eugenia, 2020, p. 36)

Considerando los aportes de Robbins (2019) y López & Eugenia (2020) el reconocimiento y los incentivos constituyen herramientas fundamentales para fortalecer la motivación, el compromiso y el sentido de pertenencia de los trabajadores dentro de la empresa. Robbins resalta que el reconocimiento puede ser tanto formal como informal, y que su valor radica en la sinceridad con que se ofrece, mientras que López & Eugenia menciona la importancia de adaptar las recompensas a las necesidades reales de los colaboradores. En el contexto local de Cobija, muchas instituciones aún tienden a enfocarse solo en los incentivos económicos, dejando de lado los reconocimientos simbólicos o emocionales que también influyen positivamente en el clima laboral. Este vacío demuestra la necesidad de implementar una cultura organizacional más humana, donde se valore el esfuerzo diario y se promueva la motivación interna de los empleados. Pienso que él, reconocer el trabajo bien hecho no solo impulsa la productividad, sino que también fortalece las relaciones laborales y contribuye a la estabilidad emocional y profesional del personal.

4.1.6 Influencia de la motivación humana

Según Chiavenato (2019) La teoría de la motivación busca explicar el comportamiento de las personas. La administración científica se basaba en la concepción de homo economicus, según la cual el comportamiento del hombre es motivado exclusivamente por la búsqueda de dinero y por las recompensas salariales y materiales del trabajo; por tanto, el enfoque clásico de la administración se fundamentaba en esa teoría de la motivación. (p.100).

La motivación es un proceso psicológico básico. Junto con la percepción, las actitudes, la personalidad y el aprendizaje, es uno de los elementos más importantes para comprender el comportamiento humano. Interactúa con otros procesos mediadores y con el entorno. Como ocurre con los procesos cognitivos, la motivación no se puede visualizar. Es un constructo hipotético que sirve para ayudarnos a comprender el comportamiento humano. (Chiavenato, 2009, p.236).

Tomando en cuenta las ideas planteadas por Chiavenato (2009, 2019), se puede comprender que la motivación humana es el motor esencial que impulsa el comportamiento de los trabajadores dentro de las diferentes empresas, instituciones y otros. Las recompensas materiales para incluir aspectos psicológicos, emocionales y sociales. Si bien las primeras teorías de la administración consideraban al individuo únicamente desde una perspectiva económica, hoy se reconoce que la motivación responde a una interacción más compleja entre las necesidades personales, el entorno laboral y las oportunidades de desarrollo que ofrecen las empresas. En el contexto local de Cobija, aún se observa que muchas instituciones limitan la motivación al salario o a incentivos tangibles, sin profundizar en estrategias que fomenten el sentido de pertenencia, la autorrealización o la satisfacción personal del empleado. Este vacío evidencia la necesidad de implementar políticas internas que fortalezcan la motivación, promoviendo ambientes laborales más participativos, donde los trabajadores se sientan valorados no solo por su rendimiento, sino también por su crecimiento humano y profesional. Considero que la motivación es la mirada integral puede transformar el desempeño y la cultura organizacional, haciendo del trabajo un espacio de realización y compromiso colectivo.

4.1.7 Liderazgo y cultura organizacional

Según Chiavenato (2009) El liderazgo es, en cierto sentido, un poder personal que permite a alguien influir en otros por medio de las relaciones existentes. La influencia implica una transacción interpersonal, en la que un individuo actúa para provocar o modificar un comportamiento. En esa relación siempre existe un líder la persona que influye y los liderados los sometidos a su influencia (p.336).

La cultura organizacional y el liderazgo se han convertido en temas relevantes y complejo, considerando que ambos aspectos están entrelazados en múltiples aspectos dentro de la organización, pues los líderes son los principales constructores de la cultura y una vez que esta se ha formado, influye en el estilo de liderazgo utilizado. La cultura organizacional se desarrolla a partir del liderazgo ejercido, sin embargo, la cultura también puede llegar a afectar al liderazgo existente dentro de las organizaciones, todo ello a partir de las reglas, normas, políticas y procesos existentes dentro de ellas. (Díaz, Jarrín, Enderica & Cervantes, 2024).

Al reflexionar sobre las ideas de Chiavenato (2009) y Díaz, Jarrín, Enderica y Cervantes (2024), se puede comprender que el liderazgo y la cultura organizacional mantienen una relación recíproca que define el rumbo y la identidad de toda institución. El líder no solo guía o supervisa, sino que también moldea los valores, normas y comportamientos que caracterizan la convivencia laboral. A su vez, influye en la forma en que los líderes ejercen su poder y en cómo los colaboradores responden a esa influencia. En Cobija, donde muchas empresas e instituciones aún conservan estructuras jerárquicas tradicionales, es fundamental promover un liderazgo más participativo y humanista, que fomente la confianza, la comunicación y la colaboración entre los equipos. Considero que un liderazgo coherente con una cultura organizacional sólida puede convertirse en un factor clave para el desarrollo sostenible de las empresas locales, permitiendo que los trabajadores se sientan identificados con la misión institucional y comprometidos con los resultados colectivos. Esta conexión entre liderazgo y cultura no solo mejora el clima laboral, sino que también impulsa la innovación y el sentido de pertenencia dentro de las empresas.

4.1.8 Liderazgo empresarial

El liderazgo empresarial es, hoy día, un atributo cada vez más escaso: mucha demanda, poca oferta. El enfoque primario son las ganancias a corto plazo, el desempeño en las bolsas de valores, olvidamos que estos son resultados, variables de efecto y no de causa. El mundo, en estos tiempos de información instantánea, ha dejado de producir líderes empresariales cuando y donde se necesitan. (Romero, 2024)

Un buen líder permite aumentar la productividad y eficiencia de los miembros del grupo, por lo que las Pymes requieren de líderes empresariales que tengan características propias que favorezcan a las empresas. Aunque, la sociedad actual necesita de un líder que no solo permita y fortalezca a los demás a asumir funciones de liderazgo, sino que también crea el ambiente adecuado y evita problemas en el proceso para que lo hagan. Entender que el liderazgo no es una tarea sencilla, tampoco es difícil, es ser proactivo, arriesgado, optimista y luchador. (Sumba, Choez & Pico, 2022, p.275)

Considerando los aportes de Romero (2024) y de Sumba, Choez y Pico (2022), que el liderazgo empresarial va más allá de dirigir o tomar decisiones estratégicas si no que implica inspirar, acompañar y potenciar las capacidades humanas dentro de la organización. Coincido con los

autores en que hoy en día escasean verdaderos líderes empresariales, pues muchos se enfocan únicamente en los resultados económicos y olvidan que el éxito organizacional proviene, ante todo, del compromiso y bienestar de las personas. En el ámbito local donde la mayoría de las empresas son pequeñas y medianas, es esencial que los líderes adopten una visión más humana y participativa, fomentando la innovación y la confianza mutua. Desde mi perspectiva, un líder empresarial eficaz no solo busca el crecimiento financiero, sino que también se convierte en un ejemplo de esfuerzo, ética y motivación para su equipo. Así, el liderazgo empresarial se transforma en un motor de desarrollo local, capaz de fortalecer la productividad y la cohesión social en las empresas.

4.1.9 Liderazgo transformacional

Según estos autores Canal, Ovalles, Sandoval & Valdez (2023) “El liderazgo transformacional lleva al liderazgo a un nivel superior, donde los colaboradores se comprometan con los objetivos organizacionales, permitiendo mejorar la productividad al tener un alto compromiso con la organización, y crear nuevos líderes proporcionándoles preparación y apoyo” (p.82).

Según Salcedo (2018) “Los líderes transformacionales, además de no perder de vista los resultados a conseguir, se ocupan de alinear el interés del subordinado con el de la organización, creando unas condiciones de trabajo atractivas para sus trabajadores”.

Tomando en cuenta los aportes de Canal, Ovalles, Sandoval y Valdez (2023) y por Salcedo (2018), puedo afirmar que el liderazgo transformacional representa una de las formas más humanas y efectivas de dirigir una organización. Coincido con los autores en que este tipo de liderazgo no solo busca resultados, sino que inspira a los colaboradores a comprometerse con la visión, generando un ambiente laboral basado en la confianza, la motivación y el desarrollo personal. En el contexto local de Cobija, este enfoque cobra gran relevancia, ya que muchas organizaciones necesitan líderes que promuevan el cambio positivo, que formen equipos comprometidos y que impulsen la innovación. Considero que el liderazgo transformacional permite crear una cultura organizacional sólida y participativa, donde los trabajadores se sientan valorados y partícipes del crecimiento de tal manera, que el líder deja de ser solo una figura de autoridad para convertirse en un agente de cambio y crecimiento compartido, capaz de transformar tanto la organización como el entorno social.

4.1.10 Gestión del cambio

Según Chiavenato (2009) “Todo cambio en una organización implica modificar actividades cotidianas, relaciones de trabajo, responsabilidades, hábitos y conductas. Mientras la ausencia de cambio requiere una buena dosis de adaptación y ajuste a la rutina diaria, el cambio impone variaciones y alteraciones” (p.418).

La gestión de cambios es el proceso con el que se preparan y gestionan los cambios de la organización. Por lo general, durante el proceso de gestión de cambios, preparas todo lo necesario para la transición al cambio nuevo, obtienes el respaldo de la organización para el cambio en cuestión y lo implementas en tiempo y forma. (Martins, 2025).

Considerando las ideas de Chiavenato (2009) y Martins (2025), pienso que la gestión del cambio es un proceso clave para mantener la estabilidad y el crecimiento de las organizaciones, especialmente en el contexto local de Cobija, donde muchas instituciones enfrentan desafíos para adaptarse a nuevas tecnologías, métodos de trabajo o políticas internas. Chiavenato explica que todo cambio implica modificar hábitos y relaciones laborales, mientras que Martins enfatiza la necesidad de planificar y preparar la transición para que sea efectiva. De tal manera en Cobija aún se percibe cierta resistencia al cambio, muchas veces por falta de capacitación, liderazgo o comunicación interna adecuada. Este vacío evidencia la necesidad de fortalecer la cultura organizacional y las competencias del personal para asumir los cambios con actitud positiva. Desde mi perspectiva, la gestión del cambio no solo debe verse como una obligación administrativa, sino como una oportunidad para innovar, mejorar el desempeño y generar una identidad organizacional más flexible y adaptativa.

4.1.11 Gestión empresarial

La gestión empresarial no solo se centra en la administración de los recursos financieros, sino también en la gestión efectiva del capital humano y los recursos tecnológicos. La combinación adecuada de estos elementos puede marcar la diferencia entre una empresa que prospera y una que simplemente sobrevive. La gestión empresarial implica el desarrollo y la implementación de planes de acción que alinean los objetivos individuales con los objetivos organizacionales, creando así un ambiente de trabajo cohesivo y motivado. (Reyes, 2024).

El concepto de gestión empresarial, ha evolucionado en la medida que el hombre ha avanzado en la consecución de nuevas tecnologías y relaciones para el mejoramiento de nuevos productos y servicios, buscando satisfacer a los clientes, también busca a través de las personas, mejorar la productividad y la competitividad de las empresas o negocios. El que está de responsable de la gestión se ve influenciado por diversos factores complejos sobre todo de carácter externo, los cuales le fuerzan a que esta acción de gestionar sea dinámica y en constante movimiento. (Julio, 2020).

Considerando las ideas de Reyes (2024), una adecuada gestión empresarial no se limita al control de los recursos financieros, sino que implica la articulación del capital humano y tecnológico mediante planes de acción que alineen los intereses individuales con los institucionales, generando un entorno de trabajo cohesionado y motivado. Por su parte, Julio (2020) sostiene que la gestión empresarial ha evolucionado en función del avance tecnológico y las nuevas relaciones de producción, de modo que quien dirige debe adaptarse constantemente a factores externos que exigen flexibilidad y capacidad de innovación. De tal manera que ambos autores coinciden en que la eficacia empresarial depende tanto de la planificación estratégica como de la adaptación dinámica frente a los cambios del entorno. En sentido la reflexión, puede afirmarse que la gestión empresarial representa un sistema vivo, en el que la interacción entre las personas, la tecnología y la estrategia permite fortalecer la productividad, la competitividad y la sostenibilidad organizacional, aspectos fundamentales para el desarrollo de las empresas en contextos locales como el de Cobija.

4.2. Diseño metodológico

4.2.1. Enfoque

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo, ya que busca analizar de manera objetiva y medible las estrategias de endomarketing aplicadas en la empresa ESVIPVAL SRL. Este enfoque permite recopilar datos numéricos mediante encuestas estructuradas y procesarlos estadísticamente para identificar tendencias, percepciones y relaciones entre las variables de estudio.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) Enfoque cuantitativo” Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p,4).

4.2.2. Línea de Investigación

Gestión estratégica privada y desarrollo empresarial.

4.2.3. Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptivo, cuyo propósito es detallar y analizar cómo se manifiestan las estrategias de endomarketing implementadas en la empresa ESVIPVAL SRL, a partir de una revisión bibliográfica y documental basada en fuentes existentes, con el fin de comprender la percepción del personal y su influencia en el entorno laboral.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) Estudios descriptivos “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p,92).

4.2.4. Métodos de Investigación

En este trabajo se usará el método lógico deductivo, que consiste en tomar ideas generales sobre el endomarketing y ver si se aplican en la empresa ESVIPVAL SRL. Para eso, se comparará lo que dicen los libros con lo que realmente pasa en la empresa, usando encuestas y entrevistas.

Según Velasco (2024) Método lógico deductivo “Consiste en aplicar principios generales a casos particulares, a partir de ciertos enlaces de juicios”.

4.2.5. Técnicas e Instrumentos

Se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos para la recolección de datos:

Revisión documental

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la revisión bibliográfica documental, basada en fuentes existentes como libros, revistas y bibliotecas, con el fin de comprender y analizar las variables de estudio en la recopilación de datos.

Según estos autores Medina, Rojas, Bustamante, Loaiza, Martel, & Castillo (2023) “documentos es una técnica de investigación que implica la revisión y evaluación sistemática de documentos escritos, tales como informes, transcripciones, registros y publicaciones, con el objetivo de obtener información y comprender mejor un fenómeno o un problema específico” (p, 30).

Encuesta: En este trabajo se utilizarán preguntas cerradas y variadas para que los trabajadores digan cómo se sienten en su trabajo si están motivadas, si reciben apoyo, si los capacitan y cómo perciben el trato dentro de la empresa.

Según Velasco (2024) Encuesta “La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado”.

Cuestionario: Se diseñará un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, orientado a obtener información sobre la percepción del personal respecto a las estrategias de endomarketing aplicadas en la empresa y su influencia en el desempeño.

Según estos autores Medina, Rojas, Bustamante, Loaiza, Martel, & Castillo (2023) Cuestionario “Es una herramienta valiosa en la recopilación de información y se utiliza ampliamente en diversos campos, incluyendo la investigación, la evaluación, la educación y la evaluación del desempeño” (p,39).

Entrevista: A través de entrevistas se recolectará la información necesaria y suficiente para conocer la realidad de la empresa y conocer el problema objeto de estudio. Como uno de los instrumentos que se utilizara en el presente trabajo es la guía de entrevista.

Según estos autores Medina, Rojas, Bustamante, Loaiza, Martel, & Castillo (2023) “La entrevista es una técnica valiosa en la investigación, siempre y cuando se lleve a cabo de manera rigurosa y cuidadosa, y se consideran sus posibles limitaciones” (p,26).

4.2.6. Población y muestra

Población: Compuesta por la totalidad de la empresa ESVIPVAL SRL 23 miembros.

La población objeto de estudio está compuesta por la totalidad del personal de la empresa ESVIPVAL SRL. Está conformada por 21 miembros la parte operativa y administrativa que son el jefe regional y supervisor en la ciudad de Cobija.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) Población o universo “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p,174).

Muestra: Debido al tamaño reducido de la población, se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia, utilizando como muestra a la totalidad de la población censo.

Este tipo de muestreo permite obtener datos directos de todos los sujetos involucrados, en la empresa ESVIPVAL SRL lo que mejora la precisión de los resultados en poblaciones pequeñas.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) Muestra “subgrupo del universo o población del cual se recolectan datos y que debe ser representativo de esta” (p,173).

Determinación del tamaño de la muestra de la muestra

Debido a que la población es finita, no es necesario calcular la muestra, por lo que trabajaremos con la parte administrativa y operativa.

4.3 Resultados

4.3.1 Descripción de las teorías centrales del endomarketing y su influencia en el desempeño laboral.

A partir de la revisión teórica y documental, se identifican las principales estrategias del endomarketing que presentan un mayor impacto en el desempeño laboral. El endomarketing se concibe como una evolución del enfoque comercial hacia una perspectiva social y humana, orientada a la gestión del capital humano y al fortalecimiento del bienestar como motor del logro de los objetivos institucionales (Vergaray et al., 2014; Moreira, 2021).

La eficacia en el desempeño laboral está directamente ligada a la implementación de tres pilares interconectados de las estrategias de endomarketing:

- **Comunicación Interna:** Es el eje interdisciplinario y fundamental que garantiza el funcionamiento armónico, permitiendo la coordinación eficaz de tareas y la coherente transmisión de la misión, visión y valores de la organización (Lucano, 2023; Brandolini et al., 2009).
- **Capacitación y Desarrollo:** Debe concebirse como un proceso de educación integral que impulsa el desarrollo de habilidades y competencias (Betancourt et al., 2018), fortaleciendo la cultura de identidad empresarial y la creatividad del trabajador, yendo más allá de la mera instrucción técnica (Siliceo, 2004).
- **Reconocimiento e Incentivos:** Son las herramientas clave que fortalecen la motivación y el sentido de pertenencia. El reconocimiento formal o informal y las recompensas

económicas o simbólicas deben ser adaptadas y genuinas para impulsar altos niveles de rendimiento y retener el talento (Robbins, 2019; López & Eugenia, 2020).

La articulación efectiva de estos pilares es potenciada por la motivación humana Chiavenato (2009) y un Liderazgo Transformacional. Este tipo de liderazgo es crucial porque inspira, alinea el interés del empleado con la organización y crea un ambiente de confianza, superando el enfoque clásico basado únicamente en recompensas económicas. Al enfocarse en el compromiso y el desarrollo personal, el líder transformacional asegura un alto desempeño y contribuye a la solidez de la cultura organizacional (Canal et al., 2023; Salcedo, 2018).

Según, la revisión teórica se confirma que las estrategias de endomarketing, al centrarse en la integración humana, la comunicación efectiva, capacitaciones y el liderazgo inspirador, constituyen un medio eficaz para fortalecer la gestión interna y elevar de manera sostenida el desempeño laboral dentro de la empresa ESVIPVAL SRL, en el contexto local de Cobija.

4.3.2 Análisis y representación de resultados

Tabla 1

Género

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
FEMENINO	0	0%
MASCULINO	21	100%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

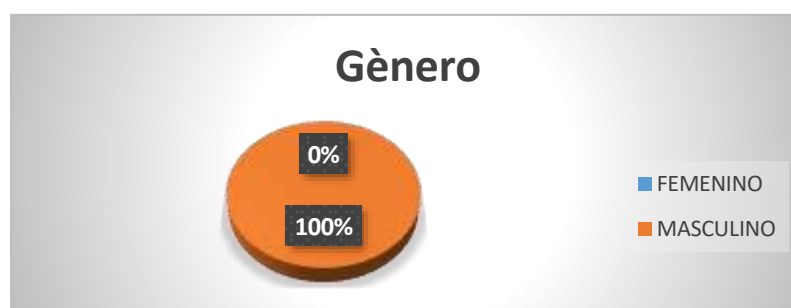


Figura 1. Percepción de género

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: De los resultados obtenidos de la encuesta se identificó que el 100 % son del género masculino en la empresa que realizan el trabajo de seguridad física.

Tabla 2

Frecuencia de edades

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
18-20	4	19%
21-25	7	33%
26-30	10	48%
Más de 30 años	0	0%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

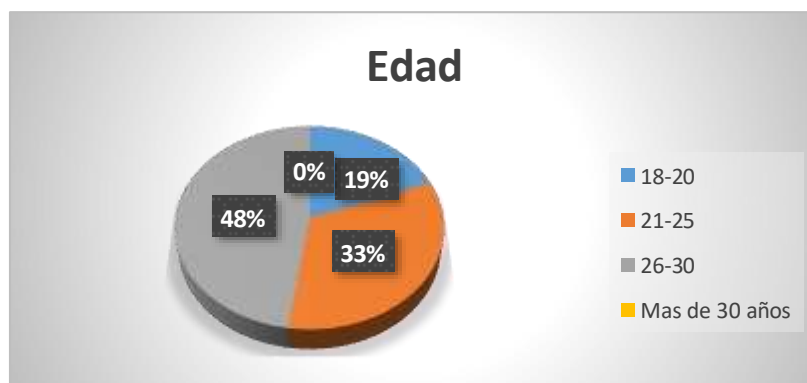


Figura 2. Percepción de frecuencia de edades

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La mayoría, de los guardias de seguridad tiene entre 26 a 30 años, representando el 48% casi la mitad del total, y el segundo grupo con las edades de 21 a 25 años con el 33%, así también el tercer grupo minoritario entre las edades de 18 a 20 años con el 19%, de la misma manera no hubo participantes mayores de 30 años, mostrando una población totalmente joven dentro de la empresa Esvipval srl.

Tabla 3

Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	12	57%
1-3 años	9	43%
4-6 años	0	0%
Más de 6 años	0	0%
total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

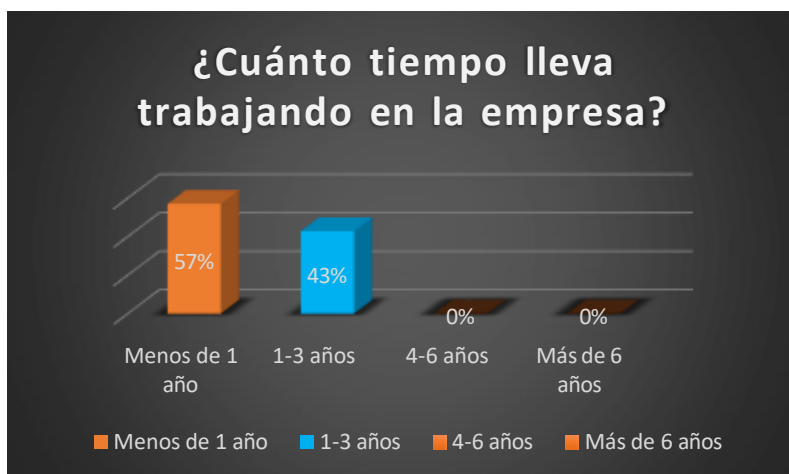


Figura 3. Percepción de cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La mayoría de los guardias de seguridad tienen poco tiempo trabajando en la empresa con el 57% llevan menos de 1 año, de la misma manera el 43% tienen entre 1 a 3 años. Y no existe personal con más de cuatro años de antigüedad trabajando en la empresa, lo que refleja rotación elevada de los guardias de seguridad o ingreso reciente del personal.

Tabla 4

Cuenta usted con un contrato formal en la empresa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	21	100%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 4. Percepción si cuenta con un contrato formal en la empresa

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: El 100% de los guardias de seguridad encuestados dijeron que no tienen un contrato formal. Esto muestra que la empresa funciona con un nivel muy alto de informalidad. No contar con contratos puede afectar la seguridad laboral, los beneficios, la estabilidad y también generar desmotivación en el personal.

Tabla 5

Cuál es su turno habitual de trabajo en la empresa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Día	12	57%
Noche	5	24%
Turnos rotativos	4	19%
total	21	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 5. Percepción de cuál es su turno habitual de trabajo en la empresa

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La mayoría de los trabajadores con el 57% trabaja en el turno de día, así también hay variedad en los horarios ya que un 24% trabaja de turno noche y el 19% restante cumple turnos rotativos o mixtos. Esto muestra que la empresa maneja diferentes modalidades de turnos de trabajo según sus necesidades.

Tabla 6

Usted conoce los reglamentos internos de la empresa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	33%
No	14	67%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

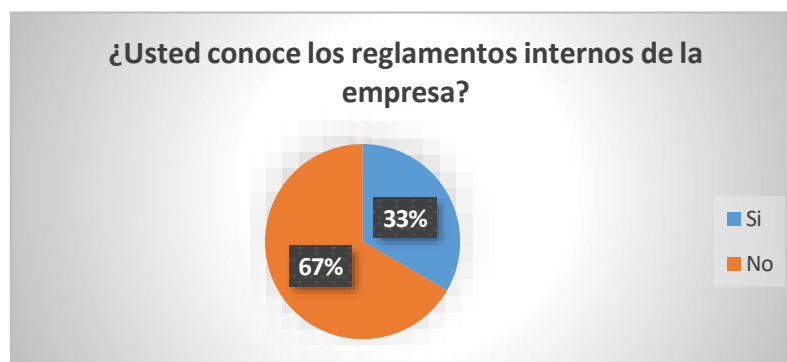


Figura 6. Percepción si conoce los reglamentos internos de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La mayoría de los guardias de seguridad no conoce los reglamentos internos de la empresa con un 67% de las respuestas, solo el 33% afirma conocerlos. Esto evidencia una falta de información y socialización normativa dentro de la empresa, lo cual podría afectar el desempeño laboral, la convivencia y el cumplimiento adecuado de las normas.

Tabla 7

Con qué frecuencia recibe capacitaciones constantes

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al mes	4	19%
Cada 6 meses	1	5%
Una vez al año	8	38%
Ninguno	8	38%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

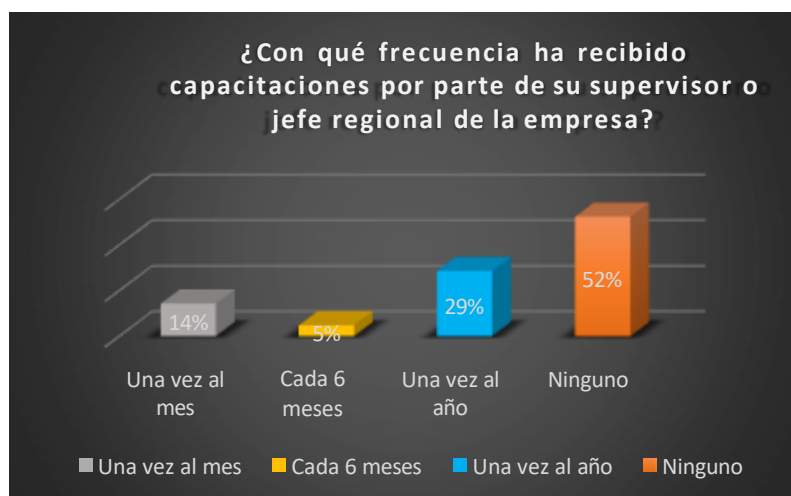


Figura 7. Percepción con qué frecuencia recibe capacitación de su inmediato superior

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La empresa tiene una gran debilidad en la capacitación de su personal más de la mitad de los encuestados con el 52% nunca recibió capacitación, así mismo un 29% fue capacitado una vez al año, un 14% una vez al mes y apenas un 5% cada seis meses. Esto evidencia que la capacitación no ha sido una prioridad, por lo que se recomienda gestionarla con mayor importancia, ya que es fundamental para el desarrollo del personal.

Tabla 8

En qué medida considera que la capacitación constante influye en su motivación y desempeño

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	10	48%
Regularmente	4	19%
Poco	5	24%
Nada	2	10%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

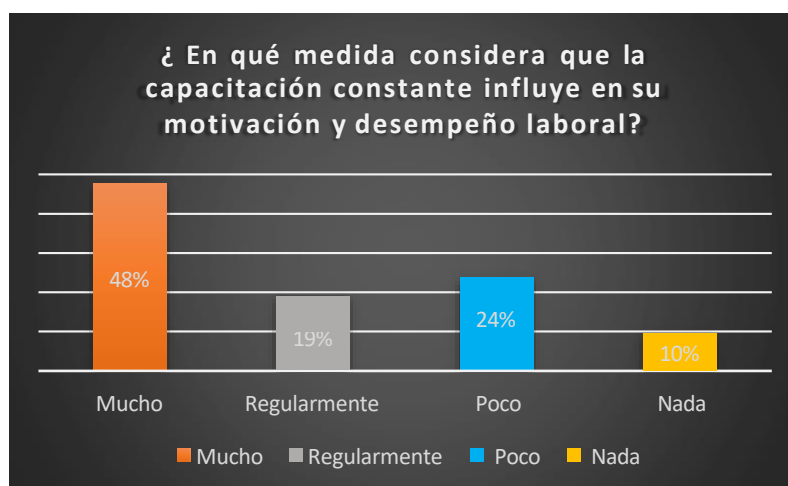


Figura 8. Percepción en qué medida considera que la capacitación constante influye en su motivación y desempeño laboral

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La mayoría del personal menciona que la capacitación constante influye significativamente en la motivación y desempeño laboral con el 48% evidenciando su importancia, así mismo un 19% indica que influye regularmente, mientras que el 24% señala que influye poco y solo el 10% afirma que no influye. En conjunto los datos reflejan que la capacitación es clave para fortalecer el rendimiento del personal.

Tabla 9

Recibe información oportuna sobre los cambios de turno o rotación de puesto

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	24%
No	16	76%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

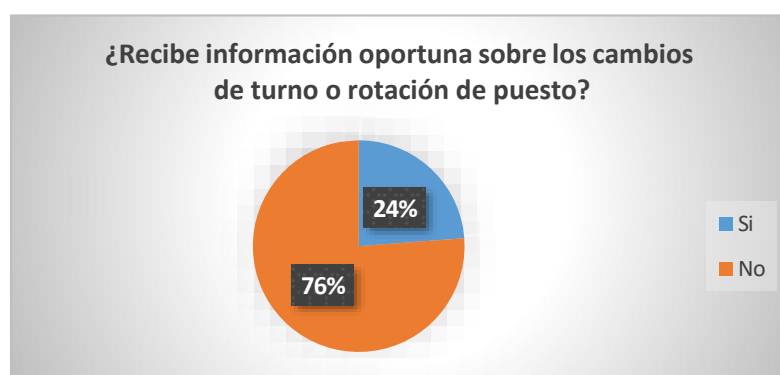


Figura 9. Percepción si recibe información oportuna sobre los cambios o rotación de puesto

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: Los resultados muestran que la mayoría del personal de seguridad un 76% mencionan que no recibe información clara ni oportuna cuando hay cambios o rotaciones en la empresa, solo un 24% afirma estar informado sobre los cambios y turnos de rotación de puesto. Esto evidencia una deficiencia importante en la comunicación interna que necesita ser atendida.

Tabla 10

Cómo calificaría la comunicación entre feje y trabajadores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	10%
Bueno	4	19%
Regular	13	62%
Mala	2	10%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

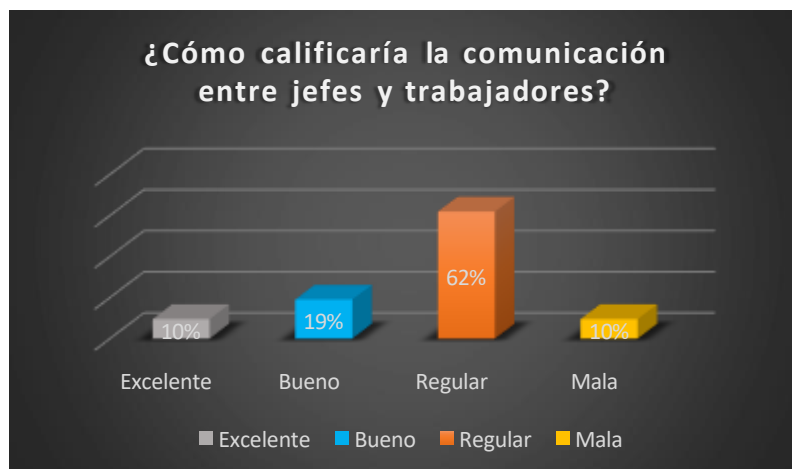


Figura 10. Percepción de cómo califica la comunicación entre jefes y trabajadores

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: Se identificó que el 62% de los trabajadores perciben la comunicación con sus jefes como Regular indicando una clara necesidad de mejora, solo un 19% la considera Buena y un 10% Excelente y un 10% la califique como mala. Estos resultados reflejan la necesidad de fortalecer los canales y estrategias de comunicación interna para mejorar la relación entre los distintos niveles jerárquicos de la empresa esvipval srl.

Tabla 11

Se siente motivado en su trabajo actual

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	33%
Rara vez	12	57%
Nunca	2	10%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

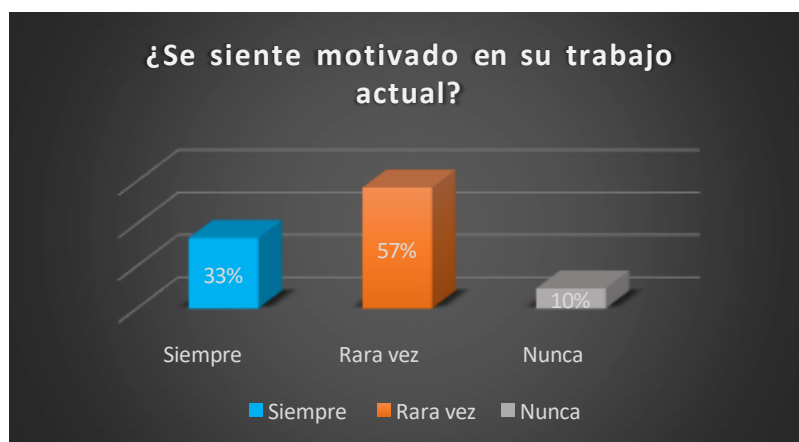


Figura 11. Percepción si se siente motivado en su trabajo actual

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: Los resultados muestran que la mayoría del personal con un 57% solo se siente motivado en raras ocasiones, además un 10% dice que nunca se siente motivado en el trabajo mientras que únicamente el 33% afirma sentirse siempre motivado en su fuente de trabajo. Esto revela un problema importante en el clima laboral y en el sistema de incentivos lo cual representa una debilidad para la empresa esvipval srl.

Tabla 12

Qué tipo de incentivo le motivaría más en su trabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Reconocimiento verbal o escrito	3	14%
Incentivos económicos	13	62%
Flexibilidad horaria	5	24%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

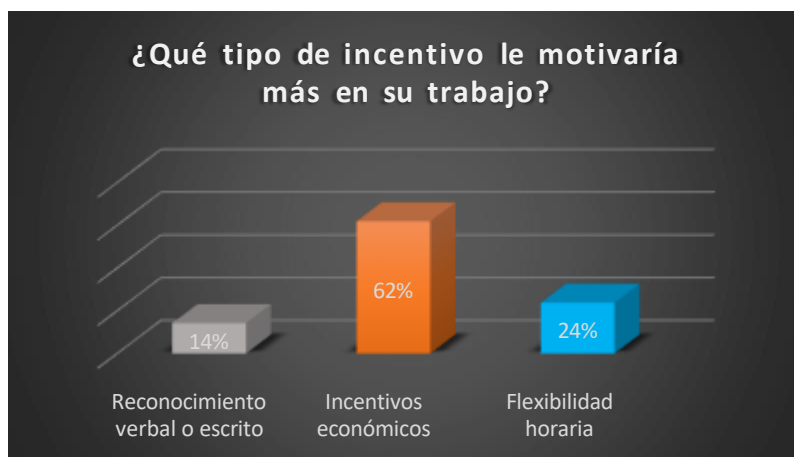


Figura 12. Percepción que tipo de incentivo le motivaría más en su trabajo
Fuente: Elaboración propia

Conclusión: Los resultados muestran que los incentivos económicos son el factor de motivación laboral más significativo con el 62% de los encuestados, la flexibilidad horaria le sigue con un 24%, mientras que el reconocimiento verbal o escrito es la opción menos prioritaria representando solo el 14%. Este panorama evidencia la urgencia de implementar estrategias de compensación y beneficios tangibles para mejorar la motivación laboral.

Tabla 13

Cuál es su percepción sobre el ambiente laboral dentro de la empresa

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	4	19%
Bueno	5	24%
Regular	10	48%
Malo	2	10%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia

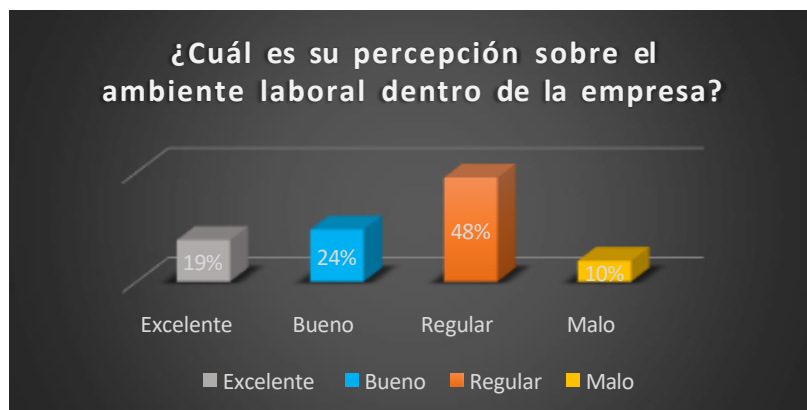


Figura 13. Percepción sobre el ambiente laboral dentro de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: Los resultados muestran que el 48% de los guardias de seguridad perciben el ambiente de trabajo de forma regular, solo el 19% lo considera excelente, de la misma manera un 24% como bueno, y un 10% lo evalúa como malo el ambiente de trabajo. Esto sugiere una necesidad de mejoras significativas para optimizar la satisfacción y el rendimiento en la empresa con la necesidad de implementar estrategias que promuevan una comunicación más efectiva, mayor motivación y fortalecimiento del trabajo en equipo con el fin de mejorar el ambiente laboral en la empresa.

Tabla 14

Recomendaría a trabajar en esta empresa a otras personas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	76%
No	5	24%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 14. Percepción si recomendaría trabajar en esta empresa a otras personas

Fuente: Elaboración propia

Conclusión: La mayoría de los encuestados un 76% expresó que recomendaría trabajar en esta empresa lo que refleja una percepción positiva sobre el ambiente laboral, sin embargo, un 24% indicó que no la recomendaría. Lo que muestra que todavía hay aspectos que podrían mejorarse, como la comunicación interna, la motivación o el clima de trabajo en la empresa.

4.3.3 Percepción del personal sobre las estrategias de endomarketing en la empresa ESVIPVAL SRL.

El análisis de los resultados de la encuesta aplicada al personal de seguridad de ESVIPVAL SRL permite determinar de manera clara la percepción del personal sobre la aplicación de estrategias de endomarketing dentro de la empresa. Los datos muestran que la totalidad de los encuestados corresponde al género masculino que evidencia la conformación del personal de la empresa Esvipval srl, la mayoría de los trabajadores tiene edades comprendidas entre 26 a 30 años (48%), seguidos por el grupo de 21 a 25 años (33%), evidenciando una fuerza laboral mayoritariamente joven, sin presencia de personal mayor de 30 años.

En cuanto a la antigüedad laboral el (57%) de los guardias lleva menos de un año en la empresa mientras que el (43%) tiene entre 1 a 3 años, lo que indica un ingreso reciente o una rotación laboral elevada. Además, ningún trabajador cuenta con contrato formal, lo que resalta un nivel significativo de informalidad que puede afectar la seguridad, beneficios y estabilidad del personal. Los turnos de trabajo se distribuyen principalmente en horario diurno (57%), con presencia de turnos nocturnos (24%) y rotativos (19%) en la empresa.

Respecto a la socialización de normas internas, un (67%) de los encuestados desconocen los reglamentos de la empresa, lo que evidencia deficiencias en la comunicación interna. La capacitación también representa un área crítica, ya que más del (50%) nunca ha recibido capacitación constante, y solo el (48%) considera que la capacitación influye significativamente en su motivación y desempeño. Asimismo, el (76%) indica que no recibe información oportuna sobre cambios de turno o rotación de puesto, y el (62%) califica la comunicación con sus superiores como regular, mostrando necesidad de fortalecer los canales de comunicación interna.

En términos de motivación laboral, el (57%) se siente motivado solo en raras ocasiones, y el incentivo más valorado por el personal es el económico (62%). El ambiente laboral se percibe mayormente como regular (48%), aunque el (76%) recomendaría a la empresa, lo que refleja una percepción positiva general pese a las áreas de mejora identificadas.

Estos resultados evidencian que la implementación de estrategias de endomarketing requiere atención en aspectos como comunicación interna, capacitación, programas de motivación, formalización de contrato de trabajo con el fin de fortalecer la satisfacción y el desempeño del personal en la empresa Esvipval srl en la ciudad de Cobija.

4.3.4 Propuesta de estrategias de endomarketing para fortalecer la gestión y el liderazgo empresarial en la empresa ESVIPVAL SRL.

4.3.4.1. Estrategias de Comunicación Interna

El objetivo de esta estrategia se orienta a fortalecer la comunicación interna entre jefes, supervisores y guardias de seguridad, a fin de optimizar los flujos de información dentro de la empresa, para ello se propone la implementación de un plan de comunicación interna que promueva la transmisión oportuna de información, la participación activa y la motivación tanto del personal operativo como del administrativo de ESVIPVAL SRL.

El plan busca estructurar un sistema interno eficiente de información que permita al personal conocer las decisiones y resultados de la empresa de manera clara y oportuna.

- Establecer canales de comunicación claros y permanentes entre la gerencia, supervisores y el personal operativo.
- Mejorar el flujo de información interna para evitar malentendidos y promover un clima laboral participativo.

- Creación de grupos informativos institucionales como WhatsApp para difundir comunicados, cronogramas y cambios de turno.
- Reuniones mensuales breves entre jefes y los guardias de seguridad para coordinar tareas, resolver dudas y compartir avances.
- Diseño de un boletín interno de periodicidad mensual destinado a reconocer los logros del personal de seguridad física, difundir avisos institucionales relevantes y canalizar sugerencias que contribuyan al mejoramiento continuo del servicio.

Tabla 15

Estrategias de comunicación interna

Estrategia	Descripción	Responsable	Frecuencia
Reuniones informativas internas	Realizar reuniones mensuales entre la gerencia, supervisores y personal operativo para comunicar objetivos, novedades y escuchar sugerencias.	Jefe Regional Supervisor	Mensual
Tablero informativo	Instalar tableros en puntos estratégicos (oficina y puestos de guardia) con avisos actualizados sobre turnos, reglamentos y capacitaciones.	Supervisor	Permanente
Canal de mensajería institucional (WhatsApp o correo)	Implementar un canal oficial de comunicación directa para información laboral y avisos urgentes.	Jefe Regional Supervisor	Diario
Reconocimiento del trabajador destacado	Implementar un reconocimiento trimestral al trabajador que demuestre compromiso y responsabilidad.	Jefe Regional	Trimestral

Fuente: Elaboración propia

**BOLETÍN INTERNO MENSUAL PARA
LA EMPRESA ESVIPVAL SRL**





En ESVIPVAL SRL valoramos el esfuerzo, la puntualidad y la responsabilidad de nuestro equipo de guardias de seguridad física.

IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD FÍSICA

RECONOCIMIENTOS

Señor: **Juanito Pérez** por su puntualidad y cumplimiento de funciones y compromiso con la seguridad de las instalaciones.

SUGERENCIAS

La participación de cada guardia fortalece nuestra organización:

.....

.....

AVISO DE INFORMACIÓN IMPORTANTE

- Se recuerda al personal la obligación del uso correcto del uniforme.
- A partir de la [fecha], se realizará la capacitación interna sobre manejo de extintores y control de incidentes.

MENSAJE DEL MES

“El trabajo en seguridad no solo protege espacios, sino también la confianza y tranquilidad de las personas. Cada acción responsable suma a la reputación de ESVIPVAL SRL.”

SEGURIDAD FÍSICA ESVIPVAL SRL

↓

CONTACTO INTERNO

Para sugerencias o aportes al boletín comunícate al:

76229263

Gracias

Figura 15. Boletín interno para la empresa de seguridad Esvipal srl




Fuente: Elaboración propia

4.3.4.2. Estrategia de programas y estabilidad laboral.

El objetivo de este programa es fortalecer la motivación y la estabilidad laboral de los guardias de seguridad de la empresa ESVIPVAL SRL mediante acciones formativas y organizacionales que promuevan la responsabilidad, el compromiso y los valores institucionales. A través de capacitación, acompañamiento y desarrollo personal, se busca mejorar el desempeño, fomentar el sentido de pertenencia y garantizar un ambiente laboral saludable que contribuya al bienestar del trabajador y a la eficiencia del servicio de seguridad.

Programa de motivación y estabilidad laboral para el personal de seguridad.

El personal de seguridad debe cumplir con estos parámetros para la contratación de la empresa, en este sentido el programa tiene como finalidad fortalecer la motivación, el sentido de pertenencia y la estabilidad laboral de los guardias de seguridad de la empresa ESVIPVAL SRL. El trabajo de seguridad exige disciplina, responsabilidad y compromiso, por lo que es esencial implementar estrategias que impulsen el desempeño, mejoren el clima laboral y promuevan el bienestar del personal.

1	Estabilidad laboral	Se aborda la importancia de cumplir puntual y adecuadamente con las tareas asignadas, respetando normas, protocolos de seguridad y lineamientos internos. La responsabilidad es clave para la confianza y profesionalismo en el servicio.	
2	Compromiso con la empresa	El personal tiene un compromiso con la empresa cuando cumple puntualmente sus funciones, respeta normas y protocolos, mantiene una actitud profesional, cuida la imagen institucional y busca capacitarse para mejorar su desempeño, fortaleciendo así la confianza y calidad del servicio.	
3	Dedicación a la empresa	Este tema refuerza la voluntad de cumplir con excelencia las funciones, mostrando iniciativa y desempeño constante. La dedicación implica interés genuino por aportar a la seguridad y reputación de la empresa.	




4	Valores de los guardias de seguridad	Incluye valores como honestidad, respeto, disciplina, lealtad y trabajo en equipo. Estos principios guían el comportamiento profesional personal de los guardias y fortalecen la cultura empresarial de transparencia.	 <p>Infografía con un guardia de seguridad centralizado. Alrededor de él se listan los siguientes valores: RESPETO, RESPONSABILIDAD, TRABAJO EN EQUIPO, PROFESIONALIDAD, HONESTIDAD, SEGURIDAD, AMABILIDAD, INTEGRIDAD, COOPERACION, CALIDAD, CONFIANZA, BUEN ESTADO DE SALUD, SOLIDARIDAD, CUESTIONAMIENTO DE LOS HECHOS, y SENTIDO DEL SERVICIO.</p>
5	Ética profesional en seguridad	Incluye normas éticas, trato correcto a usuarios, confidencialidad y conducta adecuada durante el servicio	 <p>Ilustración de un guardia de seguridad en uniforme azul interactuando con un hombre en traje que está usando un teléfono móvil.</p>
6	Prevención de riesgos laborales	Enseña a identificar peligros, actuar de manera preventiva, reducir riesgos físicos y proteger la integridad personal y de terceros en los puestos de trabajo.	 <p>Ilustración de un guardia de seguridad en uniforme azul hablando por teléfono móvil.</p>

Figura 16. Programa de motivación y estabilidad laboral

Fuente: Elaboración propia

4.3.4.2.1. Contrato de trabajo eventual

La implementación de un contrato eventual después de haber cumplido con los parámetros del programa de motivación y estabilidad laboral, los guardias de seguridad podrán acceder a un contrato eventual en la empresa ESVIPVAL SRL. La implementación de este contrato fortalece la gestión institucional al definir derechos y responsabilidades, ofreciendo seguridad jurídica y estabilidad, esto incrementa la motivación, el compromiso y la confianza del personal, mejorando la comunicación interna y el sentido de pertenencia dentro de la empresa.

CONTRATO DE TRABAJO EVENTUAL

Conste por el presente Contrato de Trabajo Eventual, el mismo que podrá ser elevado a instrumento público con el simple reconocimiento de firmas ante Notario de Fe Pública, bajo el tenor y contenido de las siguientes cláusulas:

PRIMERA. – (PARTES) Intervienen en el presente contrato:

1.1. La Empresa representada por, con C.I., empresa legalmente constituida mediante Escritura Pública No., otorgada ante Notaría

No., con domicilio en la ciudad de, con Número de Identificación Tributaria (NIT), ubicada en calle No.

1.2. NOMBRE DEL TRABAJADOR:....., de nacionalidad , mayor de edad, hábil por ley, estado civil, con C.I. expedido en, con domicilio en , quien para efectos del presente contrato se denominará EL TRABAJADOR.

SEGUNDA. – (ANTECEDENTES)

2.1. EL EMPLEADOR es una empresa dedicada a brindar servicios de seguridad privada, custodia y vigilancia de bienes muebles e inmuebles, constituida conforme a leyes bolivianas.

2.2. EL EMPLEADOR, en función de requerimientos operativos temporales y de carácter extraordinario, precisa contratar personal para cubrir necesidades urgentes y no permanentes.

2.3. EL TRABAJADOR ha manifestado su disponibilidad y capacidad para cumplir las funciones requeridas de forma temporal.

TERCERA. – (OBJETO) Por el presente contrato, el **EMPLEADOR** contrata de manera eventual los servicios del TRABAJADOR para el cumplimiento de funciones específicas de apoyo operativo vinculadas a la actividad principal del **EMPLEADOR**.

CUARTA. – (CARGO LABORAL, FUNCIONES Y LUGAR DE TRABAJO) EL TRABAJADOR prestará sus servicios como GUARDIA DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA, sujeto al Art. 46 de la Ley General del Trabajo.

EL TRABAJADOR desempeñara Funciones de manera enunciativas y no limitativas:

4.1. Desempeñar actividades de vigilancia y custodia siguiendo los lineamientos impartidos por EL EMPLEADOR.

4.2. Cumplir las funciones asignadas garantizando eficiencia, disciplina y responsabilidad.

El TRABAJADOR prestará sus servicios en los lugares donde EL EMPLEADOR lo asigne, pudiendo modificarse según necesidades temporales del servicio.

QUINTA. – (PLAZO) El presente contrato tiene carácter **eventual**, con una duración determinada desde el hasta el, fecha en la cual concluirá automáticamente sin necesidad de previo aviso ni desahucio, conforme al Art. 21 de la Ley General del Trabajo.

SEXTA. – (PERIODO DE PRUEBA) Por la naturaleza eventual de la relación laboral, **no se establece periodo de prueba**, debiendo **EL TRABAJADOR** demostrar desde el inicio responsabilidad, disciplina y eficiencia.

SÉPTIMA. – (REMUNERACIÓN) EL TRABAJADOR recibirá un salario básico de Bs.- 2750 (Dos mil setecientos cincuenta 00/100 bolivianos) Sujeto a las retenciones establecidas de la ley.

OCTAVA. – (**DÍAS DE TRABAJO**) EL TRABAJADOR trabajará los días asignados según requerimiento temporal del EMPLEADOR, conforme a la Ley General del Trabajo.

NOVENA. – (**JORNADA LABORAL**) La jornada laboral podrá extenderse hasta 12 horas diarias, conforme al Art. 46 de la Ley General del Trabajo. EL EMPLEADOR podrá modificar horarios mediante instructivos internos.

DÉCIMA. – (**LICENCIAS, FALTAS Y ATRASOS**) Las licencias deberán solicitarse por escrito. Las faltas o atrasos injustificados serán descontados conforme normativa vigente.

DÉCIMO PRIMERA. – (**CAPACITACIÓN**) EL TRABAJADOR declara haber recibido capacitación básica necesaria. El EMPLEADOR podrá disponer capacitaciones adicionales.

DÉCIMO SEGUNDA. – (**POLIVALENCIA FUNCIONAL Y MOVILIDAD GEOGRÁFICA**) EL TRABAJADOR acepta cumplir funciones y prestar servicios en cualquier ubicación asignada durante el plazo del contrato.

DÉCIMO TERCERA. – (**HEREDEROS**) EL TRABAJADOR declara como herederos:

13.1. edad.....parentesco.....

13.2.

DÉCIMO CUARTA. – (**DERECHOS**) EL TRABAJADOR tendrá derecho a:

14.1. Remuneración en moneda de curso legal.

14.2. A recibir trato respetuoso.

14.3. Afiliación a Seguridad Social.

14.4. Derechos laborales previstos por Ley para contratos eventuales.

DÉCIMO QUINTA. – (**OBLIGACIONES**) El TRABAJADOR deberá cumplir puntualidad, confidencialidad, disciplina, cuidado de bienes y normas internas establecidas por EL EMPLEADOR.

DÉCIMO SEXTA. – (**PROHIBICIONES**) Se prohíbe al TRABAJADOR ejecutar actividades ajenas a su función, apropiarse de bienes, presentarse bajo efectos de alcohol o drogas, participar en riñas o abandonar funciones asignadas.

DÉCIMO SÉPTIMA. - (**ACEPTACIÓN**) Tanto el EMPLEADOR como EL TRABAJADOR, declaran a ver leído y comprendido lo previsto en el presente contrato declarando expresamente su conformidad con todas las clausulas estipuladas comprometiéndose a su estricto cumplimiento.

Cobija 01 de abril de 2025

Nombre del representante legal

“EMPLEADOR”

“Esvipval srl”

Nombre completo del trabajador

“EL TRABAJADOR”

Nombre del asesor legal de la empresa

ASESOR LEGAL

“Esvipval srl”

Se da a conocer que el personal podrá pasar de un contrato eventual a un contrato de trabajo a plazo indefinido, siempre y cuando cumpla de manera continua con los programas de motivación y estabilidad laboral establecidos por la empresa. Para acceder a este beneficio el guardia de seguridad deberá demostrar compromiso, dedicación y los valores institucionales propios del puesto de trabajo, además de no registrar llamadas de atención, faltas injustificadas ni atrasos. Solo el personal que mantenga estos estándares podrá acceder a un contrato de trabajo a plazo indefinido.

4.3.4.2.2. Contrato de trabajo a plazo indefinido

El objetivo de esta estrategia es lograr que el personal se identifique plenamente con la empresa y se sienta parte fundamental de ella, para fortalecer su confianza, motivación y compromiso, la empresa ESVIPVAL SRL implementará la firma de un contrato formal después del primer año de antigüedad. Este documento establece derechos y responsabilidades, brinda seguridad jurídica y estabilidad laboral, y proyecta una imagen profesional. Además, mejora la comunicación, la transparencia y el sentido de pertenencia, fortaleciendo el clima organizacional y el liderazgo institucional.

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO

Conste por el presente contrato de trabajo a plazo indefinido, el mismo que podrá ser elevado a instrumento público con el simple reconocimiento de firmas ante Notario de Fe Pública, bajo el tenor y contenido de las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - (PARTES) Intervienen en el presente contrato:

- 1.1. La Empresa..... representada por..... con C.I....., empresa legalmente constituida mediante Escritura Pública No....., otorgado ante Notaría No..... a cargo de, con domicilio en la ciudad de....., con Número de Identificación Tributaria (NIT), ubicada en calle No.
- 1.2. **NOMBRE DEL TRABAJADOR**....., de nacionalidad....., mayor de edad, hábil por ley, estado civil, con C.I.:..... expedido en....., con domicilio en, el mismo que en lo sucesivo y para los efectos del presente contrato, se denominará: EL TRABAJADOR.

SEGUNDA. - (ANTECEDENTES)

- 2.1. EL EMPLEADOR es una Empresa dedicada a brindar servicios de Seguridad Privada custodia y vigilancia de bienes muebles e inmuebles, constituida de acuerdo con las leyes bolivianas se encuentra facultada para asumir derechos y obligaciones
- 2.2. En el marco de las actividades descritas en el punto anterior, **EL EMPLEADOR** que tiene por objeto brindar servicios de custodia y vigilancia de bienes muebles e inmuebles, para lo cual requiere contratar a un trabajador para el desarrollo de funciones específicas en cumplimiento de sus objetivos sociales.
- 2.3. En el marco de las actividades descritas en el punto anterior, el **EMPLEADOR** requiere contratar personal idóneo y capaz para el desarrollo de funciones específicas en el cumplimiento de sus objetivos sociales.

TERCERA. - (OBJETO) Al presente, el **EMPLEADOR**, por convenir a sus intereses contrata los servicios del TRABAJADOR, en los siguientes términos:

CUARTA. - (CARGO LABORAL, FUNCIONES Y LUGAR DE TRABAJO) EL TRABAJADOR prestará sus servicios como GUARDIA DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA, que estará sujeto a las previsiones establecidas en el segundo párrafo del Art. 46 de la Ley General del Trabajo.

EL TRABAJADOR desempeñará las siguientes funciones de manera enunciativa y no limitativa:

- 4.1 Asegurar de forma proactiva sus funciones en base a la comprensión de las necesidades de nuestros principales clientes.
- 4.2 Activar y movilizarse en funciones capacitadas por **EL EMPLEADOR** para trabajar con el cliente de forma eficiente, efectiva asegurando el cumplimiento de las funciones de principio a fin.

El TRABAJADOR se obliga a desempeñar dichas funciones con eficiencia, puntualidad, capacidad, responsabilidad y lealtad al EMPLEADOR, por lo que declara expresamente que se encuentra plenamente de acuerdo en aceptar el salario, los días de trabajo, horarios y demás disposiciones que establece el presente contrato, asimismo, el **TRABAJADOR** se

compromete a cumplir en todo momento los instructivos por el **EMPLEADOR**, las disposiciones de la Ley General del Trabajo, su Decreto Reglamentario, disposiciones conexas y disposiciones internas del Empleador.

EL TRABAJADOR prestará sus servicios principalmente en las oficinas de los clientes donde el **EMPLEADOR** asigne y así mismo cuando se tenga a requerimiento del **EMPLEADOR** podrá prestar servicios en instalaciones a nivel nacional o en el extranjero, sin perjuicio de lo previsto en la cláusula décimo segunda del presente contrato.

QUINTA. - (PLAZO) La relación laboral establecida por el presente contrato de trabajo, tiene carácter indefinido y se establece como inicio de labores el.....

SEXTA. - (PERIODO DE PRUEBA) La presente relación laboral ya habiendo vencido el mencionado periodo de prueba, no estará en adelante sujeta al mismo, empero **EL TRABAJADOR** se compromete a demostrar el mismo grado de responsabilidad, disciplina, eficiencia y cumplimiento en el desempeño de las funciones que le han sido asignadas.

SÉPTIMA. - (REMUNERACIÓN) El trabajador recibirá un salario básico Bs.- 2.750. (Dos mil setecientos cincuenta 00/100 Bolivianos). Este monto estará sujeto a las retenciones establecidas por ley.

OCTAVA. - (DÍAS DE TRABAJO) De acuerdo a lo previsto en la Ley General del Trabajo el TRABAJADOR.

NOVENA. - (JORNADA LABORAL) Por la naturaleza y condiciones de las funciones.

EL TRABAJADOR se compromete, obliga y toda vez que sea necesario a extender la jornada de trabajo obligatoria a 12 horas diarias, no pudiendo exceder las mismas a 12 horas diarias, de conformidad con lo señalado en el párrafo segundo del artículo 46 de la Ley General del Trabajo.

EL TRABAJADOR deberá cumplir con puntualidad el horario de trabajo establecido por **EL EMPLEADOR**.

En casos de fuerza mayor, la jornada de trabajo podrá elevarse en la medida de lo indispensable.

La jornada laboral será la establecida por el Art. 46 de la Ley General del Trabajo.

EL EMPLEADOR tiene la facultad de modificar los horarios de trabajo del Trabajador los cuales se comunicarán mediante instructivos y comunicaciones internas.

DÉCIMA. - (LICENCIAS, FALTAS Y ATRASOS) Toda licencia se solicitará por escrito con la suficiente anticipación y se tramitará por conducto regular ante la máxima Autoridad del Empleador

EL EMPLEADOR no pagará salarios por tiempo no trabajado debido a faltas y/o atrasos injustificados. Los montos correspondientes a faltas y/o atrasos injustificados serán descontados mensualmente por planilla, previa verificación del respaldo documentario de asistencia.

DÉCIMO PRIMERA. - (CAPACITACIÓN) **EL TRABAJADOR** declara haber recibido la respectiva capacitación para desarrollar las tareas que son objeto del presente contrato.

EL TRABAJADOR no podrá deslindar su responsabilidad argumentando desconocimiento o falta de capacitación.

EL EMPLEADOR podrá disponer que **EL TRABAJADOR** reciba capacitación adicional en forma directa o mediante terceros, ya sea dentro o fuera de horarios de trabajo. Todos los gastos y costos que demanden dicha capacitación serán por cuenta y cargo del **EMPLEADOR**.

DÉCIMO SEGUNDA. - (POLIVALENCIA FUNCIONAL Y MOVILIDAD

GEOGRÁFICA). - Las partes acuerdan, como integrante de las condiciones normales del trabajo, un amplio régimen de polivalencia funcional y movilidad geográfica.

En este contexto, el **TRABAJADOR** asume el compromiso de cumplir su función en el lugar que le sea asignado por el **EMPLEADOR**.

EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en las mismas condiciones que los presta en su ubicación habitual de trabajo.

DÉCIMO TERCERA. - (HEREDEROS) Para fines de sucesión mortis causa, las partes acuerdan que se sujetarán a lo previsto por los Arts. 1000 y siguientes del Código Civil, a la fecha el **TRABAJADOR** declara que tiene los siguientes herederos:

13.1, (edad). (Parentesco)

13.2

DÉCIMO CUARTA. - (DERECHOS) EL TRABAJADOR en el desarrollo de sus funciones, tiene los siguientes derechos:

14.1 A percibir su remuneración en moneda de curso legal.

14.2 A recibir trato respetuoso y colaboración por parte de sus superiores.

A ser afiliado en la Seguridad Social y Fondos de Pensión, previa presentación de la documentación pertinente y exigida por el Seguro Social.

14.3 A gozar de la vacación anual, si le correspondiere, en conformidad al artículo 44 de la Ley General del Trabajo.

14.4 Al ejercicio pleno de derechos y obligaciones que determina la Ley General del Trabajo, su Decreto Reglamentario y disposiciones conexas vigentes.

DÉCIMO QUINTA. - (OBLIGACIONES) EL TRABAJADOR en el desarrollo de sus funciones, tiene las siguientes obligaciones:

15.1 Cumplir la jornada diaria, asistiendo puntualmente al trabajo, marcando su asistencia al ingreso como a la salida de su horario asignado.

15.2 Ejecutar sus funciones con profesionalismo, capacidad, iniciativa madurez emocional y de acuerdo a la dirección e instrucciones que reciba del **EMPLEADOR**.

15.3 Trabajar con eficiencia y lealtad al **EMPLEADOR**.

15.4 Cumplir y hacer cumplir las normas disciplinarias y disposiciones laborales dictadas por **EL EMPLEADOR**.

15.5 Observar buena conducta moral y ética adecuada al trabajo.

15.6 Guardar absoluta reserva sobre las informaciones técnicas, operativas, contables, administrativas, métodos y formas de trabajo del **EMPLEADOR** a las que tenga acceso en razón de sus funciones.

15.7 Evitar actos que atenten contra la seguridad de los bienes del **EMPLEADOR**, materiales, equipos, locales y todos los bienes muebles e inmuebles propios del **EMPLEADOR**, obligándose a cuidarlos y conservarlos.

15.8 Guardar la necesaria consideración y respeto para con el personal de la Empresa, así como de las autoridades del **EMPLEADOR**, de las cuales dependa tanto en orden técnico, como administrativo.

15.9 Cuidar y conservar equipos, dotación y mobiliarios del **EMPLEADOR** como cosa propia, evitando su deterioro o pérdida. Toda pérdida por negligencia, descuido,

destrucción intencional o deterioro voluntario será de responsabilidad del **TRABAJADOR**. Ningún equipo, mobiliario, instrumento, y otros podrá ser usado para otro fin que no sea el previsto por **EL EMPLEADOR**.

El incumplimiento a esta cláusula será sancionado según lo previsto por el inciso e) del Art. 16 de la Ley General del Trabajo.

DÉCIMO SEXTA. - (PROHIBICIONES) Durante la vigencia del presente contrato de trabajo el **TRABAJADOR** tiene las siguientes prohibiciones:

- 16.1 Dentro de los horarios de trabajo fijados por el **EMPLEADOR** deberá realizar únicamente las labores propias de su trabajo, quedando prohibido el efectuar trabajos ajenos a los propios del **EMPLEADOR**.
- 16.2 Salvo que el **EMPLEADOR** lo autorice, llevar consigo fuera del lugar de trabajo o apropiarse indebidamente insumos, dotación, equipos y utensilios de trabajo, o cualquier objeto perteneciente al **EMPLEADOR**.
- 16.3 Concurrir a su puesto de trabajo bajo los efectos del alcohol o sustancias controladas (drogas o narcóticos).
- 16.4 Participar en peleas o riñas dentro de la Empresa.
- 16.5 No podrá bajo ninguna causa dejar un trabajo asignado sin concluirse. El dejar un trabajo inconcluso se considerará como abandono de actividades y daño directo al **EMPLEADOR**, quedando sujeto al pago de daños y perjuicios que pueda solicitar **EL EMPLEADOR** en conformidad a las disposiciones legales vigentes.
- 16.6 Injuriar, difamar o amenazar contra cualquiera de sus superiores y demás trabajadores, contratistas, clientes y otros del **EMPLEADOR**.
- 16.7 Efectuar dentro de las instalaciones del **EMPLEADOR**, rifas, promociones, ventas de objetos o comestibles, salvo las mismas se encuentren previamente autorizadas por los representantes legales del **EMPLEADOR**.
- 16.8 Realizar actividades proselitistas, político partidarias dentro de las instalaciones del **EMPLEADOR**.

El incumplimiento a esta cláusula será sancionado según lo previsto por el inciso e) del Art. 16 de la Ley General del Trabajo.

DÉCIMO SÉPTIMA. - (TERMINACIÓN DEL CONTRATO) El presente contrato de trabajo podrá ser concluido sin necesidad de preaviso y sin derecho al pago de beneficios sociales en los siguientes casos:

- 17.1 Cuando exista y se compruebe que se han llevado a cabo una o más de las causales establecidas en el Art. 16 de la Ley General del Trabajo o en el Art. 9 de su Decreto Reglamentario de 23 de agosto de 1943.
- 17.2 Incumplimiento de una o más cláusulas del presente contrato de trabajo, según lo previsto por los Arts. 16 inc. e) de la Ley General del Trabajo y el 9 inc. e) del Decreto Reglamentario de 23 de agosto de 1943.
- 17.3 Cuando se evidencie la falsedad o distorsión de los datos proporcionados por el **TRABAJADOR** al momento de su contratación.
- 17.4 Otras causales previstas por ley.

DÉCIMO OCTAVA. - (RESPONSABILIDAD) EL TRABAJADOR que por impericia o negligencia ocasione un daño o pérdida al **EMPLEADOR** se hace responsable de su reparación, quedando obligado a la reparación del mismo.

DÉCIMO NOVENA. - (PROPIEDAD INTELECTUAL)

Que todos los documentos, información, procedimientos, metodología, desarrollo instrumental, intelectual, tecnológico, informático y/o científico, estudios y textos emergentes de los servicios de prestados por **EL TRABAJADOR** a favor del **EMPLEADOR**, se constituyen propiedad intelectual del **EMPLEADOR**.

VIGÉSIMA.- (EXCLUSIVIDAD) EL TRABAJADOR no realizará ninguna actividad ni desempeñará trabajo alguno, sea remunerado o no, que suponga competencia y/o conflicto de intereses con las actividades propias del **EMPLEADOR**, así mismo **EL TRABAJADOR** no podrá tener participación accionaria, societaria y/o ser propietario de sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, empresas unipersonales, asociaciones accidentales y/o de riesgo compartido dentro y fuera del Estado de Bolivia, que se encuentren en directa o indirecta competencia y/o generen conflicto de intereses con las actividades propias y/o giro del **EMPLEADOR**, especialmente en el rubro del Empleador.

VIGÉSIMO PRIMERA. - (DOCUMENTACIÓN) EL TRABAJADOR se compromete a presentar los siguientes documentos en el plazo de 72 horas desde su contratación:

- Carnet de Identidad.
- Libreta de servicio militar (Original y Copia).
- Antecedentes FELCC y FELCN.

VIGÉSIMO SEGUNDA. - (DOMICILIO ESPECIAL). - Las partes establecen dar todo el valor legal al contenido de sus comunicaciones escritas, a cuyo efecto, en forma expresa acuerdan y dejan expresa constancia que toda comunicación, notificación, citación administrativa y/o judicial emergente del presente Contrato de Trabajo, deberá ser entregada en el siguiente domicilio especial:

- **EMPLEADOR:** Dirección:

VIGÉSIMO TERCERA. - (VACACIONES) EL TRABAJADOR tendrá derecho al goce de vacaciones y obligación de hacer uso después de un año continuo de trabajo, de acuerdo a la escala prevista por el Art. 44 de la Ley General de Trabajo y a lo previsto por el **EMPLEADOR**.

Para el cómputo de los días de vacación se considerarán solo los días hábiles de trabajo según lo dispuesto en el Art. 41 de la Ley General del Trabajo.

VIGÉSIMO CUARTA. - (MODIFICACIONES AL CONTRATO) Los términos y condiciones contenidos en este contrato, podrán ser modificados de común acuerdo de las partes, mediante la suscripción de una adenda.

VIGÉSIMO QUINTA. - (CONFIDENCIALIDAD) EL TRABAJADOR conviene guardar absoluta reserva y confidencialidad sobre las informaciones técnicas, contables, administrativas, métodos y formas de trabajo del **EMPLEADOR** a las que tenga acceso.

- 23.1. Que la referida obligación de confidencialidad no se extingue una vez terminado el presente contrato.
- 23.2. Hacerse expresamente responsable de todos los perjuicios que ocasione al **EMPLEADOR** por el incumplimiento de la obligación contenida en esta cláusula.
- 23.3. Que el no cumplimiento de las obligaciones consignadas en la presente cláusula, dará derecho al **EMPLEADOR** a poner término al presente contrato por la causal prevista en el Art. 16 inciso e) de la Ley General del Trabajo
- 23.4. Que el incumplimiento de esta obligación facultará al **EMPLEADOR** a iniciar la correspondiente acción penal, sin perjuicio de las acciones civiles o sociales, que juzgue conveniente.

VIGÉSIMO SEXTA. - (NORMAS INTERNAS Y ANEXOS) **EL TRABAJADOR** declara expresamente conocer todas las normas internas de la empresa, comprometiéndose a su estricto cumplimiento.

VIGÉSIMO SÉPTIMA. - (DISPONIBILIDAD, RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO) **EL TRABAJADOR**, declara su plena disponibilidad para el desempeño de las funciones para las que se la contrata a tiempo completo. Asimismo, el trabajador prestará sus servicios al más alto nivel posible, con eficiencia, responsabilidad y deberá actuar dentro las prescripciones éticas y legales que hacen a su disciplina y oficio, teniendo siempre como mira y finalidad el objeto del presente contrato y de la contratación de sus servicios efectuada por el **EMPLEADOR**.

VIGÉSIMO OCTAVA. - (ACEPTACIÓN) Tanto el **EMPLEADOR** como **EL TRABAJADOR**, declaran haber leído y comprendido lo previsto en el presente contrato, declarando expresamente su plena conformidad con todas las cláusulas estipuladas, comprometiéndose a su estricto cumplimiento y suscribiendo en triple ejemplar.

Cobija, 01 de enero de 2027.

Nombre del representante legal
“EMPLEADOR”
 “Esvipval srl”

Nombre completo del trabajador
“EL TRABAJADOR”

Nombre del asesor legal de la empresa
ASESOR LEGAL
 “Esvipval srl”

Estas estrategias de endomarketing propuestas para la empresa **ESVIPVAL SRL** busca transformar la gestión interna mediante una cultura basada en la comunicación interna, programas de motivación y estabilidad laboral y la formalización de contratos formales para motivación integral, el liderazgo transformacional, su implementación permitirá consolidar un clima organizacional más participativo, elevar el desempeño laboral y fortalecer el liderazgo empresarial, contribuyendo así a la sostenibilidad y al posicionamiento competitivo de la empresa Esvipval srl en la ciudad de Cobija.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones generales

Según el análisis teórico el endomarketing constituye una herramienta estratégica esencial para optimizar el desempeño laboral, al promover una gestión organizacional centrada en las personas, su efectividad radica en la articulación de la comunicación interna, la capacitación y el reconocimiento como pilares que fortalecen la motivación, la identidad corporativa y el compromiso del personal. Estos elementos, acompañados de un liderazgo transformacional, generan un entorno laboral participativo, basado en la confianza, la innovación y el desarrollo continuo. De esta manera, el endomarketing trasciende su carácter operativo para convertirse en un modelo integral de gestión humana que impulsa la productividad y la cohesión organizacional. En el contexto de la empresa ESVIPVAL SRL, su aplicación favorece la consolidación de una cultura institucional sólida, capaz de sostener altos niveles de desempeño y bienestar laboral a largo plazo.

Se realiza el análisis de la percepción del personal de la empresa ESVIPVAL SRL revela una realidad laboral caracterizada por debilidades estructurales, especialmente en la formalización de contratos, la comunicación interna y los procesos de capacitación. A pesar de ello la fuerza laboral joven demuestra disposición y apertura al cambio, lo que constituye una base favorable para la implementación de estrategias de endomarketing más efectivas, la falta de canales comunicativos eficientes y la escasa formación continua limitan la motivación y el sentido de pertenencia, factores esenciales para un desempeño óptimo. Sin embargo, la valoración moderadamente positiva del ambiente laboral y la disposición a recomendar la empresa reflejan potencial para el fortalecimiento institucional. Por tanto, la aplicación de programas de reconocimiento, comunicación participativa y liderazgo transformacional resultan fundamentales para consolidar el compromiso organizacional y elevar el desempeño global de la empresa.

La propuesta de estrategias de endomarketing para la empresa ESVIPVAL SRL evidencia la importancia de fortalecer la gestión interna mediante acciones integrales que articulen comunicación efectiva, motivación continua y estabilidad laboral. La implementación de canales formales de información, reuniones periódicas y boletines institucionales contribuye a mejorar la interacción entre gerencia, supervisores y guardias, promoviendo transparencia y

participación. Del mismo modo, los programas de capacitación, valores institucionales y prevención de riesgos consolidan el compromiso y la responsabilidad del personal. La formalización de contratos eventuales e indefinidos refuerza la seguridad jurídica, incrementa la confianza y favorece la permanencia del trabajador. En conjunto, estas estrategias permiten construir un clima laboral sólido, fortalecer el liderazgo empresarial y mejorar la calidad del servicio, contribuyendo al desarrollo sostenible de ESVIPVAL SRL en Cobija.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda que la empresa ESVIPVAL SRL fortalezca la aplicación del endomarketing como una herramienta estratégica de gestión humana, priorizando la comunicación interna, la capacitación y el reconocimiento del personal, para ello debe establecer canales de información claros y participativos, promover programas formativos periódicos y diseñar sistemas de incentivos que reconozcan el esfuerzo y compromiso de los trabajadores. Estas acciones permitirán consolidar una cultura organizacional centrada en las personas, potenciando su motivación y productividad.

Se considera fortalecer la formalización contractual, mejorar los canales de comunicación interna y ampliar los programas de capacitación. Además, es fundamental implementar estrategias de reconocimiento y liderazgo participativo que aprovechen la disposición al cambio del personal, promoviendo mayor motivación, sentido de pertenencia y un compromiso organizacional sostenible dentro de ESVIPVAL SRL.

Se sugiere poner en marcha las estrategias de endomarketing propuestas, priorizando la comunicación interna, programas de motivación y estabilidad laboral y la formalización de contratos del personal, su implementación debe ser gradual y sostenida, con seguimiento constante y evaluación de resultados, garantizando la mejora continua del clima laboral y el desempeño del trabajador. De esta manera la empresa ESVIPVAL SRL podrá fortalecer su liderazgo empresarial y alcanzar un posicionamiento competitivo sostenible en la ciudad de Cobija.

6. APORTE CIENTÍFICO Y SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio constituye un aporte relevante al ámbito científico y social al demostrar que el endomarketing trasciende su papel como herramienta de gestión interna, convirtiéndose en un modelo integral de desarrollo humano dentro de la empresa, desde una perspectiva académica, amplía el conocimiento sobre estrategias de comunicación interna, motivación laboral, formalización laboral y liderazgo transformacional, evidenciando su relación directa con el desempeño y la permanencia del personal. Asimismo, permite validar en la práctica las teorías contemporáneas sobre gestión del talento humano en la empresa ESVIPVAL SRL y en la ciudad de Cobija, donde persisten limitaciones asociadas a la informalidad y a la escasa planificación organizacional.

En el ámbito social, el estudio propone estrategias orientadas al bienestar, la estabilidad y el reconocimiento del trabajador como eje fundamental de la productividad, su implementación fortalecerá la relación laboral más humana y refuerza la responsabilidad social empresarial. Contribuye al avance teórico de la gestión moderna y al desarrollo sostenible de la empresa promoviendo la motivación, confianza y el compromiso colectivo.

7. BIBLIOGRAFÍA

Bautista, C., Cienfuegos, F. & Aguilar, P. (2020). *El Desempeño Laboral desde una Perspectiva Teórica. Revista Investigacion Valor Agregado*, 7(1):54-60.

[10.17162/riva.v7i1.1417](https://doi.org/10.17162/riva.v7i1.1417)

Betancourt, X., Miranda, J. & López M. (2018). *Evaluación del proceso de capacitación como subsistema del desarrollo de Recursos Humanos propuesto por Idalberto Chiavenato, llevado a cabo en la empresa Compañía Licorera de Nicaragua ubicada en el municipio de Chichigalpa, Chinandega durante el segundo semestre del año 2018*. (Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Unan-León Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales). Recuperado de:

<http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/7601/1/242737.pdf>

Brandolini, A., González, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa* (1.ª Ed.). Buenos Aires, Argentina: DIRCOM.

https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Canal Carrillo, A. I., Ovalles Toledo, L. V., Sandoval Barraza, L. A. & Valdez Palazuelos, O. (2023) *Liderazgo transformacional y su relación con la felicidad en el trabajo: Empresas sinaloenses del sector agroindustrial, Revista de ciencias sociales*, 29 (1). 79-94: Recuperado de:

<file:///C:/Users/HP/Downloads/DialnetLiderazgoTransformacionalYSuRelacionConLaFelicidad-8822428.pdf>

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional* (2ª Ed.). Mexico: McGrawHill.Educacion

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional_La_dinamica_en_las_organizaciones..pdf?leXdj=YqupsRQTj

Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica* (3ª Ed). Mexico: McGraw-Hill.Educacion

<https://uniclanet.unicla.edu.mx/assets/contenidos/335920230729110353.pdf>

Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la Teoría de la Administración* (7ª. Ed). México: McGraw-Hill/ÍnterAmericanaEditores, S.A. DE C.V.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalyerto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf

Cieza, Sempertegui J. L., Silva, Tarrillo J. L., Silva, Tarrillo K. D. R. & Medina, Delgado J. J. (2023) *Propuesta de incentivos de reconocimiento y desempeño laboral en colaboradores municipales. Rev. Horizonte Empresarial*. 10 (1): 252-263, ISSN: 2313-3414

<https://doi.org/10.26495/rce.v10i1.2490>

Díaz Bedoya, K., Jarrín Salcán, M. E., Enderica Armijos, H. O., & Cervantes Díaz, C. (2024). *Liderazgo y Cultura Organizacional en empresas familiares. Desde una perspectiva teórica. Cuestiones Políticas*, 42(80), 247-259. Recuperado de:

<https://doi.org/10.46398/cuestpol.4280.12>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

<https://share.google/Ri5MoOCSa5aqkcoKp>

Julio Quintana, P. C. (2020). *Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas, Revista enfoques*, 4 (16), 272-283
doi: <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99>

López, G. & Eugenia J. (2020) *Importancia del reconocimiento y recompensa en la retención de personal*. (Tesis de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias Psicológicas Centro de Investigación en Psicología Cieps “Mayra Gutiérrez”).
Recuperado de:

<http://www.repositorio.usac.edu.gt/17833/1/13%20T%283378%29.pdf>

Lucano, M. L. (2023). *Comunicación interna y desarrollo organizacional en practicantes universitarios de empresas privadas en Lima Metropolitana, 2022* (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte). Recuperado de:

Martins, J. (2025). *¿Qué es la gestión de cambios? 6 pasos hacia el éxito, Asana*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11537/38849>

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.

<https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

Moreira, N. (2021) *La Gestión del Marketing Interno y el Compromiso Organizacional en el Cooperativismo de Ecuador*. (Tesis Doctoral, Universidad de Córdoba facultad de derecho y ciencias económicas y empresariales). Recuperado de:

<https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/22706/2022000002410.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Reyes Cevallos, P. D. (2024). *La gestión empresarial: Una burbuja para el éxito*. *Revista Científica*, 6 (6), 426-437. Recuperado de: <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/1255/1690>

Robbins, M. (2019) *¿Por qué los empleados necesitan tanto el reconocimiento como el aprecio?* *Harvard Business Review*. Recuperado de:

<https://hbr.org/2019/11/why-employees-need-both-recognition-and-appreciation?language=es>

Romero Cañadas, C. (2024). *Liderazgo empresarial*. *Empresa Y Sociedad*, 1(1), 31–37. Recuperado de: <https://doi.org/10.5377/emyso.v1i1.18173>

Salcedo, A. (2018). *Liderazgo transformacional. Que es y cómo medirlo*. (3ª Ed). Madrid. ESIC Editorial

https://books.google.com.bo/books?id=KGeADwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gb_s_g_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Siliceo, A. (2004) *Capacitación y desarrollo del personal* (4ª Ed.). México: Limusa.

https://books.google.com.bo/books?hl=es&lr=&id=CJhlsrSuIMUC&oi=fnd&pg=PA5&dq=info:Wmx749ELEd8J:scholar.google.com/&ots=IUjShM7G6R&sig=D-J6NjbJVhySt5aTGlvLPadLmjs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Sumba, Bustamante, R. Y., Chóez, Reyes, S. I. & Pico-Delgado Y. M. (2022). *Liderazgo Empresarial como factor de desarrollo de las Pymes. Dinomio de las ciencias*, 8 (1), 262-279. doi: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2570>

Velasco A. (2024) *Metodología de la investigación. ResearchGate*, (2), 1-2 doi:

<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26261.91360>

APENDICE

APENDICE A**ENCUESTA PARA LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA ESVIPVAL SRL EN COBIJA.**

Marque con una “X” la opción que mejor refleje su percepción en cada pregunta.

Genero F M

Edad

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa?

A) [] Menos de 1 año

B) [] 1-3 años

C) [] 4-6 años

D) [] Más de 6 años

2. ¿Cuenta usted con un contrato laboral formal en la empresa?

A) [] Sí

B) [] No

3. ¿Cuál es su turno habitual de trabajo en la empresa?

A) [] Día

B) [] Noche

C) [] Turnos rotativos

4. ¿Usted conoce los reglamentos internos de la empresa?

[] SI

[] NO

5. ¿Con qué frecuencia ha recibido capacitaciones por parte de su supervisor o jefe regional de la empresa?

A) [] Una vez al mes

B) [] Cada 6 meses

C) [] Una vez al año

D) [] Ninguno

6. ¿En qué medida considera que la capacitación constante influye en su motivación y desempeño laboral?

- A) Mucho
- B) Regularmente
- C) Poco
- D) Nada

7. ¿Recibe información oportuna sobre los cambios de turno o rotación de puesto?

- SI
- NO

8. ¿Cómo calificaría la comunicación entre jefes y trabajadores?

- A) Excelente
- B) Buena
- C) Regular
- D) Mala

9. ¿Se siente motivado en su trabajo actual?

- A) Siempre
- B) Rara vez
- C) Nunca

10. ¿Qué tipo de incentivo le motivaría más en su trabajo?

- A) Reconocimiento verbal o escrito
- B) Incentivos económicos
- C) Flexibilidad horaria

11. ¿Cuál es su percepción sobre el ambiente laboral dentro de la empresa?

- A) Excelente
- B) Bueno
- C) Regular
- D) Malo

12. ¿Recomendaría a trabajar en esta empresa a otras personas?

- A) SI
- B) NO

Muchas gracias

APENDICE B

GUIA DE ENTREVISTA

Muy buenos días, necesito unos minutos de su tiempo para completar la presente entrevista, para conocer recabar información de la empresa, esta información será utilizada para la recolección de información.

1. ¿En qué fecha inicio sus actividades la empresa Esvipval SRL en la ciudad de Cobija?

R. La empresa ESVIPVAL SRL inició sus actividades en el mes de noviembre del año 2021, comenzando con la prestación de servicios de seguridad en YPFB con dos vigilantes. Desde entonces, la empresa ha ido creciendo y ampliando su presencia en distintos puntos de la ciudad de Cobija.

2. ¿Desde la fecha de inicio hasta la actualidad cual fue la historia de la empresa?

R. Antes de ingresar al mercado, se realizó un estudio que se evidenció una alta demanda de servicios de seguridad en Cobija por la inseguridad así también por la frontera con el vecino país el Brasil. Inicialmente, la empresa contaba solo con dos trabajadores operativos; sin embargo, gracias a su compromiso y buen desempeño, ESVIPVAL SRL ha crecido hasta contar actualmente con 21 vigilantes de seguridad activos distribuidos en diferentes puestos de trabajo.

3. ¿De qué forma se encuentra organizada su empresa?

R. La empresa ESVIPVAL SRL está organizada de manera jerárquica. La estructura incluye del Jefe Regional, supervisor y el personal operativo de seguridad que son miembros de la empresa.

4. ¿Cuál es el proceso que sigue la empresa para la contratación del personal?

R. El proceso de contratación se rige por el reglamento interno de la empresa. Este incluye una entrevista inicial, la verificación de carnet de identidad mayor de edad y los antecedentes penales.

5.- ¿La empresa cuenta con un manual o reglamento interno para los agentes de seguridad?

R. Sí, la empresa cuenta con un manual interno orientada al trabajador sobre las funciones, responsabilidades y normas de conducta dentro y fuera del lugar de trabajo, pero muchas veces el trabajador no lo cumple.

6. ¿La empresa realiza capacitaciones contantes al personal de seguridad?

R. La empresa realiza capacitaciones muy pocas veces y no de manera continua. Una de las dificultades para realizar la capacitación es que muchos trabajadores renuncian en los primeros meses o segundo, lo que limita la planificación de capacitaciones a largo plazo.

7. ¿Cómo percibe la motivación de los empleados actualmente y qué acciones cree que podrían incrementar su compromiso con la empresa?

R. Actualmente, la motivación del personal es moderada; algunos trabajadores muestran alto compromiso, mientras que otros requieren mayor acompañamiento. Para mejorar la motivación, sería ideal implementar incentivos económicos, reconocimientos por desempeño y programas de desarrollo profesional.

8. ¿La empresa aplica algún tipo de incentivo o reconocimiento al personal de seguridad?

R. En la actualidad, la empresa aplica incentivos de forma ocasional, principalmente mediante felicitaciones verbales o agradecimientos. Sin embargo, se tiene previsto incorporar reconocimientos más formales, como ser bonos para el trabajador destacado del mes.

9. ¿Qué estrategias de incentivo o reconocimiento utiliza la empresa para mejorar su desempeño y motivación al personal de seguridad?

R. Las estrategias de incentivos más frecuentes que se aplica son las felicitaciones verbales.

10. ¿Cómo describiría el clima laboral dentro de la empresa y cuáles son los principales desafíos que enfrenta para mantener un ambiente positivo?

R. El clima laboral en ESVIPVAL SRL es generalmente bueno; existe colaboración y respeto entre los compañeros. No obstante, uno de los principales desafíos es mantener la estabilidad del personal y fortalecer la comunicación entre los niveles jerárquicos.

11. ¿Cuáles son los canales de comunicación interna que utilizan para transmitir información importante a todo el personal de seguridad?

R. Los canales más utilizados son los grupos de mensajería (WhatsApp) y llamadas telefónicas.

12.- ¿Siendo usted la persona de mayor jerarquía en la empresa, ¿considera que la implementación de estrategias de endomarketing podría beneficiar y fortalecer la gestión y el liderazgo empresarial en ESVIPVAL SRL.?

Sí, considero que el endomarketing sería una herramienta muy valiosa, ya que permitiría fortalecer la identidad organizacional, mejorar la comunicación interna y elevar el sentido de pertenencia de los trabajadores. Esto, sin duda, se reflejaría en una mejor calidad del servicio y una mayor estabilidad laboral en todos los trabajadores miembros de la empresa.

Muchas gracias

ANEXOS.

Fotografías del trabajo de investigación



Figura 17. Elaboración de investigación encuestas para la recolección de datos

Fuente: Elaboración propia



Figura 18. Elaboración de encuestas

Fuente: Elaboración propia



Figura 19. Elaboración de encuestas

Fuente: Elaboración propia



Figura 20. Elaboración de encuestas

Fuente: Elaboración propia

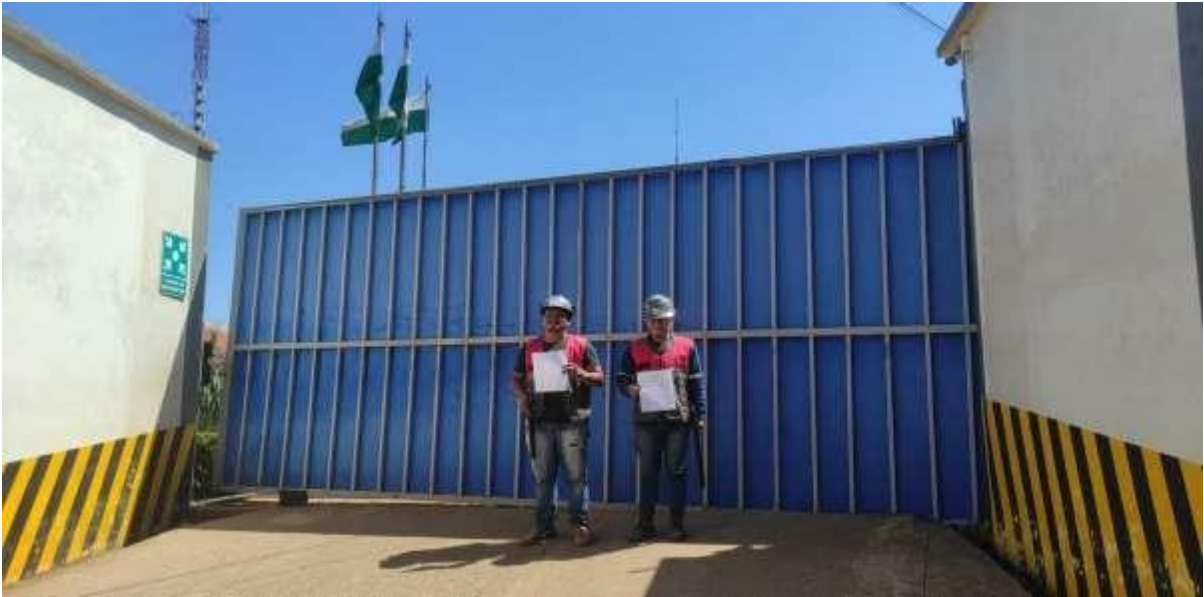


Figura 21. Elaboración de encuestas

Fuente: Elaboración propia



Figura 22. Entrevista al jefe regional de la empresa Esvipval srl.

Fuente: Elaboración propia