



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN

MENCIÓN GESTION DEL TALENTO HUMANO

Resolución: RPC-SO-22-No.477-2020-CES

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

Influencia de la aplicación del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal de la empresa que brinda servicios de limpieza al norte de Quito.

Línea de Investigación:

Gestión Integrada de organizaciones y competitividad sostenible

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Lcda. María Verónica Barros Ruiz

Tutor/a:

MSc. Sebastián Pérez

Quito – Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Héctor Sebastián Pérez Manosalvas con C.I: 1721529186 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: “Influencia de la aplicación del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal de la empresa que brinda servicios de limpieza al norte de Quito”.

Elaborado por: Barros Ruiz María Verónica, de C.I: 1724371974, estudiante de la Maestría: Gestión del Talento Humano de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 16 de octubre de 2023



Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Barros Ruiz María Verónica con C.I: 1724371974, autor/a del proyecto de titulación denominado: Influencia de la aplicación del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal de la empresa que brinda servicios de limpieza al norte de Quito.

Previo a la obtención del título de Magister en Gestión del Talento Humano.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 16 de octubre de 2023

Firma

Índice

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE	iii
INFORMACIÓN GENERAL	1
Contextualización del tema	1
Problema de investigación.....	3
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:.....	6
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	7
1.1. Contextualización general del estado del arte	7
1.1.1 MODELO DE GESTION DEL ENDOMARKETING	8
1.1.2 PAPEL DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL CON EL ENDOMARKETING	8
1.1.3 DEFINICION DEL ENDOMARKETING.....	9
1.1.4 OBJETIVO DEL ENDOMARKETING.....	10
1.1.5 MOTIVACION.....	10
1.1.6 RENDIMIENTO	11
1.2. Proceso investigativo metodológico.....	12
1.2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.2.2 Tipo de investigación.....	13

1.2.3 Técnicas e instrumentos	14
1.3. Análisis de resultados	14
CAPÍTULO II: PROPUESTA	25
2.1. Fundamentos teóricos aplicados	25
2.2. Descripción de la propuesta.....	26
2.3. Validación de la propuesta	30
2.4. Matriz de articulación de la propuesta.....	31
CONCLUSIONES	32
RECOMENDACIONES	33
BIBLIOGRAFÍA	34
ANEXOS	36

Índice de tablas

Tabla 1: Categorías de la encuesta	15
Tabla 2: Interrogantes Evaluación de Desempeño	22
Tabla 3: Análisis Software SPSS (IBM)	24
Tabla 4: Matriz de articulación	31

Índice de figuras

Figura 1: Gráfico de Ishikawa.....	3
Figura 2: Pregunta 1.	16
Figura 3: Pregunta 2.	16
Figura 4: Pregunta 3.	17
Figura 5: Pregunta 4.	17
Figura 6: Pregunta 5.	18
Figura 7: Pregunta 6.	18
Figura 8: Pregunta 7.	19
Figura 9: Pregunta 8.	19
Figura 10: Pregunta 9.	20
Figura 11: Pregunta 10.	20
Figura 12: Pregunta 11.	21
Figura 13: Pregunta 12.	21
Figura 14: Evaluación de Desempeño.....	23
Figura15: Organizador Grafico.....	27

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

La influencia del endomarketing en el área empresarial es un tema relevante y actual debido a su impacto en el rendimiento, la productividad y la satisfacción de los empleados, y, en última instancia, en el éxito general de la organización. Antes de contextualizar el problema, es importante comprender qué es el endomarketing.

El endomarketing, también conocido como marketing interno, se refiere a las estrategias y acciones que una empresa implementa para promover una cultura organizacional sólida, motivar a los empleados y fomentar un ambiente de trabajo positivo. A través de esta las empresas buscan mejorar la comunicación interna, fortalecer el compromiso de los empleados y alinearlos con los objetivos y valores de la organización.

Ahora, según varios autores como (Denison et al. s,f) existen diferentes tipos de condiciones a evaluar.

Retención de talento: En un mercado laboral competitivo, retener talento valioso es esencial para las empresas. Si la estrategia de endomarketing no es efectiva, los empleados pueden sentirse insatisfechos, lo que aumenta la rotación y conlleva costos asociados a la contratación y entrenamiento de nuevos colaboradores.

Productividad y rendimiento: Cuando los empleados se sienten motivados y comprometidos, es más probable que trabajen con mayor entusiasmo y eficiencia. Un deficiente endomarketing puede afectar negativamente el rendimiento del personal y, como consecuencia, la productividad general de la empresa.

Imagen de la empresa: Los empleados son embajadores de la marca, y su satisfacción en el lugar de trabajo se refleja en su trato con clientes, proveedores y otros stakeholders.

Cultura organizacional: El endomarketing tiene un papel crucial en la construcción de la cultura organizacional. Si no se fomenta una cultura positiva y alineada con los valores de la empresa, es probable que existan conflictos internos y una falta de cohesión entre los equipos de trabajo.

Innovación y creatividad: Un ambiente laboral motivador y colaborativo puede propiciar la creatividad y la innovación, lo que es fundamental para mantener la competitividad en el mercado. El endomarketing juega un papel clave en la estimulación de estas cualidades en los empleados.

Satisfacción del cliente: La satisfacción del cliente está estrechamente vinculada con el desempeño de los empleados que interactúan directamente con ellos. Si los trabajadores no están satisfechos o comprometidos, esto puede traducirse en una atención deficiente al cliente y afectar negativamente.

Finalmente se puede decir que el endomarketing es una estrategia clave en el mundo empresarial actual, ya que puede mejorar la relación entre la empresa y sus empleados, aumentar su motivación y compromiso, y en última instancia, mejorar la productividad y el rendimiento de la empresa.

Problema de investigación

¿Falta de motivación y rendimiento en los colaboradores de la empresa?

Figura 1: Gráfico de Ishikawa

Árbol de Problemas



Nota. La figura muestra el árbol de problemas, para describir la problemática. Fuente: Elaboración Propia.

En las empresas que brindan servicios de limpieza, el tema del endomarketing se enfoca en comprender cómo las estrategias de marketing interno impactan en la satisfacción y el desempeño de los empleados en este tipo de organizaciones y cómo esto a su vez influye en la calidad de los servicios que ofrecen.

El problema directamente se enfoca en la falta de motivación en los colaboradores en sus tareas diarias, lo cual influye significativamente porque se han generado errores en los procesos de cada gestión. Como se observa en el árbol de problemas, las causas para que dan lugar a este problema es la falta de incentivos porque no existen sueldos competitivos ni beneficios de la organización al empleado, la falta de un clima laboral adecuado donde no existe un buen liderazgo y trabajo en

equipo, además de capacitación en temas que aporten al desarrollo profesional del personal y actividades que permitan la cohesión, y por último la falta de comunicación donde no está claro el nivel de reporte y la socialización de los procesos que se llevaran a cabo en el transcurso del año, por esta razón estas empresas se ha concentrado en buscar una estrategia que ayude a contrarrestarlo y así favorecer a un mayor compromiso y trabajo en equipo, un eficiente clima laboral, mayores incentivos, capacitaciones optimas y eficaces y mayor comunicación.

Es así que el presente trabajo se va a orientar en cómo influye en los colaboradores la aplicación de la herramienta endomarketing la cual es importante conocer si cumple con el propósito de generar en los colaboradores mayor motivación y productividad.

Objetivo general

Analizar la influencia de los principios y técnicas del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal administrativo y las empresas.

Objetivos específicos

1. Conceptualizar los fundamentos teóricos del Endomarketing aplicado al ámbito laboral.
2. Diagnosticar de forma cuantitativa y cualitativa la incidencia del Endomarketing en la motivación y el rendimiento en la empresa.
3. Diseñar medios de evaluación para conocer las ventajas o desventajas del endomarketing.
4. Validar a través de criterios de especialistas la utilidad del Endomarketing en la organización.

Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:

La presente investigación se enfocará en el estudio de la aplicación del conjunto de principios del Endomarketing en las empresas que brindan servicios complementarios, en la actualidad se ha visto la necesidad de crear espacios en los lugares de trabajo enfocándose en temas de bienestar laboral de los colaboradores, principalmente la motivación, compromiso y trabajo en equipo; los cuales son factores importantes para que la empresa pueda seguir desarrollándose de manera óptima, puesto que el estado mental y emocional de los trabajadores influye de manera importante en la obtención de los objetivos.

Al evidenciar estos aspectos la gran mayoría de empresas a optado por aplicar estrategias que aporten en el clima laboral, realizando actividades que generen una mayor cohesión en el equipo, pero básicamente algunas fallan en el intento porque no lo hacen de manera correcta.

Los beneficiarios directos de este análisis es el personal de las organizaciones y la sociedad en general.

A nivel del personal se favorecerá la retención de empleados y a la mejora del ambiente laboral, programas de capacitación que puedan mejorar las habilidades y competencias de los empleados, fomentar una cultura organizacional basada en valores éticos y responsabilidad social y con ello tener una fuerza laboral motivada y comprometida que pueda ser más creativa e innovadora.

A la sociedad se contribuirá con el conocimiento esencial de si la herramienta del endomarketing es útil para sus lugares de trabajo y saber cómo aplicarla de manera eficaz para que se evidencien cambios relevantes.

En conclusión, el endomarketing no solo beneficia a las empresas, sino también a la sociedad en general al contribuir al desarrollo económico, la generación de empleo, la promoción de una cultura empresarial responsable. Al enfocarse en el bienestar de los empleados y su satisfacción

laboral, el endomarketing crea un círculo virtuoso que impacta positivamente a todas las partes involucradas.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización general del estado del arte

Durante los últimos tiempos se ha especificado la necesidad de crear en las empresas un ambiente laboral óptimo, generando un trabajo en equipo adecuado, creando satisfacción en el trabajador y obteniendo así una ventaja competitiva dentro del mercado laboral. Un lugar de trabajo saludable y positivo puede tener un impacto significativo en la satisfacción laboral, la retención de talento y el éxito general de las empresas.

Por ello, es importante una comunicación abierta y efectiva fomentando una comunicación clara y transparente entre los líderes y los empleados crea un ambiente de confianza y colaboración. Los canales de comunicación abiertos deben estar disponibles para que los empleados puedan expresar sus inquietudes, ideas y comentarios. También reconocer y recompensar el trabajo bien hecho para fortalecer la motivación de los colaboradores y mejorar su rendimiento y bienestar. Se lo puede realizar en forma de elogios, bonificaciones, oportunidades de desarrollo o promociones.

Las empresas que promueven una equivalencia sana entre lo laboral y en ámbito personal permiten que los colaboradores sean más felices y productivos. Ofrecer distintos horarios de trabajo, opciones de trabajo y días libres puede contribuir a este equilibrio. Por otro lado, proporcionar oportunidades de crecimiento y capacitación para los empleados demuestra que la empresa está interesada en su desarrollo a largo plazo. Programas de capacitación, talleres y acceso a recursos de aprendizaje son ejemplos de cómo se puede fomentar el desarrollo profesional.

En resumen, un ambiente laboral óptimo en las empresas se construye sobre la base de la comunicación abierta, el respeto mutuo, el reconocimiento, el equilibrio entre trabajo y vida

personal, y el enfoque en el desarrollo y bienestar de los empleados. Esto no solo beneficia a los trabajadores individualmente, sino que también contribuye al éxito y la productividad de las empresas en su conjunto.

1.1.1 MODELO DE GESTION DEL ENDOMARKETING

Es importante entender cómo se debe encaminar el proceso del endomarketing en una organización, es por ello que hemos elegido un modelo el cual se compone de partes importantes y llevan consigo el propósito de generar motivación en los colaboradores, sin dejar de lado las actividades propias de su trabajo y la satisfacción del cliente, que él es fin de toda empresa de servicios.

Los autores Rafiq & Ahmed, (2000) como se citó en González & Hernández (2012) presentan un modelo de Endomarketing en el cual mencionan que “la motivación de los empleados es alcanzada por medio de las actividades desarrolladas por la organización, esta motivación puede influenciar positivamente en la satisfacción del trabajo lo que se vincula con la orientación al cliente y genera la satisfacción del consumidor” (p. 57).

Es por ello por lo que se ha considerado este Modelo de Rafiq y Ahmed porque habla de la motivación que debe gestionarse de manera adecuada, para que exista un grado de satisfacción tanto del cliente interno, como externo y generar la tan anhelada rentabilidad.

1.1.2 PAPEL DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL CON EL ENDOMARKETING

El Desarrollo Organizacional es una de las principales áreas de las organizaciones la cual es encargada de aplicar el Endomarketing para el bienestar de sus trabajadores, puesto que podrán planificar y desarrollar actividades que generen un excelente clima laboral, satisfacción al cliente interno y mejor rendimiento y productividad.

Por lo tanto, el desarrollo organizacional centrar sus actividades en el conocimiento de relaciones dentro de la empresa. El propósito es una tarea administrativa cumplida, los empleados lo sienten el trabajo que hacen allí. El desarrollo organizacional está relacionado directamente. (Gomez, 2018)

El Endomarketing se basa en aspectos, motivación, satisfacción de los empleados, etc. Clima laboral y cultura organizacional, representar materias primas para el progreso y el proceso de desarrollo organizacional. (Gomez, 2018)

Con lo expuesto anteriormente podemos evidenciar que existen varios objetivos y enfoques que van de la mano con el Endomarketing los cuales van a llevar a buscar las acciones efectivas, pues se ha visto la necesidad de ejercer estrategias para que la motivación laboral sea más eficaz, haya mejor actitud, compromiso, comunicación que se pueden crear en base a mejores remuneraciones, plan de capacitaciones, beneficios corporativos, ascensos o bonificaciones que puedan hacer del espacio laboral óptimo para trabajar y al mismo tiempo exista un compromiso con la empresa.

1.1.3 DEFINICION DEL ENDOMARKETING

El Endomarketing es un conjunto de estrategias que ayudan a cualquier empresa a hacer esto. Mejora de la comunicación, motivación y satisfacción de los empleados y la dirección, lograr el bienestar de los trabajadores a través de la orientación al mercado, para realizar internamente con el fin de retener eficientemente a los clientes internos. (Paucar, 2020)

Con lo expuesto anteriormente podemos evidenciar que el Endomarketing es una estrategia de marketing que se enfoca en mejorar la relación entre la empresa y sus empleados, con el objetivo de fomentar un ambiente laboral positivo, mejorar la motivación y compromiso de los trabajadores, y en última instancia, aumentar la productividad y el rendimiento de la empresa.

Es importante destacar que el endomarketing se basa en el principio de que los empleados son uno de los activos más valiosos de la empresa. Es decir, para que una empresa tenga éxito en el mercado, necesita contar con empleados altamente motivados y comprometidos, capaces de llevar a cabo las tareas necesarias para alcanzar los objetivos de la organización. Por lo tanto, el endomarketing busca crear un ambiente laboral positivo, que fomente la satisfacción de los colaboradores de la empresa.

1.1.4 OBJETIVO DEL ENDOMARKETING

El objetivo principal del Endomarketing es fortalecer la relación entre la empresa y sus empleados, y mejorar la satisfacción, motivación y compromiso de estos últimos en el desempeño de sus funciones.

El objetivo del Endomarketing es satisfacer las necesidades y expectativas de Clientes internos, similar a lo que estás haciendo, buscar y perfeccionar el marketing tradicional, abordar y atraer compradores y clientes externos reales, posibilidad. (Gomez, 2018)

Es así que el Endomarketing se enfoca en el mercado interno de la empresa, es decir, los empleados, y busca implementar estrategias de marketing que les puedan sentirse valorados, motivados y comprometidos con la empresa, lo cual se traduce en una mayor productividad y en una mejora en la calidad del servicio que se ofrece al cliente final. En resumen, es crear una cultura organizacional sólida donde los empleados sientan el compromiso de cumplir los objetivos empresariales y dar lo mejor de sí para alcanzarlos.

1.1.5 MOTIVACION

La motivación es un factor muy importante las personas encargadas de la selección del personal buscan en una persona que tenga sustentos teóricos, pero también es indispensable la actitud y la predisposición para realizar las actividades encomendadas.

Es así que es indispensable conocer que es la motivación la cual abarcara la base con la cual compararemos el endomarketing.

La motivación es lo que hace que un individuo actúe y actúe de una determinada manera. Es la combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos lo que determina qué fuerzas se ejercen y en qué dirección dirigir la energía en una situación determinada. (Vanesa, 2019)

La motivación es un factor importante en la parte mental y emocional de los trabajadores de una empresa, es imprescindible que no se pierda la misma desde el día que ingresan a laborar, el empleador deberá tener pleno conocimiento de la importancia y de generar diversas acciones para mantener una persona motivada, comprometida y feliz.

1.1.6 RENDIMIENTO

El rendimiento de un trabajador se mide por el nivel de rapidez y eficacia con la que realiza alguna actividad a su cargo, se dice que una persona productiva o con un rendimiento alto es quien termina su trabajo en un corto periodo de tiempo, es necesario conocer que es el rendimiento del personal en el ámbito laboral para comprender y saber cuál es el fin que se desea alcanzar.

En el mundo empresarial la productividad viene dada por el trabajo realizado. Lo que es la relación entre metas/objetivos/tareas alcanzadas y el tiempo (horas de trabajo). La calidad necesaria para lograr este objetivo. Considerando la variable más grande, Recursos humanos que pueden asumir la responsabilidad porque las personas son importantes, poder desempeñar un puesto o función laboral. (Ramalall, 2017)

En la actualidad la productividad en el trabajo es uno de los puntos más importantes y que se espera medir de mayor manera, sea mediante evaluaciones, indicadores, entrevistas, para que se vean los posibles problemas y soluciones a las mismas de manera idónea.

1.2. Proceso investigativo metodológico

Para realizar una investigación clara y adecuada es esencial definir la manera en cómo la vamos a realizar, basada en el fin al cual queremos llegar.

1.2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Para este proceso se ha considerado eficaz utilizar un enfoque cualitativo y cuantitativo los cuales nos permitirán conocer varios resultados y así llevar a cabo un mejor plan de acción después de realizada la investigación.

La investigación cualitativa es el procedimiento sistemático de indagación que proporciona técnicas especializadas para recopilar datos sobre lo que la gente piensa y siente. Este tipo de investigación se lo conoce por ser de carácter interpretativo y se lo puede realizar con grupos sociales específicos, cuya participación debe de ser activa durante todo el desarrollo del proceso investigativo que se lleve a cabo, con el fin de conocer y generalizar la realidad natural de la comunidad. (Liliana, 2017)

El enfoque cualitativo se llevará a cabo en base a la perspectiva de cada miembro del equipo, teniendo en cuenta que si después de la aplicación de las herramientas del Endomarketing, se logró generar mayor motivación en su área o puesto de trabajo.

La investigación cuantitativa, es caracterizada por ser objetiva y deductiva, producto de varios procesos experimentales que pueden ser medibles, su objeto de estudio Permite la creación de predicciones, generalizaciones o relaciones dentro o entre poblaciones. Población por inferencia estadística extraída a partir de la muestra. (Carlos, 2017)

El enfoque cuantitativo se llevará a cabo mediante por un análisis situacional y relación de variables las mismas que se analizarán mediante herramientas numéricas, con la finalidad de brindarle mayor confiabilidad y soporte de este trabajo, esto nos ayudará a entender los fenómenos

mediante la evaluación la cual será destinada a cada uno de las personas de la muestra y se realizara una tabulación y porcentaje, teniendo en cuenta que el objetivo es saber la buena utilidad de aplicar el Endomarketing.

1.2.2 Tipo de investigación

La Investigación Descriptiva, se refiere a la investigación y análisis de los datos obtenidos de alguna muestra y como su nombre indica describen y resumen las observaciones recibido sobre un fenómeno, evento o hecho. (Cebrian, 2009, P.2).

La investigación se realizará mediante este método porque nos permitiría obtener una comprensión profunda del entorno y de cómo se implementan las estrategias de marketing interno, cómo afectan a los empleados y cómo podrían mejorarse para fortalecer la relación entre los empleados y la organización.

Población y censo

La población es un conjunto de casos definido, restringido y accesible. Sirve como referencia para la selección de muestras y cumple con un conjunto de criterios predeterminados. (Arias Jesus, 2016)

Nuestro estudio se concentrará en la Empresa que brinda servicios de limpieza al norte de Quito en la actualidad mantiene 1025 colaboradores, la población a considerar son 245 trabajadores, 30 personas del área administrativa (Planner de Marketing, Coordinador de Desarrollo Organizacional – Trabajo Social y Gerente de Desarrollo Organizacional) y 215 del área operativa (Auxiliares de Limpieza y Servicios) que brindan servicios en las entidades bancarias que han pasado su periodo de evaluación 3 meses.

1.2.3 Técnicas e instrumentos

Técnicas e instrumentos

Entrevista es una técnica de recopilación de información, su objetivo es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. (Folgueiras, s,f, P. 2).

La entrevista se ejecutará a los 30 miembros del área administrativa con la finalidad de saber su perspectiva sobre el clima laboral, el endomarketing en la organización y su motivación.

Encuesta

Por el punto de vista de Nelida Archenti que realizo en el año 2012, supo definir a una encuesta se puede definir como:

- Técnicas de preparación de datos realizadas mediante cuestionarios.
- Estandarizado y permite consultas de múltiples temas por parte de individuos o grupos.
- Investigación: hechos, actitudes, creencias, opiniones, patrones de consumo, hábitos, prejuicios (Magalí Katz, 2019)

La encuesta se realizará a la totalidad de las personas que participan en la investigación con la finalidad de obtener un dato real sobre las perspectivas del clima laboral, motivación, rendimiento y el endomarketing, la misma constara de 15 preguntas cerradas.

1.3. Análisis de resultados

Los resultados obtenidos a través de nuestra investigación sobre el clima laboral, la motivación y el endomarketing, los cuales hemos recopilado y analizado nos ayudaran a responder nuestras preguntas de investigación.

Encuesta de Clima Laboral

Se realizó una encuesta de Clima Laboral con 15 preguntas cerradas las cuales constaban de 3 categorías para conocer como es el pensamiento y perspectiva de los colaboradores, al haber estado inmersos en el desarrollo de la empresa y así conocer más a fondo su motivación y compromiso con la organización. Treinta de las encuestas fueron realizadas al área administrativa y 215 al personal operativo.

Para la encuesta se tomo en cuenta 3 categorías con su respectiva cantidad de preguntas, como lo podemos observar en la tabla a continuación:

Tabla 1: Categorías de la encuesta

Categorías para Evaluar	Ítems
Motivación y Satisfacción Laboral	8
Comunicación y Relaciones Interpersonales	3
Incentivos y Reconocimiento	4

Nota: Tabla elaborada por el autor, en base a los resultados de la encuesta.

Como se puede observar que se tomaron varios aspectos relevantes que son parte de la evaluación para saber si existe o no un buen clima o ambiente laboral. A continuación, se detallan las respuestas obtenidas de las 15 preguntas realizadas en la encuesta que se emitió a cada colaborador por la herramienta Google Forms.

Figura 2: Pregunta 1.

¿En General como describirías el nivel de motivación en esta empresa?



Como podemos observar casi 93% de los participantes mencionan tener un nivel de motivación bajo.

Figura 3: Pregunta 2.

¿Crees que tu trabajo es significativo y aporta valor?



Se evidencia que el 92,2% menciona que siente que raramente su trabajo es significativo y aporta valor a la empresa.

Figura 4: Pregunta 3.

¿Sientes que recibes reconocimiento por tu trabajo y esfuerzo?

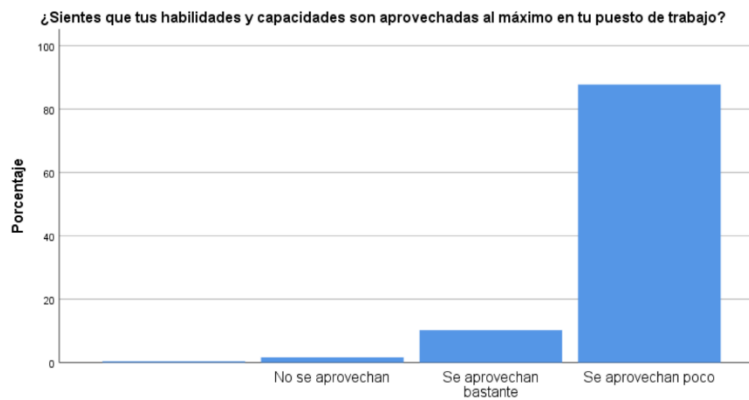


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

El 88,2% de los encuestados mencionan sentir que raramente recibe reconocimiento por su trabajo y esfuerzo diario.

Figura 5: Pregunta 4.

¿Sientes que tus habilidades y capacidades son aprovechadas al máximo en tu puesto de trabajo?



Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

Las personas consideran en un 87,8% que sus habilidades y capacidades se aprovechan poco en la organización

Figura 6: Pregunta 5.

¿El ambiente de trabajo contribuye a tu motivación?

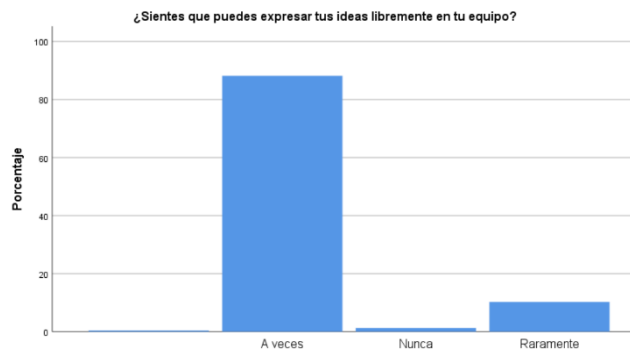


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

En un 86,9% las personas consideran que el ambiente de trabajo a veces contribuye a su bienestar.

Figura 7: Pregunta 6.

¿Sientes que puedes expresar tus ideas libremente en tu equipo?

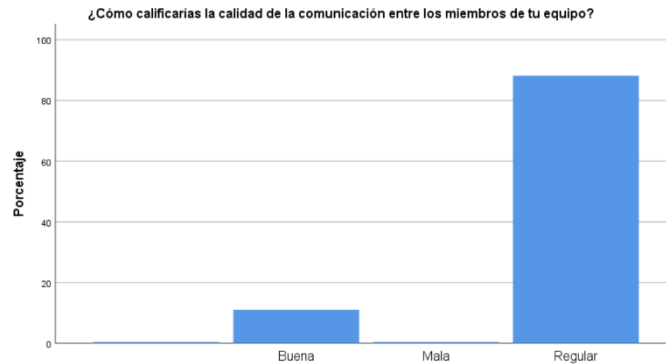


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

Los encuestados consideran que en un 88,2 % a veces pueden expresar sus ideas de forma libre en su equipo de trabajo.

Figura 8: Pregunta 7.

¿Cómo calificarías la calidad de la comunicación entre los miembros de tu equipo?

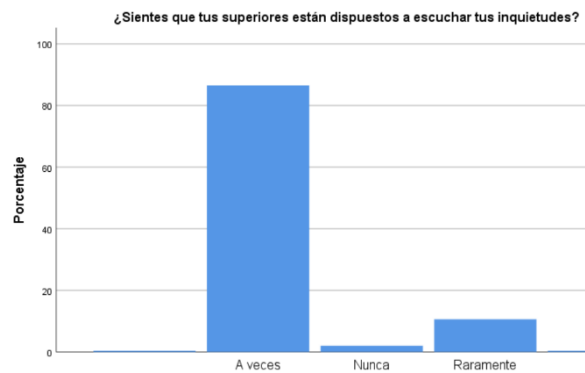


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

Las personas califican con un 88,2% que la calidad de comunicación es regular con los miembros de su equipo.

Figura 9: Pregunta 8.

¿Sientes que tus superiores están dispuestos a escuchar tus inquietudes?

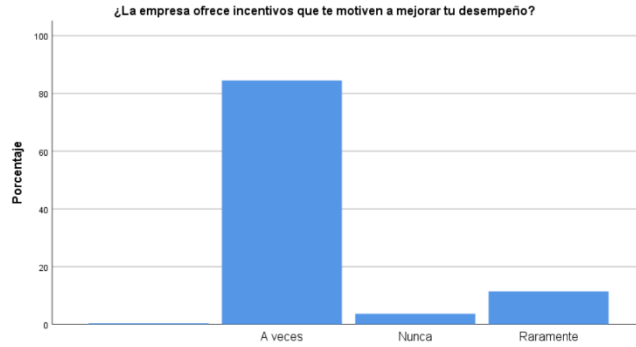


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

Los encuestados mencionan que en un 86,5% sus superiores a veces se sientan a escuchar sus opiniones y resolver inquietudes que surgen en el trabajo.

Figura 10: Pregunta 9.

¿La empresa ofrece incentivos que te motiven a mejorar tu desempeño?

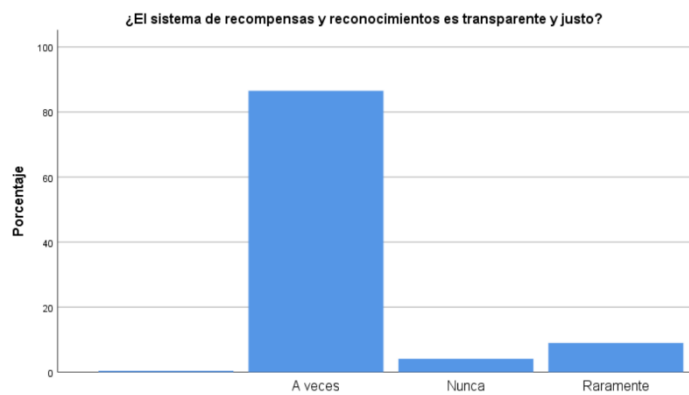


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

Se considera que en la empresa a veces se ofrecen incentivos que mejoren el desempeño laboral en un 84,5%.

Figura 11: Pregunta 10.

¿El sistema de recompensas y reconocimientos es transparente y justo?

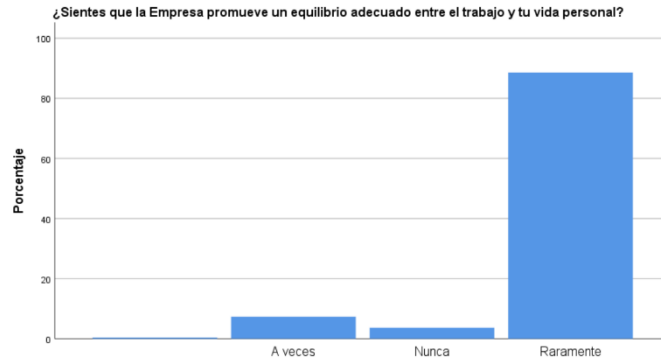


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

El 86,5% de las personas mencionan que a veces existe en la empresa un sistema de recompensas y reconocimientos que sean notablemente justos.

Figura 12: Pregunta 11.

¿Sientes que la Empresa promueve un equilibrio adecuado entre el trabajo y tu vida personal?

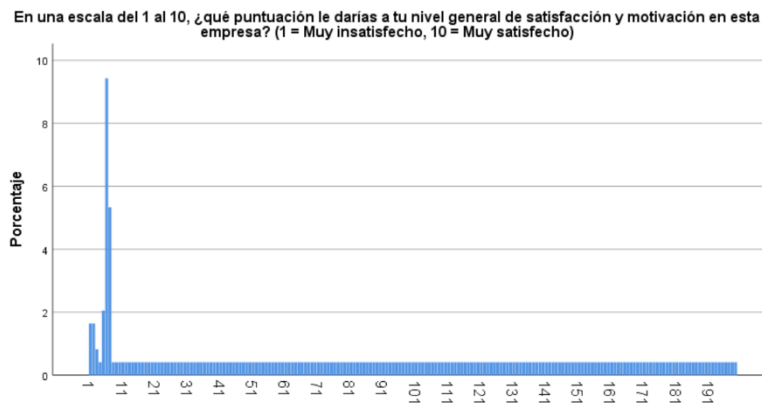


Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

El 88,6% menciono que la empresa no promueve un equilibrio con el trabajo y vida personal, otorgando una doble presencia.

Figura 13: Pregunta 12.

En una escala del 1 al 10, ¿qué puntuación le darías a tu nivel general de satisfacción y motivación en esta empresa? (1 = Muy insatisfecho, 10 = Muy satisfecho)



Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la encuesta

El 99,6 de las personas sientes que la satisfacción y la motivación en la empresa está en niveles bajos.

Con ellos se puede evidenciar que el tema de la motivación, satisfacción y compromiso no se está gestionando de manera adecuada.

Evaluación de Desempeño

Se tomó en cuenta la Evaluación de Desempeño como fuente de correlación entre la motivación y el rendimiento de cada persona en su puesto de trabajo con el fin de mejorar la situación; en la evaluación se miden 6 preguntas realizadas por el área de Talento Humano al supervisor directo de cada persona.

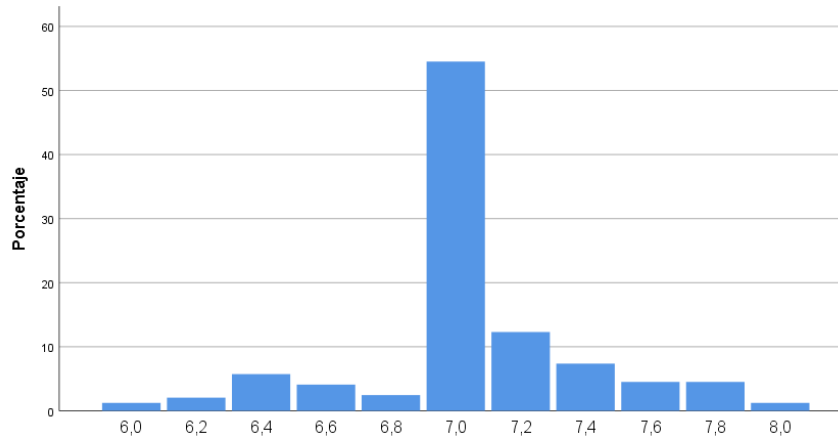
Tabla 2: Interrogantes Evaluación de Desempeño

Evaluación de Desempeño
Ejecución de su trabajo en todos los aspectos (calidad, eficiencia, eficacia, etc.)
Asistencia y Puntualidad
Actitud y Prestancia
Cumplimiento de Normas (Uniformes, canal de comunicación, etc.) y Seguimiento,
Trato al cliente interno y externo.

Nota: Tabla elaborada por el autor, en base a la evaluación de desempeño.

Para ello es imprescindible que las personas haya trabajo de forma continua o por más de 3 meses en la empresa. Con ello los resultados de la evaluación nos arrojan los siguientes datos:

Figura 14: Evaluación de Desempeño



Nota: Grafico elaborado por el autor, en base a los resultados de la evaluación de desempeño.

Como se puede evidenciar tras realizar el análisis vemos que el puntaje mas alto que tiene las personas en la evaluación de desempeño en un 54.5% es el numero 7 quedándose en el medio donde no están en un estado optimo o malo a la vez en su puesto de trabajo.

El vinculo de las variables se realizó mediante la correlación de Pearson para saber si existe o no similitud entre cada una de las variables dependiente e independiente.

Correlación de Pearson

Son técnicas bivariadas que se emplean en situaciones donde el investigador quiere observar representaciones de la información, que permitan establecer similitudes o disimilitudes entre las variables e individuos, para hacer evidente la variabilidad conjunta y por tanto tipificar lo que sucede con los datos. (Mondragon, 2014)

Su fórmula de cálculo está determinada de la siguiente manera:

$$r_{xy} = \frac{\sum z_x z_y}{N}$$

Donde:

r = Coeficiente de Pearson
x = variable independiente
y = variable dependiente

Zx = Desviación estándar de la variable independiente

Zy = Desviación estándar de la variable dependiente

N = Número de datos

Lectura de datos de la Correlación de Pearson

Tabla 3: Análisis Software SPSS (IBM)

		VI	VD
VI	Correlación de Pearson	1	-,113
	Sig. (bilateral)		,079
	N	244	244
VD	Correlación de Pearson	-,113	1
	Sig. (bilateral)	,079	
	N	244	244

La correlación de Pearson entre la Variable Independiente (VI) y la Variable Dependiente (VD) es -0,113. Este valor es menor que cero, lo que indica una correlación negativa. Esto significa que a medida que los valores de la Variable Independiente (VI) aumentan, los valores de la Variable Dependiente (VD) tienden a disminuir, y viceversa.

Los resultados muestran que hay una correlación negativa débil pero no significativa entre la Variable Independiente (VI) y la Variable Dependiente (VD). Esto significa que, aunque existe una tendencia a que cuando VI aumenta, VD disminuye.

Al comparar dichos valores con la herramienta SPSS (IBM) podemos evidenciar que los al aumentar la falta de motivación va a disminuir el desempeño, con ello se puede reafirmar que existe el problema planteado, donde se puede manifestar que hay que mejorar la motivación para así elevar el desempeño y rendimiento de los colaboradores, haciéndolos más productivos esto lleva consigo mejorar el enfoque de plantear los procesos en la empresa.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

En un entorno empresarial altamente competitivo, la satisfacción y el compromiso de los empleados son elementos cruciales para el éxito sostenible de cualquier organización. En esta propuesta, presentamos una estrategia de endomarketing diseñada con el objetivo de mejorar el rendimiento y la motivación de los empleados. A través de la aplicación de principios sólidos de endomarketing, buscamos crear un ambiente laboral enriquecedor que promueva la conexión, la satisfacción y la contribución activa de cada miembro del equipo.

El endomarketing, también conocido como marketing interno, se basa en la premisa de que los empleados son los clientes internos de la organización. Se fundamenta en varios conceptos clave:

Cultura Organizacional y Valores Corporativos: Establecer valores y una cultura sólida para guiar las acciones y decisiones de los empleados.

Comunicación Interna Efectiva: Facilitar la comunicación transparente y bidireccional entre la dirección y los empleados.

Motivación y Reconocimiento: Brindar incentivos y reconocimiento para aumentar la satisfacción y la motivación.

Desarrollo Profesional y Liderazgo: Ofrecer oportunidades de crecimiento y empoderamiento a través del liderazgo efectivo.

Participación y Toma de Decisiones: Involucrar a los empleados en la toma de decisiones y el proceso de planificación.

La Estrategia de Endomarketing se basaría en los siguientes aspectos:

- Identificar y comunicar los valores que guiarán las acciones de todos los empleados.

- Establecer un sistema de comunicación eficiente que permita compartir información relevante y brindar un espacio para que los empleados expresen sus ideas y preocupaciones.
- Diseñar un programa de reconocimiento que celebre los logros individuales y de equipo, fomentando una cultura de valoración mutua.
- Ofrecer programas de formación y desarrollo para que los empleados puedan mejorar sus habilidades y avanzar en sus carreras dentro de la organización.
- Capacitar a los líderes para que sean agentes de cambio y modelos a seguir, fomentando un ambiente de confianza y colaboración.
- Incluir a los empleados en la toma de decisiones relacionadas con su trabajo y el entorno laboral, promoviendo la responsabilidad y la sensación de pertenencia.

2.2.Descripción de la propuesta

Con los aspectos mencionados anteriormente tendríamos los siguientes beneficios que se esperan y se desarrollen a corto y largo plazo son:

Mejora del Rendimiento: Al crear un ambiente en el que los empleados se sientan valorados y motivados, se espera un aumento en la productividad y la eficiencia laboral.

Aumento de la Motivación: La implementación de programas de reconocimiento y desarrollo personal fomentará la motivación intrínseca y el compromiso de los empleados.

Reducción de la Rotación: Un ambiente laboral positivo y una cultura sólida pueden reducir la rotación de empleados al aumentar su satisfacción y sentido de pertenencia.

Mejora en la Innovación: Al involucrar a los empleados en la toma de decisiones, se promoverá la generación de nuevas ideas y enfoques innovadores.

La implementación del endomarketing representa una inversión en el bienestar y el crecimiento de los empleados. Al aplicar estos principios, buscamos no solo mejorar el rendimiento de la empresa, sino también cultivar un entorno laboral en el que los empleados se sientan valorados, motivados y comprometidos con la visión y misión de la organización. Esta propuesta marca un paso hacia la construcción de una cultura interna fuerte que fortalecerá la posición de la empresa en el mercado y creará un ambiente donde todos puedan prosperar.

a. Estructura general

Figura15: Organizador Grafico



b. Explicación del aporte

Aplicar el endomarketing tiene como objetivo mejorar el rendimiento y la motivación de los empleados con lo cual aportaría una serie de beneficios significativos a la empresa, como serian:

Mayor Productividad y Eficiencia: Al aumentar la motivación y el compromiso de los empleados, es probable que se evidencie un aumento en la productividad y la eficiencia en todos los niveles de la organización. Los empleados comprometidos tienden a ser más dedicados y a poner un esfuerzo adicional en sus tareas diarias.

Reducción de la Rotación de Empleados: Un ambiente de trabajo donde los empleados se sienten valorados y reconocidos es menos propenso a experimentar una alta rotación de personal, la retención de empleados a largo plazo reduce los costos asociados con la contratación y capacitación de nuevos trabajadores.

Mejora en la Calidad del Trabajo: Empleados motivados y comprometidos tienden a prestar más atención a los detalles y a esforzarse por mantener altos estándares en sus tareas. Esto puede conducir a una mejora en la calidad del trabajo y, por lo tanto, en la satisfacción del cliente.

Innovación y Creatividad: Un ambiente donde se fomenta la participación y se valoran las opiniones de los empleados es propicio para la generación de nuevas ideas y enfoques innovadores. Los empleados comprometidos son más propensos a aportar soluciones creativas a los desafíos de la empresa.

Mejora en el Clima Laboral: La implementación de estrategias de endomarketing puede resultar en un clima laboral más positivo y colaborativo. Los empleados se sentirán más a gusto y disfrutarán más de su entorno de trabajo, lo que puede influir en la satisfacción general.

Atracción de Talento: Una cultura organizacional positiva y un ambiente de trabajo que valora a los empleados son factores atractivos para los posibles candidatos. Esto puede facilitar la atracción de talento de alta calidad.

Fortalecimiento de la Identidad de la Empresa: Al promover los valores y la cultura de la empresa entre los empleados, se fortalece la identidad y la cohesión organizacional. Los empleados se sentirán parte de algo más grande y estarán más comprometidos con los objetivos de la empresa.

Mejora en la Imagen de la Empresa: Un equipo de empleados comprometidos y motivados puede contribuir a una imagen positiva de la empresa en el mercado y entre los clientes. Esto puede tener un impacto en la reputación y la percepción general de la empresa.

La aplicación del endomarketing puede aportar una serie de beneficios que van más allá de la mejora del rendimiento y la motivación lo que en última instancia puede llevar a un crecimiento sostenible y un mayor éxito en el mercado.

c. Estrategias y/o técnicas

La creación de la propuesta de implementación del endomarketing en la empresa involucró la aplicación de una serie de estrategias y técnicas específicas destinadas a lograr una propuesta sólida y persuasiva.

En primer lugar, se realizó una exhaustiva investigación preliminar, que abarcó el análisis detallado de la cultura organizacional, sus desafíos actuales y las prácticas de la industria. Esto permitió una comprensión profunda de las necesidades y contextos de la empresa.

Para garantizar la relevancia y la eficacia de la propuesta, se segmentó en secciones claramente definidas, cada una centrada en un aspecto específico, desde los fundamentos teóricos hasta el plan de implementación, conectando directamente los valores y metas con los beneficios concretos que la implementación del endomarketing podría aportar. La claridad y la concisión fueron esenciales en la redacción de la propuesta, se evitó el uso excesivo de aspectos técnicos y se explicaron los conceptos de manera accesible.

Un plan de implementación detallado con responsabilidades y recursos necesarios se incluyó para demostrar que la propuesta no solo estaba basada en teoría, sino que también se conversó cómo llevarla a cabo en la práctica. Finalmente, se presentó la propuesta.

Estas estrategias y técnicas fueron esenciales para crear una propuesta completa y convincente para la aplicación del endomarketing en la empresa, demostrando cómo esta estrategia puede contribuir directamente a los objetivos y valores de la empresa.

2.3. Validación de la propuesta

La propuesta fue analizada por profesionales altamente capacitados que tuvieron cabida en la propia investigación como Gerente de Desarrollo Organizacional, Planner de Marketing, Coordinadora de Desarrollo Organizacional, en donde en cada verificación, punto de vista pudieron determinar que el Endomarketing es una buena opción y mejora para la organización.

La validación de las herramientas se realizó a través de una capacitación de duración de hora treinta minutos, donde se explicó a detalle las acciones a realizar, los beneficios y el aporte a la empresa, se firmó un acta de capacitación y fichas de verificación e instrumentos de validación de la propuesta, las mismas que están en los anexos 3, 4 y 5.

La propuesta fue analizada por cada experto después de una amplia explicación se aprobó con 96 puntos para implementar las diferentes actividades en un transcurso de 2 meses, donde pasara por un proceso de evaluación y posterior verificación de la influencia del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal.

2.4. Matriz de articulación de la propuesta

Tabla 4: Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	INSTRUMENTOS APLICADOS
Endomarketing	Endomarketing	Cuantitativo	Entrevista	Nivel de Motivación	Capacitación Entrevista
Motivación	Motivación	Cualitativo	Encuesta	Evaluación de Desempeño	Encuesta
Desempeño	Rendimiento	Población y Censo	Actividades enfocadas al endomarketing		Observación

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

En conclusión, la implementación del endomarketing ha demostrado ser una estrategia altamente efectiva para mejorar la cultura organizacional, el compromiso de los empleados y, en última instancia, el rendimiento empresarial. A lo largo de este proceso, hemos presenciado resultados positivos y tangibles que respaldan la validez de esta iniciativa.

Se puede evidenciar que existe en la actualidad varios autores que ha tomado importancia el Endomarketing como estrategia empresarial, lo cual ayudo a obtener el conocimiento más amplio e información relevante para desarrollar nuestra propuesta.

Al poner en práctica las herramientas del endomarketing, se pudo efectuar procesos de investigación cualitativos y cuantitativos que permitieron palpar la realidad y si en verdad la influencia de la herramienta es eficaz en el ámbito laboral.

Se adquirió la competencia para crear instrumentos de evaluación que permitan a los colaboradores emitir un criterio más acorde a la investigación, lo cual permitió tener una visión más integral y holística del problema y la solución. A su vez se demostró que es muy complicado tener a toda la población a someter a investigación alineada, se debe trabajar con diferentes personalidades, pero es un punto a favor en la experiencia y capacidad de resolución de problemas.

Finalmente, al tener contacto con el enfoque de cambio y mejora continua de una organización, se evidencia que la validación de miembros de la empresa es eficaz, se obtienen criterio, ideas y opiniones que ayuden a mejorar en si la propuesta y sustentado en ello tener un respaldo del equipo con el que se realiza las actividades dio un realce positivo a la investigación.

RECOMENDACIONES

El estudio del endomarketing y su impacto en la productividad laboral es un campo en constante evolución que ofrece múltiples oportunidades para investigaciones futuras. A medida que las organizaciones buscan formas innovadoras de optimizar su rendimiento y compromiso de los empleados, es esencial seguir explorando y profundizando en este ámbito. Uno de los puntos a tomar en cuenta es el mundo en el que vivimos, con nuevas tecnologías y la inteligencia artificial es por ellos que es recomendable explorar cómo la integración de tecnologías emergentes, como plataformas de colaboración y comunicación interna, puede mejorar la eficacia del endomarketing y su impacto en la productividad laboral.

El endomarketing ofrece un campo fértil para investigaciones que pueden enriquecer nuestra comprensión de cómo mejorar la productividad laboral. Explorar diversos contextos, considerar factores culturales y tecnológicos, así como medir objetivamente los resultados, nos permitirá descubrir nuevas formas de priorizar el compromiso y el rendimiento de los empleados en el entorno laboral, puesto que la aplicación de herramientas de endomarketing en las empresas es crucial para cultivar un entorno laboral enriquecedor al dar importancia a la comunicación interna efectiva, el compromiso de los empleados y el desarrollo profesional, se construye una base sólida para la productividad y la cohesión organizacional. Estas prácticas no solo fortalecen la cultura interna, sino que también repercuten positivamente en la calidad del servicio al cliente y en la retención de talento.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias Jesus, V. M. (2016). *La Póblacion de Estudio*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Carlos, B. (2017). *Investigacion Cuantitativa*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326424046.pdf>
- Cebrian, L. (Agosto de 2009). *Análisis Estadístico Descriptivo* . Obtenido de <https://www.uteq.edu.mx/files/docs/MATERIAL%20CURSO%20MARS/Material%20Adicional/analisis-estadistico-descriptivo.pdf>
- Denison, D. P. (s,f). *La Verdad sobre lo que nos motiva*. Obtenido de Cultura Organizacional: <https://www.altoimpacto.com/denison-consulting>
- Folgueiras, P. (s,f). *LA ENTREVISTA*. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Gomez, L. C. (2018). Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-Endomarketing-6628824.pdf
- Hernandez, N. G. (22 de Marzo de 2012). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6932733>
- Liliana, E. C. (2017). 43. Obtenido de Técnicas y métodos cualitativos para la investigacion científica: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14209/1/Cap.3-Dise%C3%B1o%20de%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>
- Magalí Katz, G. S. (2019). *La técnica de encuesta: Características y aplicaciones*. Obtenido de <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>

Mondragon, M. (2014). *USO DE LA CORRELACIÓN DE SPEARMAN EN UN ESTUDIO*.

Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5156978.pdf>

Ospina, L. C. (Enero - Junio de 2018). *Dialnet*. Obtenido de

<file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-Endomarketing-6628824.pdf>

Paucar, T. G. (2020). *Repositorio ucps*. Obtenido de

https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16652/1/CRUZ_PAUCAR_THA_END.pdf

Ramalall. (2017). *Workmeter*. Obtenido de [https://cdn2.hubspot.net/hub/174456/file-](https://cdn2.hubspot.net/hub/174456/file-52135403-pdf/docs/WorkMeter_-_eBook_sobre_Rendimiento_Laboral.pdf?_hsenc=p2ANqtz--MJ3jwntmuHwTE7q8751FnrsbuuZlgT80LxbOKug2C-YWLzgE6emewzYzAObkUu7eAQeMSPNE6lZ1d-JQoSfy4bkrMag&_hsmi=8750852)

[52135403-pdf/docs/WorkMeter_-](https://cdn2.hubspot.net/hub/174456/file-52135403-pdf/docs/WorkMeter_-_eBook_sobre_Rendimiento_Laboral.pdf?_hsenc=p2ANqtz--MJ3jwntmuHwTE7q8751FnrsbuuZlgT80LxbOKug2C-YWLzgE6emewzYzAObkUu7eAQeMSPNE6lZ1d-JQoSfy4bkrMag&_hsmi=8750852)

[_eBook_sobre_Rendimiento_Laboral.pdf?_hsenc=p2ANqtz--](https://cdn2.hubspot.net/hub/174456/file-52135403-pdf/docs/WorkMeter_-_eBook_sobre_Rendimiento_Laboral.pdf?_hsenc=p2ANqtz--MJ3jwntmuHwTE7q8751FnrsbuuZlgT80LxbOKug2C-YWLzgE6emewzYzAObkUu7eAQeMSPNE6lZ1d-JQoSfy4bkrMag&_hsmi=8750852)

[MJ3jwntmuHwTE7q8751FnrsbuuZlgT80LxbOKug2C-](https://cdn2.hubspot.net/hub/174456/file-52135403-pdf/docs/WorkMeter_-_eBook_sobre_Rendimiento_Laboral.pdf?_hsenc=p2ANqtz--MJ3jwntmuHwTE7q8751FnrsbuuZlgT80LxbOKug2C-YWLzgE6emewzYzAObkUu7eAQeMSPNE6lZ1d-JQoSfy4bkrMag&_hsmi=8750852)

[YWLzgE6emewzYzAObkUu7eAQeMSPNE6lZ1d-](https://cdn2.hubspot.net/hub/174456/file-52135403-pdf/docs/WorkMeter_-_eBook_sobre_Rendimiento_Laboral.pdf?_hsenc=p2ANqtz--MJ3jwntmuHwTE7q8751FnrsbuuZlgT80LxbOKug2C-YWLzgE6emewzYzAObkUu7eAQeMSPNE6lZ1d-JQoSfy4bkrMag&_hsmi=8750852)

[JQoSfy4bkrMag&_hsmi=8750852](https://cdn2.hubspot.net/hub/174456/file-52135403-pdf/docs/WorkMeter_-_eBook_sobre_Rendimiento_Laboral.pdf?_hsenc=p2ANqtz--MJ3jwntmuHwTE7q8751FnrsbuuZlgT80LxbOKug2C-YWLzgE6emewzYzAObkUu7eAQeMSPNE6lZ1d-JQoSfy4bkrMag&_hsmi=8750852)

Vanesa, D. R. (2019). *Universidad Tecnologica Nacional*. Obtenido de

[https://ria.utn.edu.ar/bitstream/handle/20.500.12272/4140/Aplicacion%20de%20endo
marketing%20en%20una%20empresa%20metalurgica%20de%20la%20ciudad%20de
%20VM_Dutto.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ria.utn.edu.ar/bitstream/handle/20.500.12272/4140/Aplicacion%20de%20endo%20marketing%20en%20una%20empresa%20metalurgica%20de%20la%20ciudad%20de%20VM_Dutto.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA

ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

Esta encuesta tiene como objetivo evaluar la motivación del personal de la empresa

Información de los participantes

1. Nombre y Apellido *

2. ¿Cuál es tu puesto de trabajo en la Empresa? *
 - Administrativo
 - Operativo
3. ¿Cuánto tiempo has estado trabajando en la Empresa? *
 - Menos de 1 año
 - 1-3 años
 - 4-6 años
 - Más de 6 años

Motivación y Satisfacción Laboral

4. En general, ¿cómo describirías tu nivel de motivación en esta empresa? *
 - Muy alto
 - Alto
 - Bajo
 - Muy bajo
5. ¿Sientes que tu trabajo es significativo y aporta valor? *
 - Siempre
 - A veces
 - Raramente
 - Nunca
6. ¿Sientes que recibes reconocimiento por tu trabajo y esfuerzo? *
 - Siempre
 - A veces
 - Raramente
 - Nunca
7. ¿Sientes que tus habilidades y capacidades son aprovechadas al máximo en tu puesto de trabajo?
 - Se aprovechan al máximo
 - Se aprovechan bastante
 - Se aprovechan poco
 - No se aprovechan
8. ¿El ambiente de trabajo contribuye a tu motivación? *
 - Siempre
 - A veces
 - Raramente
 - Nunca

Comunicación y Relaciones Interpersonales

1. ¿Sientes que puedes expresar tus ideas libremente en tu equipo? *
- Siempre
 A veces
 Raramente
 Nunca
2. ¿Cómo calificarías la calidad de la comunicación entre los miembros de tu equipo?
- Excelente
 Buena
 Regular
 Mala
3. ¿Sientes que tus superiores están dispuestos a escuchar tus inquietudes? *
- Siempre
 A veces
 Raramente
 Nunca

Incentivos y Reconocimiento

4. ¿La empresa ofrece incentivos que te motiven a mejorar tu desempeño? *
- Siempre
 A veces
 Raramente
 Nunca
5. ¿El sistema de recompensas y reconocimientos es transparente y justo? *
- Siempre
 A veces
 Raramente
 Nunca
6. ¿Sientes que la Empresa promueve un equilibrio adecuado entre el trabajo y tu vida personal?
- Siempre
 A veces
 Raramente
 Nunca
7. En una escala del 1 al 10, ¿qué puntuación le darías a tu nivel general de satisfacción y motivación en esta empresa? (1 = Muy insatisfecho, 10 = Muy satisfecho)

10

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

ANEXO 2

MATRIZ DE EVALUACION DE DESEMPEÑO

GESTIÓN DE TALENTO HUMANO														
EVALUACIÓN DE 90 DÍAS														
							EVALUACIÓN							
Trabajador (Apellido y Nombre)	Cargo	Proyecto asignado	Fecha de ingreso	Fecha de cumplimiento de los 90 días.	Fecha máxima de evaluación	Evaluador	El trabajador ha entregado toda su documentación completa?	Ejecución de su trabajo en todos los aspectos (calidad, eficiencia, etc)	Asistencia y Puntualidad	Cumplimiento de Normas (Uniformes, canal de comunicación, etc) y Seguimiento.	Trato al cliente interno y externo.	Promedio Evaluación	Recomienda la continuidad el evaluador	Retroalimentación (Fortalezas y Debilidades)

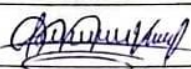
ANEXO 3

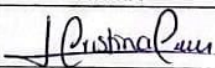
REGISTRO DE CAPACITACIÓN

REGISTRO DE CAPACITACIÓN			
TEMA: Aplicación Herramientas Encomendadas		PROYECTO:	
CAPACITADOR: Verónica Barros		MATERIAL ADICIONAL: Diapositivas	
FIRMA: <i>Verónica Barros</i>		TIEMPO: 1:30 min	
NOMBRE	CEDULA	PROYECTO	FIRMA
Karen Vilagran	179584361-1	Planner Marketing	<i>[Firma]</i>
Cristina Cauajal	1215222746	Coordinadora Deo y TS	<i>[Firma]</i>
Jaciel Amijos	1794352204	Gerente Desarrollo Organiz.	<i>[Firma]</i>

ANEXO 4

FICHA DE VERIFICACIÓN Y APROBACIÓN DE PROYECTOS

FICHA DE VERIFICACION Y APROBACION DE PROYECTOS			
TEMA: Aplicación de Herramientas Endomarketing para mejorar motivación - rendimiento			
OBJETIVO: Mejorar la motivación, compromiso, productividad de los colaboradores			
NOMBRE	CEDULA	CARGO	FIRMA
Karen Villagomez	179584361-1	Planner de Marketing	
Observaciones: Considero que ayudara a la organización a mejorar su ambiente laboral.			
Nota: A la firma del formato, valido que la información fue verificada y aprobada para su ejecución en la empresa.			

FICHA DE VERIFICACION Y APROBACION DE PROYECTOS			
TEMA: Aplicación de Herramientas Endomarketing para mejorar motivación - rendimiento			
OBJETIVO: Mejorar la motivación, compromiso, productividad de los colaboradores			
NOMBRE	CEDULA	CARGO	FIRMA
Cristina Carvajal	1215222796	Coordinadora Desarrollo y TS	
Observaciones: Es un proyecto enfocado al bienestar del trabajador			
Nota: A la firma del formato, valido que la información fue verificada y aprobada para su ejecución en la empresa.			

FICHA DE VERIFICACION Y APROBACION DE PROYECTOS			
TEMA: Aplicación de Herramientas endomarketing para mejorar motivación - rendimiento			
OBJETIVO: Mejorar la motivación, compromiso, productividad de los colaboradores.			
NOMBRE	CEDULA	CARGO	FIRMA
Leonel Armijos	1794352204	Gerente Desarrollo Organizacional	
Observaciones: Iniciativa Innovadora			
Nota: A la firma del formato, valido que la información fue verificada y aprobada para su ejecución en la empresa.			

ANEXO 5

INSTRUMENTO PARA VALIDACION DE PROPUESTA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
 ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN GESTION DE TALENTO HUMANO

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:
 Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:
 Influencia de la aplicación del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal de la empresa que brinda servicios de limpieza al norte de Quito, sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: *Cristina Carvajal*

Título obtenido: *Trabajadora Social*

C.I.: *1215222796*

E-mail: *cristina.carvajal.1997@outlook.com*

Institución de Trabajo: *Empresa de servicios de limpieza*

Cargo: *Coordinadora Desarrollo y Trabajo Social*

Años de experiencia en el área: *4 años*



Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto	X				
Aplicabilidad	X				
Conceptualización		X			
Actualidad	X				
Calidad Técnica		X			
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	<i>25</i>	<i>8</i>			

Observaciones: *Este proyecto mejora la imagen y cultura organizacional*

Recomendaciones: *Enfocarse en el desarrollo profesional de los colaboradores*

Lugar, fecha de validación: *28/08/2023*

Cristina Carvajal
 Firma del especialista
 Cristina Carvajal

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación:
Influencia de la aplicación del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal de la empresa que brinda servicios de limpieza al norte de Quito, sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

Validado por: Leonel Armiyas

Título obtenido: M.Sc. Talento Humano

C.I.: 1794352204

E-mail: leo.armiyas@itreal.com

Institución de Trabajo: Empresa de Servicios de Limpieza

Cargo: Gerente Desarrollo Organizacional

Años de experiencia en el área: 6 años

Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto		X			
Aplicabilidad		X			
Conceptualización		X			
Actualidad	X				
Calidad Técnica		X			
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	15	16			

Observaciones: Esta idea de proyecto es importante porque contribuya en la creación de nuevos espacios, procesos y toma de decisiones.

Recomendaciones: Eficiencia y socializar, hacer los hallazgos y resultados que las demás empresas puedan tomar el modelo y replicarlo.

Lugar, fecha de validación: 28/05/2023


Firma del especialista
Leonel Armiyas

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
ESCUELA DE POSGRADOS "ESPOG"
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO
INSTRUMENTO PARA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Estimado colega:

Se solicita su valiosa cooperación para evaluar la siguiente propuesta del proyecto de titulación: Influencia de la aplicación del Endomarketing en la motivación y rendimiento del personal de la empresa que brinda servicios de limpieza al norte de Quito, sus criterios son de suma importancia para la realización de este trabajo, por lo que se le pide brinde su cooperación contestando las preguntas que se realizan a continuación.

Datos informativos

 Validado por: Karen Vilagomez

 Título obtenido: Planner de Marketing

 C.I.: 179584361-1

 E-mail: vilagomez.k94@gmail.com

 Institución de Trabajo: Empresa de servicios de limpieza

 Cargo: Planner de Marketing

 Años de experiencia en el área: 3 años
Instructivo:

- Responda cada criterio con la máxima sinceridad del caso;
- Revisar, observar y analizar la propuesta del proyecto de titulación; y,
- Coloque una X en cada indicador, tomando en cuenta que Muy adecuado equivale a 5, Bastante Adecuado equivale a 4, Adecuado equivale a 3, Poco Adecuado equivale a 2 e Inadecuado equivale a 1.

Tema:

Indicadores	Muy adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
Impacto		X			
Aplicabilidad	X				
Conceptualización		X			
Actualidad	X				
Calidad Técnica		X			
Factibilidad	X				
Pertinencia	X				
TOTAL	20	12			

 Observaciones: Es un proyecto innovador que ayuda al aumento de la motivación y productividad

 Recomendaciones: Considero necesario crear una estrategia para resultados y aprendizaje en toda la empresa.

 Lugar, fecha de validación: 28/07/2023


 Firma del especialista
 Karen Vilagomez