

UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE

ESCUELA DE POSTGRADO



La construcción de la identidad cultural del Securityman y su
relación con la mejora del servicio de vigilancia privada de
Seguridad 111 S.R.L. en Lima, 2018.

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y
FINANZAS INTERNACIONALES - MBA INTERNACIONAL**

AUTOR

Gianfranco Antonio Bibolini Picón

Juan Carlos Gutiérrez Izquierdo

ASESOR

Dr. Juan Salazar Huapalla

Lima, Perú

2018

Dedicatoria

A mi esposa Valeria y a mis hijos Gabriel y Vania.

Gianfranco Antonio Bibolini Picón.

A mi padre Hernán que me dio las fuerzas necesarias para seguir adelante.

Juan Carlos Gutiérrez Izquierdo.

Agradecimientos

A Dios por permitirnos seguir este camino y a nuestra Santa Madre, la Virgen María, quien es la maestra de todos los maestros, Jesús de Nazareth nuestro maestro y guía también.

Al Doctor Juan Salazar Huapalla y a la Magister Carmen Valdivia Arenas, asesores de tesis, a nuestra tutora, Magister Clarisa Chuquipoma León, y a nuestro asesor en el área de estadística, Profesor Grimaldo Querevalú, quienes nos acompañaron con mucha paciencia y cariño.

Al Señor Contralmirante AP PhD Wilfredo Lafosse Quintana, director de la Escuela de Postgrado y a nuestra querida Alma Máter, la Universidad Católica Sedes Sapientiae representada por su Gran Canciller, Monseñor Lino Panizza Richero.

A todos los SecurityMan, a la empresa Seguridad 111 SRL y a sus clientes, quienes gentilmente nos brindaron la información para desarrollar este importante estudio que busca cambiar la vida de muchos peruanos.

A nuestras familias.

A nuestros compañeros y amigos.

Resumen

La identidad cultural de los agentes de vigilancia es un tema poco tocado por los investigadores y es una muestra del mal estado de la sociedad peruana. Nuestra investigación propone una manera de mejorar la situación de estos compatriotas y puede servir de base para generar un cambio social en el que las personas no se subestimen y se logre una verdadera inclusión social, mientras se mejora el rendimiento económico de las empresas de seguridad, al tenerse un trabajo de mejor calidad que incremente el valor del servicio.

A través de encuestas dirigidas a todos los clientes de Seguridad 111 SRL antes (noviembre, 2018) y después de la implementación de la cultura de SecurityMan (abril, 2019) y de una entrevista anónima posterior a los mismos agentes “SecurityMan” determinamos que, efectivamente, se logra mejorar la calidad del servicio de vigilancia que, además requiere con urgencia una ciudad tan insegura y violenta como la capital del Perú, Lima.

Palabras clave: identidad, cultura, agentes de vigilancia, compromiso, calidad de servicio.

Abstract

The security guard cultural identity is a researchers little touched topic and is a clear sign of the Peruvian society poor situation. Our research proposes a way to improve the life quality of a large part of our compatriots and can serve as a basis for generating a social change in which people stop underestimating themselves and achieve true social inclusion, while improving the security companies economic performance, having a better quality job that increases the value of the service.

Through surveys aimed at all Security 111 SRL customers before (november, 2018) and after the implementation of the SecurityMan culture (april, 2019) and an anonymous interview after the same “SecurityMan” agents we determine that, in fact, It is possible to improve the quality of the surveillance service, which also urgently requires a city as insecure and violent as Lima, the capital of Peru.

Keywords: identity, culture, surveillance agents, commitment, quality of service.

Índice temático

Dedicatoria	i		
Agradecimientos	ii		
Resumen	iii		
Abstract	iv		
Índice temático	v		
Lista de Tablas	viii		
Lista de Gráficos	viii		
Lista de Figuras	ix		
Introducción	1		
CAPÍTULO I: El problema de investigación			3
1.1. Planteamiento del problema.			3
1.2. Formulación del problema			7
1.2.1 Problema general.			7
1.2.2 Problemas específicos.			7
1.3. Justificación del tema de la investigación			7
1.4. Objetivos de la investigación			10
1.4.1 Objetivo general.			10
1.4.2 Objetivos específicos.			10
CAPÍTULO II: Marco teórico			11
2.1. Antecedentes del estudio			11
2.1.1. Análisis de tesis internacionales.			11
2.1.2. Análisis de tesis nacionales.			16
2.2 Bases teóricas			23
2.2.1 Identidad cultural y desarrollo territorial.			30
2.2.2 Cultura de los sistemas organizacionales.			32

2.2.3	Niveles de identidad cultural.....	33
2.2.4.	La seguridad.....	39
2.3.	Definición de términos básicos.....	44
2.4.	Hipótesis de Investigación.....	46
2.4.1	Hipótesis general.....	46
2.4.2	Hipótesis específicas.....	46
CAPÍTULO III: Metodología.....		47
3.1.	Enfoque de la investigación.....	47
3.2.	Alcance de la investigación.....	47
3.3.	Diseño de la investigación.....	47
3.4.	Descripción del ámbito de la investigación.....	48
3.5.	VARIABLES.....	48
3.5.1.	Definición conceptual de las variables.....	48
3.5.2.	Definición operacional de las variables.....	50
3.6.	Delimitaciones.....	51
3.6.1	Temática.....	51
3.6.2	Temporal.....	51
3.6.3	Espacial.....	51
3.7.	Limitaciones.....	51
3.8.	Población y muestra.....	52
3.9.	Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	52
3.10.	Validez y confiabilidad del instrumento de medición.....	53
3.10.1	Validez con el indicador V de Aiken.....	53
3.10.2	Confiabilidad con el Alfa de Cronbach.....	55
3.11.	Plan de recolección y procesamiento de datos.....	56
CAPÍTULO IV: Desarrollo de la investigación.....		59
4.1	Los servicios de vigilancia y seguridad en el Perú.....	61
4.2	Percepción de los usuarios del servicio de vigilancia – diagnóstico inicial.....	69
4.3	La implementación de la cultura de SecurityMan.....	75
4.3.1	Proceso de preparación de la aplicación de la estrategia.....	76
4.3.2	Programa de capacitación SecurityMan.....	80
4.4	Resultados de la puesta en marcha del programa.....	83
4.4.1	Criterios y dimensiones de evaluación.....	84

4.4.2	Los valores de la cultura del SecurityMan y su efecto en la calidad del servicio.	92
4.4.3	Las creencias de la cultura del SecurityMan y su influencia en la calidad del servicio.	93
4.4.4	Los Comportamientos del SecurityMan y su influencia en la calidad del servicio.	94
4.5	Evidencia de los cambios en la calidad del servicio luego de la implementación.	95
4.6	Percepción de los agentes Security Man con respecto a los cambios	98
4.7	Estrategia de consolidación de SecurityMan	103
4.8	Nuevo escenario después del inicio de SecurityMan	105
CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones		107
5.1.	Conclusiones.....	107
5.2.	Recomendaciones.....	109
BIBLIOGRAFÍA		111
ANEXOS		115
Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio.....		116
Anexo 2: Formato y encuestas 1 y 2 realizadas		117
Anexo 3: Formato y entrevistas realizadas al personal de SecurityMan		146

Lista de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables del estudio	50
Tabla 2 V de Aiken primera encuesta	54
Tabla 3 V de Aiken segunda encuesta	54
Tabla 4 V de Aiken usuarios	55
Tabla 5 Plan de recolección y procesamiento de datos.....	58
Tabla 6 Programa de capacitación SM para la empresa 111. Lima 2019	82

Lista de Gráficos

Gráfico 1 Valores. Nivel de compromiso del agente de vigilancia	70
Gráfico 2 Valores. Nivel de presentación y puntualidad	71
Gráfico 3 Valores. Calidad de servicio	72
Gráfico 4 Comportamientos. Nivel de cumplimiento de las labores asignadas	72
Gráfico 5 Comportamientos. Asistencia	73
Gráfico 6 Comportamientos. Imagen de honestidad y confianza.....	73
Gráfico 7 Creencias. Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas	74
Gráfico 8 Creencias. Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar .	75
Gráfico 9 Valores. Nivel de compromiso del agente de vigilancia	84
Gráfico 10 Valores. Presentación y puntualidad	85
Gráfico 11 Valores. Calidad de servicio	86
Gráfico 12 Comportamientos. Nivel de cumplimiento de las labores asignadas	87
Gráfico 13 Comportamientos. Asistencia	88
Gráfico 14 Comportamientos. Imagen de honestidad y confianza	89
Gráfico 15 Creencias. Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas	90
Gráfico 16 Creencias. Imagen de estar cualificado para las tareas a desarrollar.....	91

Gráfico 17 Evaluación de valores	92
Gráfico 18 Evaluación de creencias	94
Gráfico 19 Evaluación de comportamientos	95
Gráfico 20 Comparativo: valores y mejora de la calidad de servicio	95
Gráfico 21 Comparativo: comportamientos y mejora de la calidad de servicio	96
Gráfico 22 Comparativo: Creencias y mejora de la calidad de servicio	97

Lista de Figuras

Figura 1 Estadísticas de fiabilidad de Cronbach	56
Figura 2 Distribución de las empresas de seguridad a nivel nacional	62
Figura 3 Distribución de personal de las empresas de seguridad en América Latina ¡Error!	

Marcador no definido.

Figura 4 Estadística de consideración de la delincuencia como problema ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 5 Licencias de uso de armas en el Perú.....	67
Figura 6 Equipo de SecurityMan de Seguridad 111 SRL	69
Figura 7 Equipo de SecurityMan durante la implementación	80
Figura 8 Criterios y dimensiones de evaluación.....	83

Introducción

Aunque los vemos diariamente, no los observamos en realidad. Son parte del paisaje urbano; sudando o mojándose bajo la lluvia y soportando la humedad de la ciudad con un uniforme que retiene el calor del sol pero que aleja el calor humano. Despreciados y relegados: Todos les gritan y exigen y ellos deben mantener la cordialidad. Vigilan celosamente las operaciones de las empresas y los movimientos de las personas, llegando a saber más de la rutina que sus propietarios; y otras veces, en condominios y barrios siendo adultos mayores informales que recolectan cada vez menores pagos de cada vez menos vecinos.

A veces con turnos de más de 24 horas porque no hay relevo en los feriados. Impecables, aunque nadie sabe cuándo pueden lavar sus prendas, si almorzaron o si necesitan ir al baño. No pueden enfermarse y no pueden reclamar. Los vemos, pero no los tenemos en cuenta: son invisibles a nuestra consideración y a la del resto de los peruanos.

La cultura de SecurityMan busca construir un sentimiento de pertenencia y brindar un trato profesional a los agentes de vigilancia y se ha demostrado que ello mejora la calidad y el valor del servicio, además de brindarle valor a su trabajo partiendo de un antecedente peruano en la cultura de Liderman (Calvo Pérez, 2013). Pero necesitamos una poderosa identidad que haga suya a la cultura de manera permanente.

Tratamos el tema en dos grandes partes. La primera parte incluye los 3 primeros capítulos.

En el primer capítulo evaluamos el problema de identidad cultural proponiendo el objetivo del estudio que es determinar si la construcción de una identidad cultural mejorará el servicio de vigilancia y, también, las condiciones de vida de estas personas: Para ello investigamos la aplicación de métodos de sensibilización, capacitación y entrenamiento que son elementos clave para dar un profesionalismo que no tiene el agente de vigilancia.

En el segundo capítulo revisamos tesis nacionales y extranjeras y analizamos la importancia de las competencias de gestión humana. Las empresas necesitan capacitar a su personal para mejorar el desempeño y ello impacta de manera positiva en el servicio y la satisfacción del cliente y esto se observa en una de las tesis estudiadas. En otras tesis

observamos que la identidad cultural es un poderoso ingrediente para construir el sentido de pertenencia a un grupo generando confianza y compromiso por lo que es muy necesario fortalecerlo.

Luego, en el tercer capítulo describimos la metodología usada que es cualitativa del tipo descriptivo causal. Así, utilizamos una encuesta y una entrevista para determinar cómo se afectan las dos variables que son la identidad cultural y el servicio de vigilancia de todos los clientes (14) de la empresa Seguridad 111 SRL que se encuentran en diferentes rubros de actividad empresarial obteniendo muy buenos resultados con la V de Ayken y el Alfa de Cronbach que le dan fiabilidad a nuestra investigación.

Más adelante, en el capítulo cuarto describimos el estudio, partiendo de la empresa seleccionada dentro del rubro de vigilancia regulado por la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones, y Explosivos de Uso Civil, SUCAMEC para establecer el requerimiento de la política de SecurityMan. Interpretamos las encuestas y entrevistas determinando que, después de la implementación de la cultura de SecurityMan se confirma nuestra hipótesis. Finalmente señalamos las acciones que se están implementando para fortalecer esta política apoyándose en la tecnología de avanzada en un camino de mejora. En el último capítulo brindamos nuestras conclusiones y recomendaciones.

Implementar la cultura del SecurityMan mejora la calidad del servicio de vigilancia sin tener que elevar los salarios con algunas acciones significativas como la entrega de certificados y asignación de rangos que mejora intensamente la autoestima de los trabajadores y los convierte en propietarios y defensores de su cultura.

Como una recomendación muy importante se le pide a la SUCAMEC que trabaje en equipo con la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral, SUNAFIL para cruzar información e impedir que se sigan cometiendo abusos con el personal de agentes de vigilancia y se propone una franquicia que podría funcionar con todas las empresas de seguridad si la SUCAMEC hace obligatorio el identificarse con una cultura organizacional.

CAPÍTULO I: El problema de investigación

1.1. Planteamiento del problema.

Actualmente el Perú atraviesa una crisis de identidad cultural debido a una serie de motivos de fondo entre los que se pueden considerar: el nivel crónico o ausencia de educación, movimiento de inmigración hacia Lima y hacia las principales ciudades de la costa, carencia de políticas sociales estatales adecuadas y abandono de las prácticas culturales locales y tradicionales; al buscar imitar culturas foráneas, con un progresivo alejamiento de la universalidad del proceso contemporáneo, del que se siente ajeno, desestimando a nuestros valores culturales tradicionales como parte del pasado y valorando lo moderno es copia de otras culturas imitables, pero ajenas. El Estado ha tenido una actuación sin un sincero protagonismo y sin un compromiso real de cambio, cumpliendo exigencias internacionales y distanciándose progresivamente de la oportunidad de construir una verdadera identidad cultural (Grimaldo, 2006). Esto se ve reflejado en los últimos niveles en indicadores de la situación de la educación de nuestros niños como PISA en los que nuestro país queda último entre los países latinoamericanos y en el puesto 64 de 77 países evaluados (OECD, 2019).

Esto genera una falta de arraigo y de sentido de pertenencia por el que las personas que llegan a Lima no se sienten limeñas y tampoco se sienten orgullosas de su lugar de origen.

Este sentir es transmitido a sus hijos y los padres (no) les permiten aprender las competencias para la vida, en este caso, en la capital. Por el contrario, aprenden a hacer trampa y a buscar formas para burlar al sistema, (Barroso, 2006) o a destruir las obras públicas que se sienten ajenas.

Esta crisis de identidad afecta precisamente a las personas de bajos recursos, desempleados y subempleados, muchos de los que son inmigrantes, que tienen muy bajas oportunidades de educación y trabajan, por necesidad, desde muy temprana edad.

Vendedor ambulante o taxista son algunas de las maneras en las que estos adultos buscan tener un emprendimiento para superar las necesidades económicas. Sin embargo,

solamente el 20% de los emprendimientos sobreviven en los primeros dos años (Schnarch, 2013). ya que no se llegan a convertir en verdaderas empresas sino solamente responden a una necesidad de urgencia y no se formalizan adecuadamente, consumiendo rápidamente sus recursos financieros. Tenemos un Perú formal y de un Perú informal, que se mantiene marginado, conformado por muchos emprendedores que, sin embargo, no pueden salir de la informalidad por las dificultades y trabas que coloca el sistema, pero que controlan una buena parte del comercio, transporte y el rubro de servicios y que, según el autor, impulsan el desarrollo del país y necesitan una revolución que cambie un modelo colonial antiguo (De Soto, 1987).

Según la Encuesta Nacional de Hogares en la población peruana de entre 15 y 29 años, que se calcula en 7.226 millones de personas, se tiene a 1.365 millones de personas, que constituyen el 19% de este grupo, que no estudian ni trabajan. Estos son coloquialmente llamados “NINIS.” Entre el grupo de 3.444 millones que puede laborar, (47.7%) uno de los empleos más accesibles, al no contar con educación ni experiencia, y ante la urgencia económica, es el de agente de vigilancia privada (INEI, 2017).

Luego de desempeñarse unos años como agentes de vigilancia, lo más probable es que sigan desarrollando esta labor, debido a que los encargados de recursos humanos de las empresas valoran la experiencia acumulada en ello y al mismo tiempo, no la consideran útil para otros puestos, desestimando habilidades duras y blandas y otras capacidades.

Este trabajo es despreciado por la mayoría de limeños y recibe el calificativo despectivo de “guachimán,” un nombre que indigna y que duele, y que se relaciona con la visión criolla de una persona poco preparada, oportunista a la que no le gusta la formalidad y que consigue trabajos temporales que no requieren mayor complejidad y que no guardan relación con el empleo anterior buscando solamente llegar con dinero suficiente para cumplir con las obligaciones del mes y sin objetivos de mediano plazo con lo que se evidencia una falta de línea de carrera profesional y ausencia de estímulos de desarrollo profesional o crecimiento personal (Calvo Pérez, 2013). Este trabajador es visto como una persona informal, irrespetuosa y que toma confianza, siendo entrometido, con las personas en el trabajo. Esto es parte de la cultura de violencia, cultura combi o cultura chicha con una gran connotación negativa: cosas mal hechas, inescrupulosas, agresivas y hasta delictivas que

aprenden los niños y forma parte de lo que consideran normal y guían su actuar (Grimaldo, 2006).

Es interesante señalar que esto también sucede en otros países en los que el trabajo de vigilante en las diferentes instituciones tampoco es convenientemente valorado y es objeto de sátira en películas y novelas particularmente de la cultura norteamericana.

El trabajo del agente de vigilancia privada se hace mal o de mala gana. Los agentes no se interesan en mejorar y no tienen compromiso. Se presenta un ausentismo marcado y se dan faltas de manera reincidente. Los agentes acumulan jornadas laborales por la inasistencia de sus compañeros y trabajan a veces si asearse y sin alimentarse apropiadamente. Se tiene una mala actitud que se siente en el trato hacia el cliente que lleva también a que la empresa de seguridad no logre renovar sus contratos con los clientes. Se forma un círculo vicioso en el que la calidad del servicio se perjudica progresivamente.

El trabajo de un agente de vigilancia privada se realiza, por lo general, de manera empírica ya que las empresas no dedican mucho presupuesto a su capacitación y entrenamiento, debido a la alta rotación y también al bajo precio del servicio pagado por los clientes, y al llevar a cabo sus labores cotidianas transmiten desconocimiento de sus funciones y sus objetivos. Sus supervisores tampoco muestran interés en mejorar su trabajo ya que sufren del mismo trato y se tiene una desconexión entre lo prometido al cliente por la empresa de vigilancia y lo ejecutado en el servicio cotidiano. Y sin embargo son quienes requieren mayor capacitación y entrenamiento (Calvo Pérez, 2013).

En el servicio de vigilancia privada se observa ausencia de vocación, en muchos casos, para brindar un buen desempeño y un servicio que transmita tranquilidad al cliente. A esto se suma una falta de conciencia en la trascendencia de su trabajo y de la misión de su labor que es muy valiosa. Al enfrentarse a situaciones incómodas de conflictos personales dentro del lugar destacado los agentes de vigilancia carecen de recursos para solucionarlos y utilizan la violencia y esto se refleja luego en sus hogares en los que, debido a la jornada laboral de doce horas y a las demoras generadas en el transporte por el complicado tránsito vehicular urbano, permanecen muy poco tiempo y las relaciones familiares tienden a deteriorarse.

Para el trabajo en equipo se deben evitar disfunciones en las acciones de los colaboradores. Los trabajadores deben desarrollar los trabajos que les corresponden dentro del plan de trabajo del equipo (Lencioni, 2003).

En la primera experiencia laboral los agentes abandonan la empresa al recibir sus remuneraciones incompletas y fuera de tiempo (Calvo Pérez, 2013). Las empresas de seguridad no cumplen con pagarle al agente de vigilancia privada las horas extras diurnas y nocturnas con las tasas que corresponde según el Decreto Supremo número 007 – 2002 – TR. En otros casos si lo hacen, pero de manera ilegal, a través de conceptos no remunerativos, y genera, además, que las gratificaciones, CTS y otros beneficios tengan una base errónea de cálculo y se reciban montos menores a los que corresponde. Otra práctica que realizan algunas empresas de seguridad es descontarles su uniforme de trabajo, que, por ley, están obligados a entregar o hacer que paguen sus exámenes médicos ocupacionales y cursos indicados en el Decreto Supremo 005 – 2012 -TR. En otros casos se les considera de permiso sin goce de haber o de vacaciones cuando tienen que asistir al médico o se les ordena reposo médico o cuando tienen que asistir a los cursos obligatorios y que deberían ser realizados en horas laborables. Para no tener problemas legales con respecto al descuento por el uniforme en la liquidación de beneficios sociales, algunas empresas de seguridad hacen firmar a los agentes un vale de préstamo por el valor del uniforme. La cantidad en soles que se registra en el vale no es el valor real de compra al por mayor sino el valor de mercado que es mayor. En otros casos más graves firman un recibo en blanco.

Si el agente reclama no se le contrata o se le amenaza con dar una mala recomendación de su trabajo cuando llamen a realizar las indagaciones sobre su hoja de vida o reportarlo a las autoridades como al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, MTPE. Se observa la ausencia de un sistema que ofrezca una identidad y una línea de desarrollo a los agentes de vigilancia privada. Así los agentes se mantienen en un círculo vicioso y rutinario sin vislumbrar mejoras o progreso en su desarrollo profesional. De continuar esta situación el servicio de agentes de vigilancia privada seguirá perdiendo valor con lo que el precio del servicio bajará y se contratará a personal con menos aptitudes o informalmente, debido a la disminución del precio. Es importante señalar que la mayor parte de los vigilantes que existen en el Perú desarrollan su trabajo de manera informal, y esto puede ser fuera de

planilla o contratados por empresas directamente. Esto se observa mucho en las urbanizaciones y en calles que cuentan con rejas o dispositivos de seguridad.

El mercado de la seguridad ha crecido y ahora se brindan mejores servicios con ayuda de la tecnología, pero la participación de las empresas formales no logra romper la barrera del 50%, a pesar del aumento de la delincuencia y el aumento de la violencia en la capital.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema general.

¿Cómo influye la construcción de la identidad cultural del SecurityMan en la mejora del servicio de vigilancia privada de seguridad 111 SRL en Lima?

1.2.2 Problemas específicos.

- ¿Cuáles son los valores de la cultura del SecurityMan que inciden en la mejora del servicio de vigilancia privada de Seguridad 111 SRL en Lima?
- ¿Cuáles son las creencias de la cultura del SecurityMan que inciden en mejora del servicio de vigilancia privada de Seguridad 111 SRL en Lima?
- ¿Cuáles son los comportamientos de la cultura del SecurityMan que inciden en la mejora del servicio de vigilancia privada de Seguridad 111 SRL en Lima?

1.3. Justificación del tema de la investigación

Esta investigación tiene como propósito principal identificar, investigar y desarrollar, bajo un diferente sistema, nuevos métodos de sensibilización, capacitación y entrenamiento que fortalezcan el compromiso, actitud y valores del agente de vigilancia privada en el desarrollo de sus labores, brindándole una nueva identidad cultural con un alto nivel de confianza y un poderoso sentido de pertenencia que generen un alto nivel de compromiso y

una mejora en la calidad del servicio que finalmente contribuya a la formalización de esta actividad en nuestro país, sobre todo en una ciudad tan insegura y violenta como Lima.

El trabajo que desarrollan los agentes de vigilancia privada es vital para las empresas e instituciones en un contexto actual de mucha violencia, a pesar del bajo presupuesto destinado anualmente para este rubro.

Un agente de vigilancia privada identificado con los valores de la empresa a la que pertenece estaría más comprometido con su labor y marcaría una gran diferencia en la experiencia del cliente al cual presta servicio, ya que el agente representa también la imagen del cliente. Una actitud diferente en el agente de vigilancia privada se siente de inmediato y, como es de notar, los usuarios aprecian un buen trato, gentileza, respeto y caballerosidad. Los agentes de vigilancia son el primer rostro que ven tanto los trabajadores de la empresa a la que son destacados como sus clientes y es claro que nada borra una primera mala impresión, ni siquiera un excelente trato de la recepcionista que es la segunda persona en contactar a posibles clientes. Estos clientes podrían volverse clientes de la empresa de seguridad si reciben un excelente trato.

Al no contarse con un modelo de comportamiento a seguir no se persigue un cambio en la actitud, y disminuye el nivel de compromiso con lo que se deterioran las creencias y disminuyen también los valores del individuo y disminuye el sentido de pertenencia. La falta de compromiso no mejorara la estabilidad laboral, y no se puede ver una línea de carrera que tenga incentivos que no necesariamente tengan que ser del tipo remunerativo para el agente de vigilancia privada como algunas ventajas que se van teniendo en la carrera militar de manera independiente a los sueldos y remuneraciones.

El aumento del comportamiento de ausentismo contribuye al deterioro de la relación de confianza con la empresa a la que se le brinda el servicio. Ello disminuye la calidad del servicio y las empresas clientes terminan sus contratos con las empresas de vigilancia. Muchas empresas de vigilancia pasan a la informalidad y también lo hacen las empresas que son clientes contratando de manera informal a personal para vigilancia bajo otros cargos como auxiliares de servicios.

Con el aumento del ausentismo muchas empresas utilizan los turnos dobles con lo que hacen que el agente de vigilancia trabaje hasta 24 horas seguidas, constituyendo un abuso total, que desgasta físicamente al personal, y también se genera un incremento necesario de la rotación que obliga a las empresas de seguridad a tener que estar capacitando constantemente a personal nuevo y no se puede continuar con el plan de capacitación, teniéndose, en promedio, personal cada vez menos capacitado. Generalmente ese personal que tiene que trabajar 24 horas lo hace de muy mala gana y renuncia a la primera oportunidad y muchas veces dejando de relevar a un compañero lo cual no deja de crear problemas operativos.

Los agentes vienen de otras empresas, muchas veces, con creencias y valores negativos y con mucho resentimiento por el mal trato. En general, la capacitación es deficiente y, en la mayor parte de los casos, no tienen ningún tipo de capacitación adicional anual a la que se obliga legalmente.

Como equipo de tesis es muy importante para nosotros realizar este trabajo, pues nos toca considerablemente como miembros de esta sociedad y como futuros Maestros en administración de empresas, conocer las causas que genera la falta de identidad cultural en el agente de vigilancia privada y el impacto que tiene en la productividad laboral de las empresas además de las consecuencias que esto trae tanto en el ámbito privado y estatal. El Perú se encuentra en una etapa de crecimiento y los empresarios necesitan dedicarse a desarrollar sus emprendimientos mientras las empresas de seguridad, a través de los agentes de vigilancia privada, cuidan de los bienes, que tanto esfuerzo les ha costado conseguir a estos empresarios. Se requiere mayor inversión extranjera y que los turistas caminen de manera libre por nuestras calles apreciando nuestro hermoso país. Los agentes de vigilancia privada están también en los aeropuertos, embajadas, centros comerciales, culturales, bancos, transportistas, instituciones públicas y en todos los ámbitos en los que se desarrolle actividades empresariales y públicas. Hace mucho tiempo apreciábamos un comercial de televisión en el que una turista le pedía información a un agente de vigilancia y su falta de conocimiento de inglés provocaba burlas de los televidentes. Hoy en día un agente de vigilancia capacitado también podría ayudar a que el turista se sienta cómodo y se promueva el retorno de los que llegan al Perú. Lo que sucede es lo contrario porque luego de ser mal

atendidos no vuelven a visitarlo y recomiendan a sus familiares y amigos no hacerlo al contrario de lo que sucede en otros países que son visitados con una frecuencia mayor.

Es muy importante que los agentes de vigilancia se formalicen y ello depende de la demanda de agentes de vigilancia privada provenientes de empresas formales que cumplan con una cultura que refleje compromiso, valores y una verdadera calidad en el servicio.

Si el mercado tiene la opción de comprar un servicio diferente, puede elegirlo, en vez de contratar de manera informal, y esto contribuye a disminuir la informalidad del sector que es muy alta y de nuestro país. Por ello, se considera muy valioso estudiar cómo mejorar la calidad del servicio y hacerlo más competitivo y generar razones de compra de un servicio formal.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general.

Determinar cómo influye la identidad cultural del SecurityMan en la mejora del servicio de vigilancia privada de la empresa Seguridad 111 SRL en Lima.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Establecer que valores de la cultura del SecurityMan influyen en la mejora de la calidad del servicio del agente de vigilancia privada.
- Establecer que creencias de la cultura del SecurityMan influyen en la mejora de la calidad del servicio del agente de vigilancia privada.
- Establecer que comportamientos de la cultura del SecurityMan influyen en la mejora de la calidad del servicio del agente de vigilancia privada.

CAPÍTULO II: Marco teórico

En este capítulo investigamos 6 tesis internacionales y 6 nacionales relacionadas con la cultura, la forma en la que se realiza la capacitación cultural y cómo la aplican en el servicio de seguridad física desarrollado por los agentes de vigilancia. En base a ello y a lo estudiado en la bibliografía sentamos nuestras bases teóricas tanto de la cultura como de la seguridad y definimos los términos básicos para presentar nuestra hipótesis de trabajo.

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Análisis de tesis internacionales.

Juan Sebastián Sterns Mogollón elaboró una tesis titulada “Impacto de la aplicación del concepto de competencias en la gestión humana de un grupo de empresas del área de vigilancia y seguridad privada”, para optar el grado de licenciado en ciencias económicas y administrativas en la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia (2011). En esta tesis se observa la carencia de modelación de las competencias en un mundo cada vez más global y la necesidad de las organizaciones de contar con personal capacitado. Se evalúa mediante encuestas el impacto de la aplicación de un modelo de gestión por competencias al personal de dos empresas de seguridad privada, encontrándose que el capacitarse se constituyó en un gran avance para su desarrollo y desempeño laboral y que es una ventaja silente para conseguir trabajo más adelante. Conocer el tema de las competencias y transmitirlo a los compañeros de trabajo es muy importante para los trabajadores de una empresa de seguridad.

La gran mayoría de los entrevistados considera que la capacitación ha hecho que se desempeñen mejor en sus puestos. Consideran los conceptos como adecuados a sus cargos y muchos los están aplicando en sus labores porque consideran que cambió la manera de realizar las cosas en sus puestos de trabajo. Se determinó, además, que los jefes si estaban involucrados al desarrollar los programas de capacitación y competencias y que era algo muy necesario para el éxito del programa en ambas empresas.

Juan Sebastián Gutiérrez Medina y Diego Alberto López Castro elaboraron una tesis titulada “Investigación sobre la relación entre la medición de competencias y el índice de satisfacción del cliente en la empresa de seguridad Toronto SA” para optar el título universitario de administración de empresas en la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia (2012). La competencia en el sector de vigilancia es difícil y un modelo de competencias hace que las empresas se diferencien y se brinde mayor valor al cliente buscándose una mayor homogeneidad en el personal para hacer que el cliente se sienta “a salvo” y buscar disminuir la alta rotación de personal y permanente pérdida de clientes. Para ello se busca determinar la relación existente entre la evaluación de competencias de Toronto SA y sus índices de satisfacción con una muestra evaluando a 40 clientes, en las zonas sur y norte, con 206 vigilantes evaluados.

Luego del análisis no se pudo determinar la relación (posible) pero se concluyó que el modelo de competencias ofrecía un valor distintivo al cliente con una ventaja competitiva con el resto de las empresas de seguridad al disminuir la dispersión de las competencias. El estudio plantea evaluar más factores que los revisados, tangibles, de relación, de pericia y concentración y contar con mayor cantidad de informantes y no solamente uno porque no se pudo ingresar a la empresa. Las calificaciones individuales no tienen efecto sobre la satisfacción sino el agregado a nivel de equipo. El cliente percibe al equipo en conjunto por lo que se requiere asegurar un mismo nivel de desarrollo entre los vigilantes que trabajan con determinado cliente.

Lesly Estefanía Flores Rivera elaboró una tesis titulada “Identidad nacional y carácter cívico político”, para obtener el grado de magister en asuntos políticos y políticas públicas en el Colegio de San Luis de Potosí, México (2018). ¿Qué es la identidad nacional? ¿Por qué bajo la óptica de un enfoque político se toma como una unidad de análisis al Estado-Nación para estudiar la identidad nacional? Las personas están unidas bajo una supuesta homogeneidad cultural en un territorio en el que tienen un poder legítimo de uso de fuerza. El Estado-Nación busca crear un sentimiento de identidad construyendo una imagen de nación empleando a la cultura mayoritaria en contra de un enemigo común. Sin embargo, con la modernidad el papel del Estado-Nación concluye y comienza el individualismo y los mercados globales e instancias suprarregionales toman su lugar al quebrarse los lazos entre el individuo y el estado, debilitándose valores e instituciones y falta de sentido de pertenencia

(carácter cívico político) desapareciendo el nacionalismo o conciencia nacional. En este estudio se analizan dos ciudades, una en México y otra en España comparando sus identidades sociales y su carácter cívico político. Siendo conceptos difíciles e hijos de la modernidad, los Estados Nación integran, pero no son homogéneos y el carácter cívico político (participación) y la identidad nacional (pertenencia) nacen con la aparición de los Estados Nación. Son dinámicos, varían, tienen un principio y un final y esto influye notablemente en la identidad nacional.

Alejandro Valverde Vargas elaboró una tesis titulada “Propuesta de mejora del clima organizacional para la empresa de seguridad agencia Valverde Huertas AVAHUER” para obtener el grado de magister en administración y dirección de empresas con énfasis en gerencia en la Universidad Rodrigo Facio de Costa Rica (2009). El estudio busca mejorar el clima organizacional de la empresa AVAHUER de Costa Rica para continuar creciendo en el mercado. Así se recolecta información sobre el estado de la empresa y se realiza una encuesta a los trabajadores, pero también se realiza un extenso análisis para con todo ello plantear una mejora conjunta que mejore la participación en el mercado. Pero primero es claro que la materia prima son las personas y se requiere contar con empleados más fieles y felices con la empresa porque hay mucha demanda y se tiene poca mano de obra y se tendría que atraer personal de la competencia y eso no es lo que se busca. El clima es dinámico y se basa en las percepciones del personal, pero también puede medirse por los métodos de mando o influencia, las fuerzas de motivación, los procesos de comunicación, los procesos de toma de decisiones, la planificación, el control y los objetivos. Es importante también poder estudiar experiencias que en otros lugares han funcionado bien y para ello se observan las dimensiones: percepción de la estructura, empoderamiento, recompensa, desafío, relaciones gratas, espíritu de cooperación, estándares de rendimiento, manejo de conflictos y el más importante que es la Identidad o el sentido de pertenencia. Los trabajadores esperan retroalimentación, conciencia de las reglas, incremento en la comunicación evitando el autismo, confrontación, educación, participación, responsabilidad, energía y optimismo crecientes evitando la rotación de personal que alcanza índices de entre 20 y 30 por ciento. En AVAHUER la filosofía es que todos deben saber todo, pero los procedimientos no los tienen documentados y no se capacita al personal. También se tiene problemas de comunicación y se requiere realizar cambios en los procesos y confeccionar procesos nuevos como los planes de motivación, controles en logística y tecnología web, atracción,

reclutamiento y selección de personal para lograr consolidarse como empresa líder en el ámbito de seguridad en Costa Rica.

Carlos García-Guiu López elaboró una tesis titulada “Liderazgo transformacional y auténtico en organizaciones de seguridad, emergencia y defensa. Relaciones del liderazgo con la identificación grupal, la cohesión de la unidad y la potencia grupal.” para obtener el grado de doctor en la Universidad de Granada, España (2014). Se estudia el liderazgo transformacional y auténtico relacionado con la identificación grupal, la justicia organizacional, la cohesión y la potencia grupal desde la perspectiva del equipo mínimo. (Pelotón, de 3 a 23 personas) Se requiere mantener la capacidad operativa y reaccionar ante crisis y emergencias. Primero se estudia el liderazgo en el ejército, luego se estudia el liderazgo auténtico que favorece la percepción de la justicia que facilita la cohesión y la identificación con la organización. La tercera analiza estas relaciones en las unidades de policía y bomberos. Se utiliza este tipo de organizaciones porque se basan en el liderazgo y se crea el “nosotros” y la potencia grupal o “la creencia colectiva de los miembros de que el grupo puede ser efectivo” que es muy útil al enfrentar situaciones y brinda rendimiento grupal. Se concluye que el liderazgo transformacional se relaciona positivamente con la potencia grupal considerando la influencia de la identificación y cohesión grupal y teniendo en cuenta que es difícil ser medido en situaciones reales. La identificación grupal permite desarrollar funciones de adaptación, expresión de valor, cognoscitivas y defensivas favoreciendo la organización y la coordinación ante contextos de riesgo, aislamiento, falta de comunicación e incertidumbre. La cohesión grupal es ayudada por la relación líder-seguidor y los factores que la apoyan son la distribución de responsabilidades, comunicación efectiva, revisión de procedimientos de trabajo y definición de objetivos comunes asumiendo la tarea del líder como propia.

El estudio sin embargo tiene limitaciones como el que las medidas empleadas provienen de autoinformes, que se haya estudiado los factores de manera grupal ya que la identificación social es un fenómeno individual. Los líderes requieren una adecuada formación y competencias para favorecer el liderazgo transformacional y con ello se favorecerá la potencia grupal al desarrollarse una identificación grupal con cohesión en el equipo para cumplir la misión.

López Cañas Ricardo Ernesto (2014) realizó un estudio titulado: “Identidad cultural de los pueblos indígenas” para obtener el título de licenciado en la Universidad Rafael Landívar, Guatemala (2014). El objetivo de estudio del investigador consistió en analizar y determinar los elementos de la identidad cultural de los pueblos indígenas, así como la interacción de estos grupos en la sociedad. El tipo de investigación es de método descriptivo. Las conclusiones presentadas por el autor sobre este tema de investigación son las siguientes: La identidad cultural de los pueblos indígenas latinoamericanos es entonces el conjunto de elementos que permiten el sentido de pertenencia a determinado grupo, esta diversidad de identidades es uno de los factores más ricos en Guatemala y una de sus principales características sociales, así mismo, de observar y analizar los distintos medios que utiliza tanto el Estado como la sociedad en general para la inclusión y protección de la identidad cultural, se puede identificar los factores que colocan a estos grupos en situación de desventaja, los cuales son: pobreza, exclusión, discriminación y falta de acceso a educación. Los elementos que conforman la identidad cultural son: el idioma, traje o vestido tradicional, costumbres y tradiciones, cosmovisión y auto adscripción. Los cuales, ejercen influencia en el actuar y pensar de los pertenecientes a un grupo indígena, pues son elementos que unifican un estilo de vida y que les permiten diferenciarse de otros.

Las recomendaciones más relevantes de la investigación revisada son, en primer lugar, la recomendación al estado de Guatemala para la ampliación de medios de protección para la identidad cultural, además, la creación de campañas orientadas a todos los sectores de la sociedad con el fin de instruir a las personas para evitar todo tipo de discriminación hacia los pueblos indígenas, y finalmente. La necesidad existente de publicitar los derechos de identidad cultural, para procurar una interrelación cultural más desarrollada y madura, pues teniéndose el conocimiento adecuado y las bases identificadas puede acortarse la brecha de discriminación y abuso.

Se hace un llamado, al Ministerio de Cultura y Deportes a exaltar las costumbres y tradiciones que conforman la identidad cultural, esto con el propósito de mostrar que los elementos que identifican a los pueblos originarios como idioma, traje, cultura, cosmovisión y auto adscripción forman parte de un estilo de vida organizado y no son sinónimo de atraso o ignorancia.

Se invita, a través de esta tesis, a todo ciudadano guatemalteco, a conocer y respetar los elementos de identidad cultural de los pueblos indígenas, sintiendo un sincero orgullo de las propias características que conforman nuestra sociedad como multicultural, pluriétnica y multilingüe, tales como el idioma indígena, el traje, la cultura, las costumbres y tradiciones, cosmovisión y todos los demás que identifiquen la identidad cultural de los pueblos indígenas.

2.1.2. Análisis de tesis nacionales.

Ciro Flores Orozco elaboró una tesis titulada “Identidad cultural y aprendizaje significativo en los estudiantes de música de la UNE Enrique Guzmán y Valle – 2016” para obtener el grado de magister, UNE Enrique Guzmán y Valle, Lima (2016). El autor tiene como objetivo de investigación determinar la relación que existe entre la identidad cultural y el aprendizaje significativo en los estudiantes de música de la universidad nacional de educación Enrique Guzmán y Valle. El tipo de investigación es cuantitativo no experimental, y su población fue conformada por cien estudiantes de esta casa de estudios.

La investigación concluye que la identidad cultural frente al aprendizaje significativo, representa un compromiso importante de los estudiantes a través de la identificación, cumpliendo con mejores resultados el trabajo académico diario. Por ello, esta investigación confirma que existe relación significativa entre la percepción de la identidad cultural y el aprendizaje significativo de los estudiantes de música de la universidad nacional de educación Enrique Guzmán y Valle.

Las recomendaciones que se exponen son las siguientes:

- Al comprobar que existe una relación significativa entre identidad cultural y aprendizaje significativo en los estudiantes de música, se recomienda la formación continua de saberes previos a los docentes del área, para mejorar el sentido de pertenencia, que se verá reflejado después en el aprendizaje del área de música que aportará significativamente al mejoramiento de la calidad académica de los futuros profesionales de música.
- El proceso de aprendizaje significativo en los estudiantes debe ser construido considerando los saberes previos, la información nueva, asimismo la elaboración

del aprendizaje para mejorar y fortalecer la identidad cultural en los estudiantes de música en esta casa de estudios.

- Recomienda a los estudiantes provenientes del campo a la ciudad no abandonar sus elementos culturales que provienen de sus ancestros y de su comunidad natal, para así mantener la identidad cultural en los espacios de la diversidad cultural.
- Viajes vivenciales para conocer las costumbres ancestrales de los diferentes pueblos a lo largo y ancho de nuestro territorio nacional, observando la trascendencia en el hombre, fomentando más intensamente nuestra identidad cultural.
- Dar a conocer el trabajo de investigación de identidad cultural y aprendizaje significativo en los estudiantes de la universidad de educación a la comunidad cantuteña y a las instituciones educativas públicas para su aplicación en otros espacios.

Nery Sullón Barreto elaboró una tesis titulada “Características de la identidad nacional en los estudiantes de tercer grado de educación secundaria del colegio de alto rendimiento de Piura, 2016.” para obtener el grado de magister en la universidad de Piura, Perú (2016). El autor tiene como objetivo caracterizar la identidad nacional de los estudiantes de tercer grado de educación secundaria del colegio de alto rendimiento de Piura tomando en cuenta las dimensiones más importantes como la identidad con el Perú, por los símbolos patrios, por los monumentos históricos, la música, baile y danzas del Perú. La investigación utilizada es de enfoque cuantitativo tipo descriptivo con una población de 93 estudiantes. Las conclusiones a las que llega el investigador son las siguientes:

- El mayor porcentaje de estudiantes del colegio de alto rendimiento posee un elevado nivel de identidad nacional, que se determina por su alto grado de identificación con el Perú, por el conocimiento y fervor a los símbolos patrios, por su identificación con los monumentos históricos, la música y las danzas del Perú y otros aspectos de su cultura.
- La mayoría de los estudiantes del colegio de alto rendimiento se ubica en un nivel alto en el grado de identificación con su identidad con el Perú, se siente muy próxima a la tierra en la que nació, a pesar de que el Perú es un país que se singulariza por una composición étnica muy heterogénea.

- La mayoría de los estudiantes se ubica en un nivel alto en el grado de identificación con los símbolos patrios; pues es habitual la presencia de estos elementos en las actividades cívicas y patrióticas del colegio diariamente.
- La mayoría de los estudiantes se ubica en un nivel alto en el grado de identidad con los monumentos históricos, por el valor particular que le asignan a estos bienes culturales en las actividades en las que son involucrados.
- La mayoría de los estudiantes tiene un alto nivel de identidad con los personajes históricos. Estos estudiantes otorgan relevancia a las acciones o intenciones de los personajes de nuestra historia.
- La mayoría de los estudiantes mantiene un nivel alto de identidad con la música, bailes y danzas. Se observa en los últimos tiempos que los jóvenes ponen en práctica legados culturales que los identifican con su pasado.
- La mayoría de los estudiantes siente un nivel alto de identidad con otros aspectos de la identidad nacional como fiestas populares, festividades, costumbres, etc.

Las recomendaciones expuestas son las siguientes:

- Extender el presente estudio a los estudiantes del nivel secundario considerando la medición de su identidad nacional a nivel cognitivo, afectivo y actitudinal.
- Es necesario fortalecer en los estudiantes conocimientos relacionados con la realidad multiétnica de nuestro país y sobre todo con su patrimonio cultural.
- Es necesario afianzar en todos los estudiantes su identidad con el país y región a través de talleres que además de ejecutar el baile y la danza sea capaz de interpretar su sentido y significado.

Nimia Pérez Herrera elaboró una tesis titulada: “Propuesta de un programa educativo de identidad cultural, para la institución educativa nacional Jaén de Bracamoros, en la provincia de Jaén, región de Cajamarca.” Para obtener el grado de licenciado en la universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lima, Perú (2013). La temática que aborda el autor es la investigación de la identidad cultural de Jaén. El objetivo general es diseñar un programa educativo para el fortalecimiento para la identidad cultural de Jaén. El enfoque de la investigación es descriptivo tomando una población de 175 estudiantes.

El autor llega a las siguientes conclusiones: el 2.86% de los estudiantes encuestados tiene un conocimiento escaso de la identidad cultural de la zona de Jaén, que se puede dar por un desinterés por identificarse con su zona natural y un 0.57% tiene un conocimiento muy bueno. El 20% de los docentes encuestados tiene un conocimiento medio de la identidad de Jaén lo cual debilita el fortalecimiento de la identidad de Jaén. Un 40% tiene un conocimiento sólido sobre la identidad de los pobladores de Jaén.

El programa educativo de fortalecimiento de identidad cultural es válido para fortalecer a tiempo la identidad cultural de Jaén, de no darse esta iniciativa puede llegarse a adoptarse patrones culturales foráneos trayendo como consecuencia una crisis identitaria. Nos menciona el investigador que la identidad cultural se concibe como una estrategia orientada a preservar el patrimonio cultural, como defensa cultural de una nación frente a la expansión de otras, de esta manera conservar las manifestaciones culturales autóctonas de una región al ser un valor altamente tangible.

Recomienda ejecutar programas educativos por medios académicos y culturales para el fortalecimiento de la identidad cultural, la cual debe ser abordada en todos los niveles educativos donde los docentes incluyan elementos identitarios en sus programas de estudio.

Peña Carlos Saúl, Ulloa Pinedo Dennis Elber y Villanueva Valenzuela Edilberto David elaboraron una tesis titulada “Diagnóstico de cultura y clima organizacional para la elaboración de un plan de fortalecimiento en el servicio de diagnóstico por imágenes del complejo hospitalario Alberto Barton Thompson” para obtener el grado de magister en la universidad ESAN, Lima, Perú (2018). Los autores incluyeron a todo el personal como población utilizando un tipo de investigación de estudio descriptivo concluyendo en que la perspectiva identidad es percibida como buena en los distintos grupos ocupacionales. Así sobresalen el compromiso al servicio, contribuir con los objetivos del servicio y el sentimiento de pertenencia a la empresa. Sobre este pilar se busca lograr objetivos organizacionales mediante planes de acción. El perfil de cultura alienado a los objetivos estratégicos y a un clima organizacional adecuado influye de manera positiva en el componente humano para brindar un buen servicio de calidad y atención.

Las conclusiones también indican que la empresa, la gerencia y los empleados van por rumbos distintos. La gerencia y los empleados coinciden sobre el futuro que esperan lograr, sin embargo, para el logro de objetivos estratégicos marchan por rumbos distintos sumado a una cultura desalineada. El componente innovación es pilar fundamental de la cultura en esta empresa, pero al realizar la investigación mediante cuestionarios a los empleados, los resultados arrojan que no la perciben así e indican que no hay condiciones para innovar. El esfuerzo es apuntar al fortalecimiento de una cultura innovadora. En el tema de sueldos los grupos ocupacionales la perciben como mala en mayor o menor intensidad. Recomiendan realizar ajustes salariales de acuerdo a meritocracia. Los planes de acción deben apuntar a la satisfacción del usuario y que estas estén alineadas a la estrategia de la organización.

Abordando el tema de recomendaciones se menciona crear programas para reforzar la comunicación y motivación de los empleados a través de escuelas corporativas de formación de habilidades blandas, duras y capacitaciones multidisciplinarias. Crear programas de reconocimiento por logros de desempeño, productividad, etc. y también por liderazgo, innovación y contribución al fortalecimiento de los equipos de trabajo. Como recomendación final nos sugiere identificar puntos críticos como la cultura y el clima laboral.

Gutiérrez Ramírez Adriano elaboró una tesis titulada “La identidad cultural como contenido transversal en el diseño de los proyectos de aprendizaje de instituciones educativas de la UGEL 06 de Lima” para obtener el grado de magister en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú (2015). El autor realiza un tipo de investigación de estudio cualitativo a nivel exploratorio en la unidad de gestión educativa número seis de Lima y llega a siguientes conclusiones:

- El contenido transversal de identidad cultural está contemplado en el diseño de proyectos de aprendizaje a través de descripciones textuales.
- Se identifican cinco tipos de contenidos de la identidad cultural, los cuales son: el contenido al reconocimiento de sí mismo, al reconocimiento de su medio social inmediato, reconocimiento de su medio natural inmediato y el contenido a la recuperación de la memoria histórica.
- Estos contenidos se orientan en la defensa del patrimonio cultural lo cual permite el progreso de la identidad cultural.

Las conclusiones a las que llega el autor sobre los tipos de contenido de identidad cultural son las siguientes:

- Contenido al reconocimiento de sí mismo, escasa evidencia en lo procedimental y actitudinal, referente a la conceptual es nulo.
- Contenido reconocimiento de su medio social inmediato, se registraron hallazgos solo en los procedimentales, limitando, de esta manera, el desarrollo de este tipo de contenido, trascendente en la socialización del estudiante.
- Contenido reconocimiento de su medio natural inmediato, se halla evidencia fuerte las cuales se vinculan al conocimiento, propagación y defensa del patrimonio cultural.

Por último, se tienen contenidos de recuperación de la memoria histórica, asociados con todos los contenidos de aprendizaje y que atienden al reconocimiento de un pasado histórico que construye la identidad local.

El autor recomienda se profundice el estudio de la identidad cultural en las escuelas de lima cuya población es migrante o descendiente de migrantes promoviendo una educación intercultural así como a las instancias de gestión nacional, regional y local, seguir con los estudios que abarquen los contenidos transversales y al diseño de los proyectos de aprendizaje, añadiéndolos en el diseño de los proyectos educativos institucionales y en los proyectos curriculares institucionales, lo cual ayude a contextualizar la escuela, de manera más eficiente, a través de los contenidos y acciones que posibiliten la adquisición de las hoy denominadas competencias.

Respecto a la identidad cultural se propone que sea considerada un tema transversal, ya que de ello dependerá la consolidación de la autoestima y reconocimiento personal de los estudiantes, lo que va a contribuir al desarrollo integral que busca la escuela pública; asimismo, su desarrollo evitará las muestras de discriminación y violencia en la escuela. Del mismo modo, se debe extender el estudio acerca del contenido de la reconstrucción de la memoria, ya que esta posibilita que los estudiantes reconozcan su pasado valorándolo, consolidando su identidad local y defendiendo su patrimonio cultural, sea material o inmaterial.

Claudio Leturia, Javier Lagos y Manuel Ruidias elaboraron una tesis titulada “Calidad de las empresas del sector de seguridad privada en la ciudad de Lima” para obtener el grado

de magister en dirección de operaciones productivas en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima (2016). Utilizaron un estudio cuantitativo con encuestas de 35 preguntas para 298 empresas de seguridad de las que se evaluó a 96 y determinaron que las empresas de seguridad con un sistema de gestión que eran 26 cuentan con mejores indicadores en factores de calidad. Consideran que las empresas competitivas en este sector buscan de forma activa la satisfacción del cliente, buscando satisfacer nuevas expectativas en base a nuevas especificaciones y estándares, orientan la cultura de la organización dirigiendo sus esfuerzos hacia la mejora continua, introduciendo métodos de trabajo que la faciliten y motivan a sus empleados para producir servicios de alta calidad. Hacen referencia a la administración de la calidad total que señala al colaborador como gestor de la calidad, eliminando los problemas antes de que aparezcan y creando un ambiente laboral que responda rápidamente a las necesidades de los clientes por lo que todos los colaboradores de la empresa deben saber cómo producir valor en el servicio de seguridad para lograr superar las expectativas de los clientes. En el trabajo se muestra un análisis de cómo se organizan las empresas de seguridad para desarrollar sus operaciones y se observa que existe una tendencia positiva a certificarse en calidad y a incorporar tecnología para apoyar la vigilancia ante el avance de la violencia y la delincuencia sobre todo en la capital del Perú.

Concluyen en que las empresas que no logran certificaciones generalmente por ser muy costosas, buscan clientes pequeños menos rentables que no tienen estas exigencias, pero, pronostican que cada vez más empresas se certificarán buscando asegurar la mejora de la calidad en el servicio prestado y demostrarlo a los futuros clientes. En cuanto a las empresas que si tienen un sistema de gestión de la calidad necesitan potenciar el factor de calidad de educación y entrenamiento.

El estudio recomienda que la SUCAMEC implemente en su reglamentación la exigencia de contar con estándares de seguridad. También se indica que es necesario mejorar la calidad de educación y entrenamiento por el bajo nivel de preparación del personal con el que cuentan las empresas de seguridad debido a los bajos ingresos que perciben. Mencionan que el valor de mercado para las empresas que no tienen estos sistemas de gestión de calidad cae drásticamente por lo que se recomienda implementarlos y buscar que el gobierno brinde paquetes de beneficios y ayuda mutua a las empresas que implementen los sistemas de

gestión de la calidad como ISO. En líneas generales se demuestra que invertir en calidad es muy necesario para las empresas de seguridad.

2.2 Bases teóricas

La identidad cultural es un poderoso elemento que se manifiesta en el sentido de pertenencia en el mundo de la seguridad privada que además es particularmente complejo. Analizaremos las diferentes formas en que se considera la identidad y la cultura. Luego la seguridad privada que es el medio en el que se requiere instaurar la cultura del SecurityMan evaluando si ello mejora la calidad del servicio.

La identidad cultural es un conjunto de creencias, valores, símbolos, tradiciones y formas de comportamiento que actúan como entes que aglutinan y fortalecen a un agrupamiento social y que actúan como una sólida base para que los asociados puedan explicarse su sentimiento de pertenencia.

La identidad cultural consiste en el proceso y resultado mediante el cual un individuo llega a compartir ciertas creencias, valores, usos, y costumbres que preexisten en el grupo en el que nace y/o crece y se desarrolla (Fisher, 2014).

La identidad es el nombre que diferencia a un sujeto u objeto de uno frente a los demás. La real academia española la define como el conjunto de características de un ser humano o grupo de seres humanos que los diferencia ante los demás, autorreflexión que las personas tienen de ser ellas mismas y diferentes de las demás (RAE, 2009). La palabra identidad etimológicamente proviene del término latín “identitas”, “atis”, y esta última deriva del latín “idem”, que significa el mismo o lo mismo.

A la identidad se le precisa o define como a la que hace que la persona sienta que es ella misma en un determinado lugar y tiempo, tal como en el tiempo y como en el espacio, en el pasado o futuro; es todo aquello por lo cual se identifica (Rodríguez, 1989). Entonces la identidad es una expresión de acciones humanas que hacen diferentes a unos de otros de manera individual o colectiva dentro de la raza humana.

Cuando abordamos el tema de identidad, lo que permanece estable es el sujeto real, por lo tanto, la idea con la cual atribuimos permanentes cualidades a un sujeto es dinámica. En la identidad: nada hay realmente permanente e idéntico, solo que nosotros creamos la idea de un núcleo de realidad permanente e idéntica y se la atribuimos a las cosas o personas (Locke, 1704).

La identidad cultural es una elección, aunque tiene una muy buena parte que depende del grupo en el que uno se desenvuelve y, esta es la identidad cultural colectiva en donde el grupo busca diferenciarse realmente de los otros grupos alrededor. La búsqueda de la identidad es una lucha permanente y esencial que busca conseguir un estándar de vida determinado al menos durante un tiempo. En nuestra organización y en la empresa en la que trabajamos también tenemos una cultura organizacional y la asumimos y la defendemos y no sentimos orgullosos de ella.

La identidad cultural está muy poco atendida por las autoridades y sobre todo la identidad cultural endógena que es cómo un pueblo se autodefine en relación a cómo la definen los demás. Lo primero tiene mucho con la manera de ser y expresarse con relación a la herencia ancestral y se basa en una experiencia previa desde edades tempranas compartida con padres, hermanos y familia y que permite recrear un pasado con un ejercicio selectivo de la memoria (Grimaldo, 2006).

La identidad es una conexión de lo externo que se da con el sujeto, posicionándolo en un determinado espacio. La naturaleza del hombre siempre ha sido dinámica ya que se ha movilizadado de un lugar a otro en grandes grupos de poblaciones con tipos de culturas variadas. Este hecho hace que la cultura cruce fronteras y ocasione una mezcla de ellas, resultado de esta mezcla aparece otra con otra identidad. De la frase “El hombre es social por naturaleza”, se puede deducir que el hombre tiene una identidad social, la cual se impregna de manera natural en todas las personas o sujetos (Platón, 450 AC).

Las identidades se muestran, por su puesto, de la descripción de uno mismo, de cómo nos representan los demás o nos representamos nosotros mismos. Podemos entender que la identidad es parte de la sociedad, se forma o construye gracias al desarrollo de la vida diaria, en las interacciones entre cada individuo de la sociedad.

Se afirma que la identidad social es intersubjetiva y relacional. Se forma cuando nos integramos o comunicamos unos a otros, ya sea por medio de enfrentamientos conflictivos o de sometimientos. Es así que la que la identidad se construye a través de diferencia con otras identidades. “La diferenciación se puede entender como una posición completa y un trance que siempre existe, es decir, como la separación entre los amigos y los enemigos, o como puede ser también en oposición en la que se involucra el reconocimiento del otro (Hegel, 1974).

Resumiendo lo expuesto podría decir que la identidad cultural se forma o construye desde las acciones o prácticas de las costumbres en diferentes espacios y tiempos de manera activa y reflexiva. La identidad siempre responderá a las preguntas ¿Quién soy?, autorreconocimiento; ¿de dónde vengo?, lugar de procedencia y origen. Estas preguntas se contestan conociéndonos de manera individual o grupal.

La identidad, entonces, es una suma compleja de lo que tenemos y lo que somos de manera individual, en donde cada rasgo, cada atributo y cada pertenencia es el medio para encontrarnos con los demás como un puente que nos comunica o relaciona con otros individuos dentro de nuestro grupo social específico.

Cultura es una palabra con mucho significado y por ello buscamos hacer una revisión teórica de los diferentes modos en que se manifiesta ya que en este estudio estamos tratando una cultura dentro de un sistema organizacional.

El concepto de cultura de los antropólogos y sociólogos está llegando a ser considerado como la piedra angular de las ciencias sociales (Chase, 1948).

La cultura no es algo que se tenga que explicar sino una fuente de explicaciones por sí misma. Es un molde mental colectivo de interpretación del comportamiento, las costumbres y sus modificaciones. No es una realidad sino más bien una abstracción. Es independiente de la raza, la nacionalidad y del territorio. Existe una gran cultura humana multicultural globalizada con estándares y una cultura local que comparte algunos elementos con ella. La cultura humana es activa y dinámica; el destino cambia de forma desigual a la humanidad

en conjunto y el avance de la cultura humana desintegra en el camino a una buena parte de sí misma y completamente a muchas culturas locales. Ello es aprovechado por la política cuando se habla de la identidad colectiva, al establecer estándares públicos y buscando determinar un futuro ideal de la nación y de la humanidad en el caso de algunos gobernantes que se sienten líderes de la cultura humana (Kuper, 1999).

La cultura es un conjunto de ideas y valores que se expresan también por símbolos. Sus manifestaciones nos rodean completamente y la sentimos evolucionar, se le exige cambios y se le echa la culpa de los problemas sociales y hasta empresariales. La cultura tiene en el arte y en la escritura a sus expresiones más potentes. Puede ser irracional y puede no comprenderse. Juzga al arte, definiendo estándares, encubriendo la dominación del poderoso y confundiendo al débil. Así tenemos a la cultura francesa, alemana e inglesa con sus discursos clásico y romántico y se tiene siempre una cultura oficial formal y una cultura popular revolucionaria. La cultura oficial formal o la alta cultura proporciona status, pero la cultura popular brinda folklore, filiación al deporte y respaldo a medios de comunicación y puede ser aprovechada también por los poderosos y políticos. En el Perú la cultura popular está en proceso de transformación (Kuper, 1999).

Todos los pueblos se enorgullecen de su cultura y Ella es una poderosa fuente de división y de conflicto para el ser humano, porque la cultura permanentemente se define en oposición a algo. Mucha gente quiere poner su cultura encima o en contra de las demás: civilización genuina o auténtica versus barbarie porque no es nuestra globalización y cultura occidental versus minorías y post-colonizados porque no respetamos lo que no es global. Es clásico el discurso de que la cultura puede oponerse a la modernidad y entonces la civilización debe arrasar y devastar las culturas locales menos eficientes y menos desarrolladas y esto es lo que ha hecho el ser humano a lo largo de los siglos.

El multiculturalismo puede ser de diferencia, orgulloso de las diferencias o puede ser crítico cuestionando los prejuicios de las fuerzas dominantes (Turner, 1993).

La cultura podría seguir las leyes naturales y la civilización sería un rasgo humano definitorio utilizando como modelo a la evolución de la vida. La civilización fuerte estaría sobre la débil y es la que evoluciona. La cultura separa a los seres humanos de los demás

seres vivos. Se aprendía se adquiría o se tomaba prestada. Las diferencias culturales no son un signo de diferencia racial. Raza, cultura, lengua y nacionalidad no coinciden necesariamente. No hay cultura pura, distinta ni duradera. Todas las culturas son híbridas mutando constantemente. La cultura nos hace como somos, no la biología. Sin embargo, raza y cultura están relacionadas, aunque hablar de la última sea políticamente más correcto según las últimas tendencias. Ser políticamente correcto es una demostración completa de la modalidad de atropello de la cultura dominante (Darwin, 1909).

El local frente al globalizador o el espiritual contra el material. El colonizador contra el aborígen. Lo individual contra lo colectivo. En la década de los años 50 se estableció que la cultura podría examinarse y estudiarse y que los antropólogos eran sus especialistas. La gente modela un mundo simbólico de acuerdo a las enseñanzas recibidas y estas ideas afectan sus decisiones en el mundo real. La cultura se puede interpretar, pero no explicar porque no hay leyes generales ya que cada cultura crea sus propias leyes. La cultura tiene poder en el lenguaje y en el texto que son formas de expresarse y de esas formas nacen los lenguajes hablados y escritos. La cultura se impugna y no hay lectores privilegiados siendo como una democracia rebelde. Vivimos en un mundo de símbolos y las ideas dirigen a los actores y configuran la historia y nos oponemos a estos símbolos. La generalización es imposible y la comparación muy problemática. La cultura nos hace en cada momento y produce una respuesta nuestra.

Actualmente se habla mucho de cultura en los medios y en las conversaciones domésticas y las personas suelen quejarse de la falta de cultura. No es un asunto genético ni de raza, sino un aprendizaje permanente. La cultura humana común ha avanzado desde la época de las cavernas, de manera desigual y cada vez más rápidamente con avances tecnológicos irreversibles que dejan atrás tecnologías por razones no necesariamente tecnológicas. La cultura es dinámica, no se detiene ni tampoco se detendrá. En estos tiempos en los que estamos informados gracias a la internet leemos muchas ideas sobre nuevas teorías y podemos sentir que lo único seguro es que estamos cambiando.

Hay que esforzarse por un concepto que pueda preservar las funciones diferenciadoras de la cultura al mismo tiempo que conciba la identidad colectiva como un proceso de invención híbrido y a menudo discontinuo (Clifford, 1989).

Una cultura puede perderse si se separa de la conducta de las personas y eso es lo que viene pasando con las personas que dejan sus pueblos de origen en zonas rurales del Perú y abandonan sus pueblos y vienen a trabajar a Lima porque la gente dice que es bueno o porque en Lima estén los avances tecnológicos más accesibles, los servicios públicos más rápidos y en suma la modernidad, aunque no sea necesariamente cierto.

Las personas que se oponen al racismo alaban las culturas de los pueblos que son segregados, por ejemplo, en nuestra selva o en los andes, pero estas personas solamente pueden tener los derechos si son de la raza segregada porque la cultura inviste a la persona con una identidad. La identidad cultural es un estilo de vida y la cultura es el puente entre los individuos y sus identidades colectivas, pero a veces el puente está roto y las personas no pueden conectarse y se sienten profundamente infelices.

La identidad cultural oculta algunas cosas que no quiere ver porque la identidad de la persona no puede tener conflictos internos derivados de la ausencia y de la falta de los recursos materiales que se admiran en una ciudad moderna como Lima. Quizás la verdadera identidad puede ser la voz de la conciencia que nos habla desde adentro, nuestra verdadera naturaleza; pero, en relación con los demás, porque vivimos en una sociedad con la que deberíamos identificarnos y en la que, la crisis se da cuando se nos complica esa identificación y no logramos hacerlo con nada alrededor o cuando sentimientos negativos derivados de la carencia de objetos admirados por los demás, como un automóvil de lujo o un moderno celular con cámaras de alta resolución, nos inspiran a odiar esta sociedad desproporcionadamente injusta y entonces se pierde de vista la admiración por el trabajo de toda una vida que ha permitido a los que tienen esos bienes, que deberían convertirse en unos ejemplos a seguir por los que no los tienen temporalmente. El trabajo también nos identifica y modifica nuestra identidad y es un valor muy importante para el fortalecimiento de la cultura.

Una definición que podemos hacer de la identidad cultural es que es el conjunto de comportamientos, valores, creencias y modos de expresarse de los seres humanos que hacen que un grupo se mantenga unido y que cree tradiciones, procesos, estructuras, instituciones y formas diferentes de hacer las cosas de manera que los mismos seres humanos que integran

el grupo puedan demostrar con claridad su sentimiento de pertenencia de manera exclusiva. El concepto define los rasgos a los cuales se le atribuye la identidad cultural a un ser humano, globalizando el desempeño del mismo y sumándole un contexto social para determinar el fenómeno de apropiación de características que van a determinar dicha identidad.

Tenemos que referirnos también al lugar físico en el que se desarrolla este comportamiento ya que el espacio también contribuye a darle un sentido de pertenencia a la identidad cultural. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia externa. De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro individuo. Aunque el concepto de identidad va más allá de las fronteras, el origen de este concepto se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio (Molano, 2007).

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (González Varas, 2000: 43).

“Dice Garret Eckbo...buscamos dos valores en cada paisaje, uno la expresión de las calidades Inherentes, nativas del paisaje, la otra el desarrollo de la máxima vitalidad Humana. Aquí se desenvuelve esa relación estrecha de un paisaje natural coherente de sus elementos entrelazados por la misma naturaleza y un humano que no solo se construye con la relación de elementos entre sí, sino primordialmente de la manera como los efectos de la acción humana se superponen o entrelazan con el medio primitivo. La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad (...) Dicha identidad implica, por lo tanto, que las sujetos o grupos de sujetos se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social

y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural (...)El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos o fijos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos (Bákula, 2000: 169).

La vinculación patrimonio - identidad cultural permite visualizar tres aspectos relevantes.

- El papel que juega el entorno físico, la geografía, ese espacio edificado a la hora de la proyección de una identidad cultural que de manera tangible e intangible desarrolla en el individuo un sentimiento, creando la percepción del valor a ese entorno que definirá parte de su identidad cultural.
- La importancia del legado histórico y la trascendencia de hechos y vivencias catalogados como detonante del sentimiento que valora el entorno físico y social.
- La perspectiva evolutiva de la Identidad y el patrimonio que se ve fomentada por la globalización y el continuo intercambio entre esa identidad adquirida por el sujeto y un entorno culturalmente identificado.

La identidad cultural no existe, no es real sin la memoria, sin la capacidad de reconocer hechos pasados, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a edificar y construir el futuro. Por tanto, lo sustancial o fundamental de la información en un individuo recreada con vivencias en un espacio generará las bases para la formación de su identidad cultural. La memoria es el recuerdo de la experiencia fijado por las emociones en el momento que se registra. Además, los pueblos que no tienen memoria están condenados a repetir los desaciertos en su aprendizaje.

Hay algunos aspectos de la cultura que es necesario desarrollar para entender la importancia de este elemento en el tema que se investiga en este trabajo. Estos son los siguientes:

2.2.1 Identidad cultural y desarrollo territorial.

La cultura juega un papel clave en el progreso y desarrollo de una región, a tal punto que muchos pueblos y lugares en Europa y en América Latina han apostado por una

revalorización de lo cultural, de lo identitario (recreando incluso nuevas identidades culturales) y patrimonial como eje fundamental de su propio desarrollo.

“El desarrollo local se ha convertido en el nuevo activador de las políticas de patrimonialización. Mientras la sociedad de los lugares se convierte en la sociedad de los flujos, parece como si los lugares se hayan involucrado en una obra de construcción identitaria, que privilegia la dimensión local o ciudadana por encima de las nacionales, estatales y globales. La identidad es el viejo territorio del patrimonio y no es de extrañar que entre los objetivos reconocidos por la mayor parte de actuaciones patrimoniales que se realizan en estos ámbitos, figure la (re)construcción de las identidades locales” (García, 2002: 66).

Esta recreación o potenciación identitaria, no sólo puede revivir, volver a poblar áreas rurales, despertar interés y beneficio en una población apática y abandonada, lograr cohesión social, sino que además puede desencadenar actividades económicas y con ello mejorar los ingresos y la calidad de vida de la sociedad. Usualmente estos ingresos están relacionados o conectados con la oferta de productos, bienes y servicios, que se colocan o instalan oportunamente en el mercado, que van desde lo agropecuario hasta actividades orientadas al turismo.

En los servicios, el caso del turismo tiene una particular relación histórica con el patrimonio. Se podría exponer de turismo cultural desde la época griega y romana, y es el siglo dieciocho el que une la relación viaje – patrimonio cultural, al aparecer los museos públicos y lo que en el presente se conoce como trayectos o recorridos turísticos culturales. Estos últimos aparecen con el Grand Tour, que era la visita realizada por aristócratas ingleses a los lugares históricos, artísticos y naturales más relevantes de Europa. En el siglo diecinueve aparecen las colecciones de guías de viaje y el concepto patrimonial abarca lo etnológico. En el siglo veinte aparece el turismo de masas y otras maneras de turismo relacionado con lo patrimonial: temático ecológico y cultural. El turista o visitante quiere conocer la cultura y ya no el lugar que visita (Hernández, 2002).

Para que una o varias identidades culturales generen progreso territorial es necesaria una voluntad o intención colectiva (política, comunal, empresarial, asociativa, etc.) y un reconocimiento del pasado, de la historia.

“Las diferenciaciones culturales localizadas preparan a veces competiciones que justifican las fugaces rivalidades entre pueblos, aldeas y barrios: éstas pueden servir para encauzar las pasiones individuales y colectivas que no encuentran aplicación. Pero, al contrario, la búsqueda o reconstrucción de una identidad territorial constituye la razón evidente de individuos, de grupos, de localidades y de espacios motivados por un deseo de situarse, de enraizarse en una sociedad. De esta manera en particular, la connotación cultural regional es reconocida por todos, a través de las especificidades legadas por el pasado, y que se encuentran aún vivas: el idioma, los gustos, los comportamientos colectivos e individuales, la música, etc.” (Kayser, 1994: 37).

2.2.2 Cultura de los sistemas organizacionales.

La cultura es como el sistema inmunológico de la empresa que evoluciona de conflictos y momentos en que se pone en riesgo la organización. En muchos casos se pone en guardia para evitar formas de pensamiento o marcar a personas no adecuadas para la empresa y en otros también, lamentablemente, frena a los agentes de cambio promoviendo la rigidez y manteniendo el statu quo. Pero en otros casos es la cultura nueva la que se asienta perfectamente sobre las bases de la carencia de un sentido de pertenencia (Watkins, 2013).

Esta se refiere a la cultura dominante en el interior de los sistemas organizacionales tales como escuelas y otros servicios del estado, empresas, fábricas, etc. En que el principio de recursividad nos permite tomar a cada uno de estos sistemas organizacionales como un todo integrado y homogéneo y por lo tanto con su propia cultura en ellas encontraremos un conjunto de elementos culturales como los ya descritos (valores, leyes, costumbres, tradiciones, lenguajes característicos) todos, representativos del ecosistema del sistema organizacional. Esta cultura depende de las principales corrientes de entrada desde el entorno al sistema en estudio; por lo que es conveniente poner mucha atención a esa fuente de significados culturales, ya que no solo el entorno inmediato puede ser significativo, sino que también pueden serlo otros sistemas más lejanos.

Es importante señalar que la cultura de una organización sería un poderoso freno para evitar la rotación del personal porque le da un fundamento poderoso al mantenerse y no cambiarse de empresa. Muchas veces depende directamente del modo de pensar del gerente general o del líder de la organización. En este punto está inmersa la cultura del SecurityMan que proviene del sistema organizacional, tiene creencias, valores y comportamientos.

Otro sistema organizacional bastante complejo es la empresa familiar para la cual se están elaborando actualmente diferentes estrategias que buscan evitar el fracaso a partir de la tercera generación en la que este tipo de empresas suele colapsar. El sentido de pertenencia puede ser poderoso para los trabajadores que son familiares, pero los empleados que no son también podrían sentirse segregados o discriminados y ello también complica esta forma de cultura organizacional porque podría generar antagonismos ocultos.

2.2.3 Niveles de identidad cultural.

“La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye conocimientos, creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad.” Un complejo precisamente porque involucra diferentes niveles relacionados intensamente entre sí (Tylor, 1871).

La cultura es una totalidad compleja omniabarcadora, sistemático-estructural y polifuncional, que caracteriza el proceso de creación y recreación comunicativa, objetivación, producción y reproducción de la sociedad y el hombre; la cual como organización e institución propicia la vida en comunidad y en grupos, así como la difusión socializadora de lo creado; representado, a su vez, el dominio, control y libertad del hombre sobre la naturaleza, la sociedad como reafirmación de la medida de lo humano en condiciones histórico-concretas del aquí y ahora. Es un resultado, pero proviene de una historia de cambios (Rojas, 2011).

Otra forma de determinar los niveles de la cultura es a través de la revisión de su papel en distintos ámbitos, principalmente geográficos y por ello las migraciones pueden generar

un deterioro de la cultura del grupo al perder el sentido de dependencia del lugar que se compartió por muchos años o siglos.

a) *Cultura universal.*

En el mundo globalizado dónde existen los flujos de personas y de mensajes, el concepto de la cultura mueve sus raíces al colectivismo, no es que desaparezcan a las identidades culturales, los territorios regionales, las religiones de los individuos, sus vidas diarias, sus valores y manifestaciones de cultura popular, sin embargo, el acceso a los recursos globalizados redefine la situación cultural de las personas, y esto pone espacio en la interculturalidad (Velásquez, 1999).

El espacio donde se desenvuelve esta cultura es todo el planeta tierra y está representada fundamentalmente por todos aquellos aspectos significativos que proporcionan sentidos compartidos por todos y para todos los seres humanos del planeta, tales como todo aquello que compone el pensamiento científico, filosófico y el patrimonio estético (artístico) e histórico, (físico e inmaterial) que componen el patrimonio de la humanidad. En la nave Voyager lanzada en 1977, que, habiendo salido del sistema solar, sigue alejándose en la oscuridad del vacío del espacio, a la increíble velocidad de 60 mil kilómetros por hora, se encuentra celosamente asegurado un disco de oro con un saludo fraterno de la cultura humana en 55 idiomas, una descripción del ser humano acompañada de sonidos de nuestra cultura humana como algunas notas de Beethoven y Bach, muchas fotos e imágenes que buscan resumirnos como especie y que podría llegar al sistema solar iluminado por la estrella próxima centauri en unos 40 mil años, cuando, tal vez, ya no exista la cultura humana y no quede ningún recuerdo nuestro en el planeta Tierra.

b) *Cultura occidental.*

La cultura occidental se ha nutrido de los clásicos, la filosofía griega, el derecho romano y el cristianismo. La cultura occidental ha sido la atmósfera que respiramos y la vida que vivimos: es nuestra propia forma de vida y la forma de vida de nuestros antecesores, y, por ende, la conocemos también por documentos y monumentos además de nuestra experiencia personal (Dawson, 2010).

Se habla mucho de nuestra cultura "occidental y cristiana" y de la cultura "oriental," pero hay un gran desconocimiento en torno al significado de "occidental" en cuanto a cultura, siendo común que se crea que cuando hablamos de occidental nos estamos refiriendo solamente a las raíces filosóficas nacidas en la antigua Grecia, pero la cultura occidental es mucho más amplia que ello e incorpora costumbres, valores, creencias y normas, lenguajes, simbolismos y aspectos materiales con una clara raíz histórica occidental. Lo mismo sucede con la cultura opuesta, con la cultura oriental en la que observamos a los nikkei y nissei que son peruanos que pertenecen claramente a la cultura japonesa que forma parte de la cultura oriental. La cultura oriental suele ser más cerrada que la cultura de occidente y tiene ciertos usos que la hacen rechazar rápidamente a los occidentales. A veces desde el saludo o con una venia o la forma en la que se toma una tarjeta de presentación personal. El trato a las mujeres se puede considerar cruel de la misma manera que sucede en los países árabes con la cultura musulmana en donde las mujeres tienen que mantenerse cubiertas, no pueden conducir un vehículo, tienen serios problemas para poder estudiar una carrera o expresarse públicamente y deben caminar detrás de sus esposos sin poder mirar de frente a otros hombres.

c) Cultura iberoamericana.

El primer concepto de cultura surgió para oponerse a la idea de que hay gente con "cultura" e "incultos", los que tienen esa "Alta Cultura" que define un grupo que, en concreto es una minoría, por cierto, de la gran masa "sin cultura" ni media ni baja. Pues debemos recordar que en el siglo XVIII estamos ante la visión de que una persona "culto", es una persona leída, sensible a las artes – ópera, teatro –, con ciertas costumbres que le identifican con un grupo con capacidades económicas (Grimson, 2008).

Más de quinientos años después quedó en claro que compartimos algunos elementos culturales a lo largo y lo ancho del planeta que hemos preferido llamar Iberoamérica: los países americanos de raíces ibéricas sumados a los pueblos de la península ibérica misma. Finalmente, tendríamos dedicarnos a evaluar qué cosas compartimos, o lo que es lo mismo, dedicarnos a evaluar qué tenemos en común los pueblos que nos decimos iberoamericanos. Una posible respuesta es que compartimos una cultura de la historia oral, del ritual y de la muerte también interpretada como una cultura que se manifiesta en el rito, el sacrificio y la fiesta pública que tiene una víspera y que puede durar hasta una semana. A lo que habría que

agregar como parte integrante de esta cultura común, lenguajes ibéricos (castellano y portugués), una religión cristiana y una historia de conquista común para todos los pueblos iberoamericanos que muchos siguen rechazando pero que inevitablemente es parte de lo más profundo de nuestra herencia familiar y social. Sin embargo, existen tradiciones iberoamericanas como las corridas de toros o peleas de gallos que cada vez son más despreciadas por su crueldad con estos animales y precisamente han sido respaldadas hace poco por el Tribunal Constitucional como una celebración cultural que no puede prohibirse. Por otro lado, podríamos pensar que heredamos costumbres de los primeros colonizadores que no eran precisamente los mejores representantes de la cultura ibérica ya que muchos de los que llegaron a nuestros territorios tenían problemas con la propia justicia española y eran enviados a ultramar como un castigo con la finalidad de no tener que verlos más en la península.

d) *Cultura nacional.*

La cultura nacional es definida por Tylor de la siguiente manera: “La cultura en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que sea miembro de la sociedad” (Harris, 2011).

La cultura nacional se refiere a las experiencias, creencias, patrones aprendidos de comportamientos y valores compartidos por ciudadanos del mismo país. Los lazos de unión son aquellos que hemos llamado los elementos o contenidos culturales comunes para todos los habitantes del país. Esos rasgos culturales comunes, al mismo tiempo representan nuestra identidad nacional y nos dan la categoría de "nación". Estos elementos comunes de nuestra identidad nacional son innumerables, algunos de ellos tocan fibras claramente psicológicas, como los valores profundos de "amor a la patria" o de nuestra cultura religiosa. También se revelan en las competencias deportivas internacionales y terriblemente ante las guerras entre países vecinos como la que tristemente se dio entre naciones hermanas como Perú y Chile en 1879. Muchas riquezas culturales nacionales fueron consideradas como premios y botín de guerra y se retiraron del Perú de una manera violenta y eso no ayudó a reparar o remediar las heridas del conflicto.

e) Cultura regional.

“Las diferenciaciones culturales localizadas preparan a veces competiciones que justifican las fugaces rivalidades entre pueblos, aldeas y barrios: éstas pueden servir para encauzar las pasiones individuales y colectivas que no encuentran aplicación. Pero, al contrario, la búsqueda o reconstrucción de una identidad territorial constituye la razón evidente de individuos, de grupos, de localidades y de espacios motivados por un deseo de situarse, de enraizarse en una sociedad. De esta manera en particular, la connotación cultural regional es reconocida por todos, a través de las especificidades legadas por el pasado, y que se encuentran aún vivas: el idioma, los gustos, los comportamientos colectivos e individuales, la música, etc.” (Molano, 2007). No se refiere Molano a las regiones administrativas, sino a una porción del territorio nacional más o menos amplia que manifiesta una clara identidad regional.

Esto es reconocible: las diferencias se deben a que cada región a lo largo de su historia o existencia ha desarrollado sus propios elementos culturales, con sus sabores locales, sus propios significados, valores y costumbres, generando una identidad cultural propia y característica. Uno de los campos más inmediatos para apreciar los cambios o diferencias en la cultura regional, son las costumbres en las comidas, ya que cada región se caracteriza por sus propias recetas culinarias. Las regiones unen a las localidades y en ello se basó la estrategia de la regionalización en el Perú, pero también es difícil esta construcción cultural que busca en qué se parecen todas estas personas que viven en diferentes localidades dentro de una región.

f) Cultura local.

“La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo.” (Verhelst, 1994).

La idea de localidad representa un territorio más amplio que el vecindario inmediato con un nivel de organización básico. Lo que faculta o permite que una sociedad humana pueda ser definida como "una localidad" es su identidad cultural, es decir, que posee una

cultura más o menos uniforme en cuanto a costumbres tradicionales y modernas, valores, normas de vida, lenguaje, simbolismos y cultura material desarrollada, seguramente, a lo largo de una historia común. Muchas localidades celebran fiestas en honor al santo patrón del pueblo como las fiestas de la Virgen de la Candelaria, el Señor de Qoyllur Rity o las de la Cruz de Motupe y muchos que han emigrado muy lejos del país retornan a su pueblo orgullosos de celebrar su fiesta local siendo mayordomos. La modernidad y la globalización no destruyen a las culturas locales sino les permiten ser entendidas por el mundo. Mientras que, en un barrio, se puede asumir que todos los miembros se conocen entre sí, en una localidad esto no se cumple necesariamente y por ello se necesitan signos externos que unan a sus integrantes que buscan intensamente esa conexión o relación, aunque no se encuentren en un mismo territorio y se encuentren rodeados de personas que pertenecen a una cultura como la norteamericana.

g) *Cultura familiar.*

Entendemos por «cultura familiar» aquellos valores permanentes, y aquellas formas más o menos variables que los expresan, y que se consideran necesarios o correspondientes con las necesidades vitales y funcionales de la familia, en un momento y situación determinados. Son diferentes entre cada grupo familiar y definen su identidad (Borobio, 1995).

Cada familia y cada grupo expresa en su vivir cotidiano y transmite a sus hijos y miembros, en el proceso de socialización, una forma particular de ver el mundo y de responder y actuar ante los demás. La familia es el primer punto en el que el ser humano recibe cultura y se le permite conocer las cosas por sus causas, se da valor a lo verdadero, lo bueno y lo bello y se aprende la ética y los valores por el ejemplo. Así, una familia enseña a tratar a los padres de "tu" o utilizando sus nombres de pila, mientras que en otras los hijos son enseñados a tratarlos de "Usted." Esto también se da en la manera de saludar estrechando las manos o con un beso de la otra persona o tal vez compartiendo un abrazo. La misma variación o cambio entre familias se observa en las maneras de mesa, al transmitir una receta, en las reuniones, en la manera de tratar a las mascotas como parte de la familia, en las iglesias, asociaciones y en otros puntos de encuentro como un velorio en los que se puede escuchar música como si se tratara de una fiesta. No desconocemos que al hablar de la

"cultura familiar" nos movemos muy cerca de los conceptos que estudia la psicología social, pero no podemos dejar de ver que muchos rasgos familiares particulares y de los grupos que agrupan familias como en el Ayllu del Perú de antaño corresponden claramente a los elementos que hemos llamado culturales.

h) Cultura del barrio o vecindario.

La expresión "ser de barrio" lleva de la mano un prejuicio negativo precisamente orientado a la delincuencia y a los vicios siendo calificada como una subcultura o una cultura inferior. En el barrio se gestan y conciben los amigos: Una construcción social muy importante para el ser humano que actualmente se ve amenazada por el abuso de las redes sociales desde los dispositivos móviles, aunque la propia red social es un barrio o vecindario sin contacto físico en el que tal vez las personas pueden expresarse o sociabilizarse de manera más libre (Bastos, 2007).

El barrio o vecindario es la unidad social más pequeña que agrupa familias. Los barrios o vecindarios tienen cierta identidad propia, dependiendo del grado de relaciones comunes, años de antigüedad del vecindario, etc. Así ocurre que, en año nuevo, por ejemplo, hay vecindarios donde las familias se saludan alegremente recorriendo a todos los vecinos en un radio a veces bastante amplio, a veces cumpliendo cábalas para la buena suerte en el año que se inicia; mientras que en otros vecindarios la gente escasamente se saluda y permanecen en sus domicilios. Un vecindario puede ser tan pequeño como una quinta o un edificio. Hemos observado que muchas mujeres, cuando asumen un rol de actividad destinado solo a las tareas de hogar, terminan encerrándose en un territorio sumamente restringido que corresponde exclusivamente al micro mundo del vecindario, con bastante desconocimiento de lo que sucede en el resto del mundo y dejando al hombre como proveedor ya que trabajar podría atentar contra su rol machista que se mantiene predominante en muchos pueblos alejados que se ubican en nuestras regiones andina y amazónica.

2.2.4. La seguridad.

Los seres humanos necesitan sentirse seguros. La seguridad es la segunda necesidad en la pirámide de Maslow inmediatamente después de la respirar, conseguir alimento y vestirse. Proteger su vida y su propiedad es algo tan antiguo como la humanidad misma.

Desde épocas muy remotas el ser humano tiene claros los conceptos de evitar, alertar, detectar, alarmarse y reaccionar; que es algo que siguen haciendo los agentes de vigilancia, aunque en esas épocas las amenazas podían ser irreales. Con la llegada de las familias a la sociedad, huir ya no era una opción y entonces había que disuadir al enemigo a no atacar o a simular ser más fuertes o grandes. Con los primeros estados aparece la especialización y nacen los ejércitos y luego la policía pública y en estos tiempos tenemos a la policía particular o la vigilancia privada. Tener seguridad implica entonces tener un ambiente relativamente estable y predecible en el cual las personas o las organizaciones puedan desarrollar sus operaciones sin interrupciones, alejados del peligro y del temor a acciones que puedan ocasionar daño. Pero el riesgo no puede eliminarse lo cual convierte a la seguridad en una actividad constante y permanente (Rodríguez, 2018).

Para el término seguridad dos palabras en inglés tienen la misma traducción en español, Security y Safety. Ambas significan seguridad, pero la primera, Security, se refiere a la seguridad industrial y Safety se refiere a la seguridad física que es la que brindan los agentes de vigilancia. También se le denomina seguridad patrimonial. Safety involucra el cuidado de la salud y los primeros auxilios, así como la lucha contra incendios, el adecuado uso de equipos de protección personal y todo lo que considera la Ley 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo. Security, por otro lado, considera las barreras perimetrales, las alarmas, el circuito cerrado de cámaras y su vigilancia y los agentes de vigilancia privada. La seguridad en una empresa involucra ambas categorías de la seguridad conduciendo al personal e involucrándolo en la cultura de la seguridad buscando apoyarse en las otras áreas de la empresa y en otras especialidades como las ciencias militares, la psicología y la misma ingeniería.

En un análisis que involucra 30 años de trabajo se busca descifrar lo que denomina la nube de la seguridad concluyendo que la cultura de la seguridad se mueve en base a modelos diferentes para actividades en rubros distintos y relaciona mucho la seguridad de una empresa con su cultura mencionando que muchas veces se ha malinterpretado y abusado de esta relación. Este análisis considera a empresas que forman parte de la Fundación para la Cultura de la Seguridad en las Industrias, FONCSI, como EDF, la empresa de electricidad de Francia, SCNF, la empresa de ferrocarriles francesa, ENGIE, una empresa global de energía y TOTAL, empresa del sector petroquímico. Estas empresas buscan conseguir

estándares de seguridad que les garanticen su desenvolvimiento sin problemas, pero deben construir modelos en los que realmente el personal se involucre y no tenga problemas de adaptación sintiendo la cultura como algo ajeno, así concluye en que el factor humano es lo más importante en el desarrollo de la cultura de la seguridad (Gilbert, 2018). Entonces la cultura de la seguridad es un desarrollo netamente humano, o una prueba de que alguna vez existimos sobre este planeta azul.

Tenemos las 4 P de la seguridad que son la percepción, prevención, protección y preservación. La seguridad se mantiene en círculos concéntricos alejando siempre al peligro y al riesgo de que ese peligro nos afecte. Por ejemplo, un hueco es un peligro, pero solamente será un riesgo si pasamos cerca de ese hueco.

La seguridad puede ser de los siguientes tipos: (La Rotta, 2005).

- Seguridad pública, que considera todo el esquema organizativo de protección que está a cargo del Estado: Fuerzas Armadas, Guardia Nacional y Policía Nacional. Ya que es función del Estado conservar el orden y cuidar de la vida, libertad y bienes de los pobladores de una nación. Tiene la función de prevenir actos ilícitos, realizar investigación y esclarecer actos ilícitos, controlar la seguridad grupal y realizar las funciones según el modelo napoleónico de 1791.
- Seguridad ciudadana, que es diferente de la anterior porque considera la participación de los pobladores implementando comités y grupos de prevención y respuesta. En los Estados Unidos de América se tiene a la guardia nacional y en los países latinoamericanos se tiene al cuerpo de serenazgo que nace de ese tipo de seguridad y no puede, sin embargo, actuar en contra de la delincuencia y solamente pone a disposición de la seguridad pública a los delincuentes.
- Seguridad humana. Que busca proteger a los pobladores del propio Estado ante el fracaso de las políticas de desarrollo que generan violencia. La seguridad humana no se basa en la eficacia de las otras formas de seguridad sino en la satisfacción de las necesidades básicas de los pobladores gracias a la participación solidaria de los beneficiarios del desarrollo. Así el eje de la seguridad ha cambiado del control del territorio hacia la satisfacción de las necesidades de las personas. En consecuencia, frente a la visión tradicional centrada en la disuasión y el conflicto, entra en valor la cooperación para el

desarrollo humano como vía para alcanzar la seguridad. En la cumbre del milenio de la ONU se crea la comisión de la Seguridad Humana considerando su estrecha relación con los 8 objetivos del milenio y teniendo en cuenta el concepto de vulnerabilidad mutua en una sociedad globalizada (Rojas, 2012).

- Seguridad Privada. Proporcionada por empresas, cooperativas u organizaciones no gubernamentales para asegurar de manera limitada la seguridad de empresas e instituciones comprendiendo una serie de tipos de servicio como los autorizados por la SUCAMEC que se detallan líneas abajo.
- Seguridad Mixta. En casos especiales se trabaja en conjunto como en eventos especiales como conciertos y por ejemplo en el exitoso modelo de foto papeletas en los que se terceriza el servicio de la toma de fotos para controlar la velocidad de los vehículos y disminuir delitos y accidentes.

La seguridad también se clasifica por el objetivo a ser resguardado: (La Rotta, 2005).

- Seguridad Portuaria y Aeroportuaria.
- Seguridad Bancaria.
- Seguridad Penitenciaria.
- Seguridad Personal.
- Seguridad Informática.

Existen otros tipos de seguridad como la bioseguridad relacionada con la seguridad de las medicinas y los alimentos y aquí se aplica el HACCP que son las siglas en inglés de “Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control” que se usa mucho en las plantas de alimentos.

La seguridad es un nombre femenino que identifica la cualidad de seguro de un bien y también es el servicio encargado de la seguridad de una persona, de una empresa, de un edificio u otros (RAE, 2014).

Según la Ley 28879 los servicios de seguridad privada son aquellas actividades destinadas a cautelar y proteger la vida e integridad física de las personas naturales o jurídicas realizada por personas naturales o jurídicas bajo una de las siguientes modalidades:

- Servicio de vigilancia privada.
- Servicio de protección personal o resguardo.
- Servicio de transporte de dinero y valores.
- Servicio de protección por cuenta propia.
- Servicios individuales de seguridad personal y patrimonial.
- Servicios de tecnología de seguridad.
- Servicios de consultoría y asesoría en temas de seguridad privada.

La ley también establece que una empresa de seguridad tiene que tramitar separadamente las autorizaciones para brindar cada uno de estos servicios y se debe tramitar una licencia independiente para cada jurisdicción departamental, efectuando un reporte trimestral a la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil, (SUCAMEC) que es el ente que controla a las empresas de seguridad. En el caso del servicio de vigilancia privada se incluye lo siguiente:

- Protección de la vida e integridad física de las personas.
- Seguridad de instalaciones públicas y/o privadas.
- Seguridad para el normal desarrollo de eventos.

La ley también establece objetivamente los requisitos administrativos para el personal operativo de las empresas de seguridad:

- Ser peruano de nacimiento y, en caso de ser extranjero, cumplir con lo establecido en el Decreto Legislativo 689, Ley para la contratación de trabajadores extranjeros.
- No tener antecedentes penales, policiales o judiciales.
- No haber sido dado de baja de las Fuerzas Armadas o Fuerzas Policiales por medida disciplinaria.
- Acreditada capacidad física y psicológica.
- Curso de capacitación visado por la SUCAMEC renovable cada dos años. Para los agentes de vigilancia es el curso básico ya que se cuenta también con cursos para supervisores e instructores.

- En caso de portar armas se deberá contar con licencia para operar el arma y la tarjeta de propiedad de la misma. Ello implica el seguir un curso de capacitación y evaluación psicológica específica.

El reglamento de la ley, promulgado con Decreto Supremo 003-2011-IN establece que se otorgan las licencias a las empresas de seguridad por 5 años pero que durante este tiempo podrán ser fiscalizadas de manera inopinada todas las veces que la SUCAMEC lo considere necesario. Este reglamento también establece que las empresas de seguridad deberán apoyar de manera permanente a la Policía Nacional del Perú, Cuerpos de Serenazgo y Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú para lo que deberán buscar adaptar su equipamiento para operar juntos de la mejor manera posible sin que esto involucre que el agente de vigilancia deba suplir en sus funciones a la Policía Nacional del Perú.

2.3. Definición de términos básicos

Identidad cultural: Es la búsqueda y reconocimiento del individuo de un marco social colectivo de aceptación de valores, tradiciones, símbolos, expresiones, creencias y comportamientos en el cual aspira desenvolverse individualmente sintiéndose aceptado por el mayor tiempo posible y diferenciándose de otros grupos sociales para sentirse orgulloso y con un sentido de pertenencia.

Valores: Son aquellos principios, virtudes o cualidades que caracterizan y guían a una persona, una acción o un objeto que se consideran positivos o buenos o de gran importancia para un grupo social y dependen de un aprendizaje o una experiencia, así como de una cultura que les confiere importancia. Pueden ser aprendidos sobre todo del ejemplo de líderes y maestros.

Comportamiento: Es la manera de conducirse consciente o inconscientemente, brindando respuestas y un desenvolvimiento, frente a estímulos o en ausencia de estos y en relación con el entorno y con la interacción con otras personas. La ciencia que estudia y explica la conducta humana es la psicología. El comportamiento se da en base a las creencias y los valores.

Creencias: Son los firmes asentimientos y conformidades con algo. La creencia es la idea que se considera o supone verdadera y a la que se da completo crédito como cierta, aunque no se tenga ninguna evidencia física. Es muy difícil cambiar o retirar las creencias de un individuo y muchas veces los seres humanos están dispuestos a morir por defender sus creencias (RAE, 2014).

Servicio de seguridad privada: Son todas las acciones realizadas por el personal destacado de una empresa de seguridad en una empresa cliente cubriendo las necesidades de vigilancia que no puede cubrir la Policía Nacional del Perú ni el cuerpo de serenazgo municipal por sus limitaciones. Estas acciones permiten a los clientes sentirse tranquilos y poder desempeñar sus operaciones de manera regular sin contratiempos y disuadir al crimen individual y organizado interno o externo.

Calidad: es un conjunto de propiedades objetivas o subjetivas que permiten caracterizar y valorar un bien o servicio diferenciándolo de otros de su misma especie y haciéndolo cada vez más útil y adecuado para el uso o función que va a cumplir.

Servicio: el concepto de servicio proviene del latín *servitium*. El mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo, este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada. Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes.

Seguridad: el término seguridad posee múltiples usos. A grandes rasgos, puede afirmarse que este concepto que proviene del latín *securitas* que hace foco en la característica de seguro, es decir, realza la propiedad de algo donde no se registran peligros, daños ni riesgos.

SecurityMan: Agente de vigilancia privada sensibilizado y comprometido integralmente con los valores de integridad, respeto, amabilidad, compromiso y mejora continua y los demás principios establecidos en la Cultura SecurityMan.

SUCAMEC: Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil. Creada en 1964 como DISCAMEC o Dirección de Control de Servicios de Seguridad, Control de Armas, Munición y Explosivos de Uso Civil. Entidad encargada de regular el sector en el que operan las empresas de seguridad.

2.4. Hipótesis de Investigación

2.4.1 Hipótesis general.

La construcción de la identidad cultural del SecurityMan mejora el servicio de vigilancia privada de la empresa Seguridad 111 SRL en Lima.

2.4.2 Hipótesis específicas.

- Los valores propuestos por la cultura de SecurityMan mejoran el servicio del agente de vigilancia privada.
- Las creencias propuestas por la cultura de SecurityMan mejoran el servicio del agente de vigilancia privada.
- Los comportamientos propuestos por la cultura de SecurityMan mejoran el servicio del agente de vigilancia privada.

CAPÍTULO III: Metodología

A diferencia de otros estudios, nuestra tesis propone una investigación descriptiva en la que se necesita analizar valores, creencias y comportamiento de los agentes de vigilancia en su cultura SecurityMan que son difíciles de cuantificar y se requiere de mucha observación. Sin embargo, los autores hemos buscado la manera de delimitar los esfuerzos para poder analizar la información de manera cuantitativa a través de la siguiente metodología.

3.1. Enfoque de la investigación

El estudio por el grado de cuantificación reunió las condiciones de una investigación cuali- cuantitativa; ya que se determinaron variables medibles y cuantificables que se sometieron a dos encuestas que han sido ingresadas al programa Microsoft Excel del cual se extraen los datos para el posterior análisis estadístico enfocándose en la cultura del SecurityMan y en la calidad del servicio.

3.2. Alcance de la investigación

El tipo de investigación a utilizar es descriptiva / causal. Descriptiva porque se utilizan encuestas y entrevistas para analizar a los agentes de seguridad que son materia de estudio desde la perspectiva de los clientes en el caso de las encuestas, y desde su propio punto de vista en el caso de las entrevistas personales. Causal ya que su propósito es explicar las causas que lo originan, por qué ocurren y en qué condiciones se manifiestan y cómo ellas mejoran la calidad del servicio.

3.3. Diseño de la investigación

Usamos un diseño no experimental porque no se realiza ninguna variación o alteración de la variable independiente para evaluar su impacto en la otra variable. El objeto de esta investigación es observar cómo se manifiestan las dimensiones fijadas en el presente trabajo. Un estudio no experimental podría definirse como la investigación que se efectúa sin maniobrar intencionadamente las variables. Por tanto, se trata de estudios en los que no

variamos o cambiamos en forma deliberada las variables independientes para ver su resultado o efecto sobre otras variables (Hernández, 2014).

3.4. Descripción del ámbito de la investigación

La investigación se realizó en la empresa de Seguridad 111 S.R.L con dirección en Avenida Javier Prado Este 7036, Urbanización COVIMA, La Molina Lima Perú.

3.5. Variables

3.5.1. Definición conceptual de las variables.

Identidad cultural: La identidad cultural es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia.

Calidad del servicio de seguridad privada: La seguridad privada es el servicio que prestan las empresas de servicios de seguridad con objeto de proteger el conjunto de bienes y derechos de las empresas clientes de las empresas de seguridad. Estos intereses protegidos suelen ser de naturaleza privada: edificios, bancos, tiendas, almacenes, asociaciones, instituciones, hogares, terrenos, etc. Su calidad es una valoración recibida de parte de los clientes que usan el servicio.

Subvariables. Se han considerado:

- El comportamiento en el centro de labores.
- La identificación con el trabajo.
- Responsabilidad con el trabajo.
- Calidad de servicio a la empresa.
- Identificación del agente de seguridad.

Indicadores. Se han considerado:

- Nivel de compromiso del agente de vigilancia.
- Nivel de cumplimiento laboral.
- Nivel de asistencia y puntualidad.
- Nivel de servicio.
- Valoración de la cultura del SecurityMan.

3.5.2. Definición operacional de las variables

Tabla 1 Operacionalización de las variables del estudio

Variables	Sub variables	Indicadores	Fuente de datos	Instrumento para el recojo de datos
Identidad cultural	Comportamiento en el centro de labores	Nivel de compromiso	Los clientes	Encuesta y entrevistas
	Identificación con el trabajo	Nivel de cumplimiento laboral	Los clientes	Encuesta y entrevistas
	Responsabilidad con el trabajo	Nivel de Asistencia y puntualidad.	Los clientes	Encuestas y entrevistas
Calidad del servicio de seguridad privada	Calidad de servicio a la empresa	Nivel de servicio	Los clientes	Encuesta y entrevistas
	Identificación del agente de seguridad	Valoración del Sistema SecurityMa	Los clientes	Encuesta y entrevistas

3.6. Delimitaciones

3.6.1 Temática.

La temática que aborda este estudio es el management. Esta es una de las líneas de investigación de la presente maestría.

3.6.2 Temporal.

El periodo que abarcara la investigación de la presente tesis está comprendido solamente entre el año 2018 y 2019.

3.6.3 Espacial.

El ámbito de interés que cubre este estudio de investigación es la de la empresa Seguridad 111 S.R.L con dirección Avenida Javier Prado Este 7036, Urbanización COVIMA, distrito de La Molina, Lima Perú.

3.7. Limitaciones

En la investigación desarrollada las limitaciones que se encontraron fueron:

- Falta de documentación en investigaciones realizadas anteriormente. La cultura de SecurityMan, sin embargo, va a contar con mucha información posterior ya que se han establecido los procedimientos de seguimiento que va a realizar la empresa Seguridad 111 SRL.
- El personal de agentes de vigilancia tiene un bajo nivel educativo alcanzando con dificultad la secundaria completa. El objetivo de la cultura del SecurityMan es mejorar con el tiempo el nivel de educación de los agentes.
- El tiempo de estadía del contacto de la empresa para realizar la investigación puede estar sujeto a una renovación de su contrato o a cambios del personal por motivos diversos. La rotación del personal en las empresas de seguridad es muy alta.

3.8. Población y muestra

La población está compuesta por 14 personas que son los gerentes de empresas de diversos rubros, que son todos los clientes de la empresa Seguridad 111 S.R.L con dirección en Avenida Javier Prado Este 7036, distrito de La Molina, Lima. La muestra es censal porque se selecciona al 100% de la población al considerarla un número manejable de sujetos. La muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra (Ramírez, 1997).

3.9. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Para el siguiente trabajo de investigación se usó como técnica de recolección de datos una encuesta de autoría de los investigadores del proyecto. La encuesta es la técnica más utilizada en la investigación cuantitativa, mediante de ella, las personas seleccionadas e identificadas proporcionan importante información de las variables en la investigación.

La encuesta se desarrolló a partir de dos reuniones sostenidas con el equipo de supervisores de Seguridad 111 SRL evaluando cuáles deberían ser los temas sobre los que se formularon las preguntas para así medir de manera objetiva las variables que se trabajan en esta tesis.

Esta encuesta fue tomada a la misma muestra en dos oportunidades, y de acuerdo a lo planificado, se realizó a los gerentes a cargo de las 14 empresas que son todos los clientes de la empresa Seguridad 111 SRL. Estas encuestas fueron entregadas en sobre cerrado y lacrado y después de una reunión inicial personal con cada gerente explicándole la trascendencia de la encuesta, la participación en el presente estudio y la necesidad de su completa sinceridad al responder las preguntas. Se le pidió a cada gerente que devolviera la encuesta en sobre lacrado también con la finalidad de que se guardara la confidencialidad necesaria. Al término de ambas encuestas se les enviaron a los participantes los resultados generales de las encuestas mostrándoles como la política de SecurityMan ha mejorado los indicadores de calidad del trabajo de los agentes de vigilancia privada en los diferentes clientes de la empresa de seguridad.

El cuestionario se creó utilizando la escala Likert, para las opciones de respuestas. Dicha encuesta contaba con 8 puntos basados en las dimensiones de la identidad cultural, cada uno de los cuales contaba con 5 alternativas de respuesta: Nada Satisfecho (1); Poco Satisfecho (2); Ni Insatisfecho / Ni satisfecho (3), Satisfecho (4), Muy Satisfecho (5). El encuestado solo podía marcar una alternativa, con un aspa (X). Si marcaba más de una, se invalidaba el ítem. No se tuvieron anulaciones. Las alternativas fueron colocadas de manera desordenada para motivar un análisis del encuestado. La alternativa 5, de muy satisfecho, se colocó al final para motivar la lectura de todas las alternativas previas y generar un mejor análisis sin promover la marcación de la mejor alternativa. Sin embargo, las tablas que se presentan en este trabajo para facilitar el estudio se muestran de forma ordenada.

Las dimensiones que evaluó la encuesta fueron:

- Valores
- Comportamientos
- Creencias.

3.10. Validez y confiabilidad del instrumento de medición

Para determinar la validez y confiabilidad del instrumento de medición se utilizaron dos indicadores: V de Aiken y Alfa de Cronbach.

3.10.1 Validez con el indicador V de Aiken.

Cuando se trata de evaluar comportamientos, creencias y valores estamos en el terreno de la psicometría (medir aspectos psicológicos de una persona) ya que se busca evaluar y medir cómo responde en su desenvolvimiento el agente ante la implementación de la cultura SecurityMan. Para determinar la validez y nivel de relevancia se utiliza la V de Aiken.

El indicador V de Aiken es un coeficiente que ayuda a determinar qué tan relevantes y qué representativas han sido las preguntas realizadas en nuestra encuesta en relación a dominios de contenido psicométrico a partir de valoraciones de profesionales en la materia de estudio. Estas valoraciones se tabulan y se establecen indicadores que determinan en promedio la validez y confiabilidad.

De acuerdo a lo indicado por los propios profesionales se requiere que el coeficiente deba ser mayor a 0.8. En nuestro caso el resultado obtenido fue de 0.92 por el cual se determina que nuestra encuesta era válida y relevante.

Determinación de V de Aiken para las dos encuestas.

Tabla 2 V de Aiken primera encuesta

Cliente	Gerente Encuestado	Criterio de Evaluación	Nivel de conocimiento del agente de vigilancia		Nivel de cumplimiento de las labores asignadas		Presentación y puntualidad		Asistencia		Cantidad de Servicio		Imagen de honestidad y confianza		Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas		Imagen de estar totalmente capacitado para las tareas a desarrollar		VALORES
			VALORES	COMPORTEAMIENTO	VALORES	COMPORTEAMIENTO	VALORES	COMPORTEAMIENTO	VALORES	COMPORTEAMIENTO	CREENCIAS	CREENCIAS							
		Dimensiones																	
		Primera Tarea																	
Valve Choclecayca	Maura Callupa	2/11/2019	3	0.60	3	0.60	3	0.60	4	0.80	3	0.60	4	0.80	3	0.60	3	0.60	0.6500
Valve Santa Anita	Carlar Zamalloa	5/11/2019	3	0.60	3	0.60	3	0.60	4	0.80	3	0.60	4	0.80	3	0.60	3	0.60	0.6500
Valve Lar Olivar	Luir Plarancia	2/11/2019	2	0.40	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60	2	0.40	3	0.60	0.5500
Valve Lurín	Marilú Vozgara	5/11/2019	4	0.80	3	0.60	4	0.80	4	0.80	4	0.80	5	1.00	4	0.80	4	0.80	0.8000
Valve Arriala	Ralanda Gómez	2/11/2019	3	0.60	2	0.40	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60	0.5750
Bronetaq Perú	Carlar Chiño	6/11/2019	3	0.60	2	0.40	3	0.60	3	0.60	2	0.40	3	0.60	2	0.40	3	0.60	0.5250
TRALSA	Jairé Lali	10/1/2019	3	0.60	3	0.60	3	0.60	3	0.60	4	0.80	4	0.80	3	0.60	3	0.60	0.6500
Martin Engineering	Lizeth Farfán	5/11/2019	4	0.80	3	0.60	3	0.60	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	3	0.60	0.7250
La Malina Christian Schae	Dave McHaqan	6/11/2019	4	0.80	4	0.80	3	0.60	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	3	0.60	0.7500
TEC Monterrey	Secira Padarté	2/11/2019	4	0.80	3	0.60	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	3	0.60	4	0.80	0.7500
UNITRADE	Victor Radriquez	2/11/2019	4	0.80	3	0.60	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	3	0.60	4	0.80	0.7500
Real Club San Isidro	Orlando Cerra	2/11/2019	3	0.60	3	0.60	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	0.7500
ROKER	Marcos Trujilla	2/11/2019	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	3	0.60	4	0.80	0.7750
AYM Transporte	Arturo Anticano	2/11/2019	4	0.80	3	0.60	3	0.60	4	0.80	3	0.60	4	0.80	4	0.80	3	0.60	0.7000
Nivel de Apreciación del Servicio ANTES 2019				0.6857		0.6000		0.6714		0.7429		0.7000		0.7714		0.6429		0.6714	0.6857

Fuente: V de AIKEN Evaluación de la Implementación SecurityMan

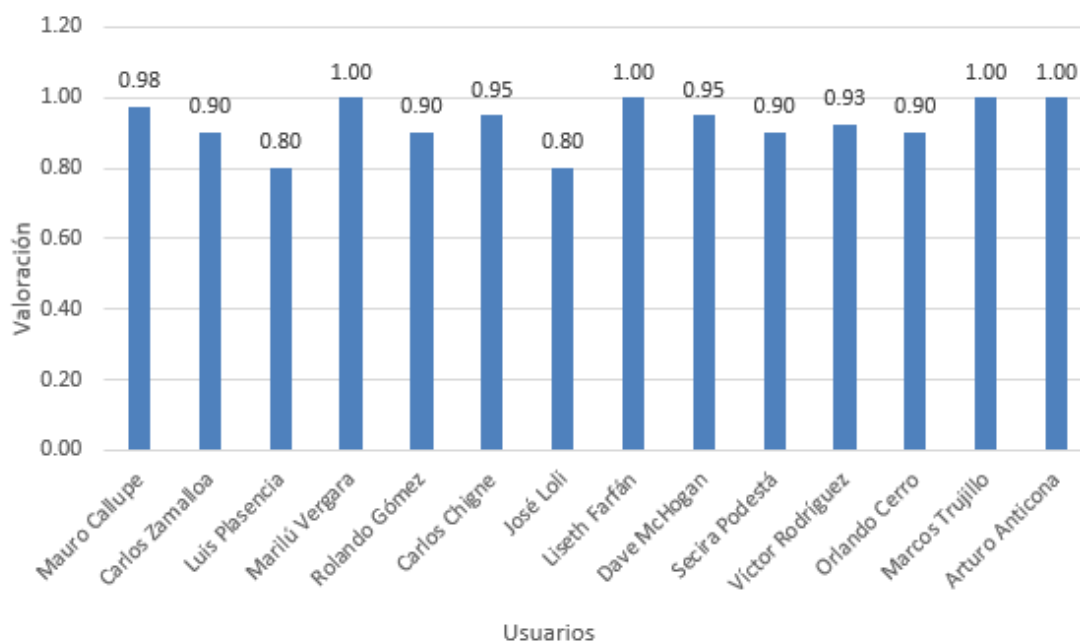
Tabla 3 V de Aiken segunda encuesta

Cliente	Gerente Encuestado	Criterio de Evaluación	Nivel de conocimiento del agente de vigilancia		Nivel de cumplimiento de las labores asignadas		Presentación y puntualidad		Asistencia		Cantidad de Servicio		Imagen de honestidad y confianza		Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas		Imagen de estar totalmente capacitado para las tareas a desarrollar		VALORES
			VALORES	COMPORTEAMIENTO	VALORES	COMPORTEAMIENTO	VALORES	COMPORTEAMIENTO	VALORES	COMPORTEAMIENTO	VALORES	COMPORTEAMIENTO	CREENCIAS	CREENCIAS					
		Dimensiones																	
		Segunda Tarea																	
Valve Choclecayca	Maura Callupa	8/04/2019	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	4	0.80	0.9750
Valve Santa Anita	Carlar Zamalloa	12/03/2019	4	0.80	4	0.80	5	1.00	5	1.00	4	0.80	5	1.00	5	1.00	4	0.80	0.3000
Valve Lar Olivar	Luir Plarancia	18/03/2019	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	0.8000
Valve Lurín	Marilú Vozgara	22/03/2019	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	1.0000
Valve Arriala	Ralanda Gómez	26/03/2019	5	1.00	4	0.80	5	1.00	4	0.80	4	0.80	4	0.80	5	1.00	5	1.00	0.3000
Bronetaq Perú	Carlar Chiño	18/03/2019	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	4	0.80	5	1.00	4	0.80	5	1.00	0.3500
TRALSA	Jairé Lali	15/04/2019	4	0.80	3	0.60	4	0.80	5	1.00	4	0.80	4	0.80	4	0.80	4	0.80	0.8000
Martin Engineering	Lizeth Farfán	1/04/2019	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	1.0000
La Malina Christian Schae	Dave McHaqan	1/04/2019	5	1.00	4	0.80	4	0.80	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	0.3500
TEC Monterrey	Secira Padarté	1/04/2019	4	0.80	4	0.80	5	1.00	4	0.80	5	1.00	4	0.80	5	1.00	5	1.00	0.3000
UNITRADE	Victor Radriquez	1/04/2019	5	1.00	4	0.80	4	0.80	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	4	0.80	0.3250
Real Club San Isidro	Orlando Cerra	1/04/2019	4	0.80	4	0.80	4	0.80	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	4	0.80	0.3000
ROKER	Marcos Trujilla	1/04/2019	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	1.0000
AYM Transporte	Arturo Anticano	1/04/2019	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	5	1.00	1.0000
Nivel de Apreciación del Servicio DESPUES 2019				0.3286		0.8714		0.3286		0.3571		0.3286		0.3429		0.3571		0.3143	0.9286

Fuente: V de AIKEN Evaluación de la Implementación SecurityMan

Se observa que en la primera opinión de los usuarios el nivel de las dimensiones y criterios evaluados es algo mayor al 69% aproximadamente, sin embargo, en la segunda toma de datos de la evaluación se observa que el servicio de los aspectos tomados en cuenta en las dimensiones y criterios han mejorado toda vez que sus resultados alcanzan a ser superiores a un 92% aproximadamente. Esto demuestra que el servicio ha obtenido una mejora en cuanto a sus criterios y dimensiones tomadas en cuenta y que al término la relevancia es muy cercana a la unidad con lo que se determina que es muy relevante. Se muestra a continuación el gráfico de los resultados de la segunda evaluación por usuarios:

Tabla 4 V de Aiken usuarios



Fuente: V de AIKEN Evaluación de la Implementación SecurityMan

3.10.2 Confiabilidad con el Alfa de Cronbach.

La encuesta desarrollada se sometió a la estadística de confiabilidad Alfa de Cronbach que es un coeficiente que se utiliza para medir la fiabilidad de una escala de medida de una cualidad no directamente observable en una población de sujetos (SecurityMan) en base a variables observadas en este caso por los gerentes de las unidades. Se requiere un alfa

superior a 0.7 para determinar que la escala es fiable. Nuestro resultado fue de un alfa de 0.83 por el cual el estudio cumplió con la fiabilidad requerida.

En la siguiente figura describimos la metodología de cálculo del Alfa de Cronbach para nuestra tesis.

Figura 1 Estadísticas de fiabilidad de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad				
Alfa de Cronbach	N de elementos			
0.834	8			

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Nivel de compromiso del agente de vigilancia	32.50	5.500	0.693	0.797
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas	32.79	4.797	0.780	0.780
Presentación y puntualidad	32.50	5.962	0.475	0.826
Asistencia	32.36	6.401	0.362	0.837
Calidad de Servicio	32.50	5.808	0.546	0.817
Imagen de honestidad y confianza	32.43	5.648	0.671	0.801
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas	32.36	6.093	0.518	0.821
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar	32.57	5.956	0.456	0.829

Fuente: Resultado Alpha de Cronbach

3.11. Plan de recolección y procesamiento de datos

La recolección de datos se desarrolló en dos etapas que en noviembre del año 2018 y luego entre marzo y abril del año 2019. Para ello el trabajo de recolección y procesamiento

de datos se planificó en el mes de octubre del 2018. En el mes de enero del año 2019 se implementó la cultura de SecurityMan en las 14 unidades de servicio de la empresa Seguridad 111. Así en el mes de mayo del año 2019 se procedió a tabular y a analizar la información recolectada.

Tabla 5 Plan de recolección y procesamiento de datos

Descripción	Octubre 2018	Noviembre 2018	Enero 2019	Marzo 2019	Abril 2019	Mayo 2019
Planificación del Trabajo						
Revisión de Bases Teóricas						
Elaboración de Instrumento de recojo de datos. Enc Fase 1 y Fase 2						
Recojo de datos - Encuesta Fase 1						
Implementación Cultura SecurityMan						
Recojo de datos - Encuesta Fase 2						
Organización de datos						
Tabulación y análisis de datos						

Fuente: Plan de recolección y procesamiento de datos

CAPÍTULO IV: Desarrollo de la investigación

La empresa Liderman, en el año 2013, bajo el liderazgo de Javier Calvo Pérez, implementó una cultura de reconocimiento y motivación al agente de vigilancia particular. 5 años después se está buscando un proyecto más ambicioso buscando rescatar los valores positivos del caballero medieval como la integridad, el respeto, el honor y la amabilidad (Caballerosidad) que fueron el último bastión del orden en los tiempos oscuros de la edad media y generando un sistema de meritocracia a través de tres niveles (Calvo Pérez, 2013).

Si bien existe un acuerdo general en la literatura sobre la importancia de las habilidades socioemocionales para el éxito en el mercado laboral, existe poco consenso sobre las habilidades específicas que deben adquirirse o sobre cómo y cuándo enseñarlas. Las publicaciones abordan estos temas, pero no están lo suficientemente integradas. Se tiene una lista de habilidades blandas o no cognitivas que predicen resultados positivos en el mercado laboral y las habilidades dirigidas por programas de prevención e intervención psicoeducativos. Estas habilidades, según el documento de estudio, se clasifican en 8 grupos: (Guerra, 2014).

- Resolución de problemas.
- Resiliencia.
- Motivación al logro.
- Autocontrol.
- Trabajo en equipo.
- Iniciativa.
- Confianza.
- Ética.

A pesar de que en el documento se menciona que la edad de niñez media es la más adecuada para desarrollar estas habilidades prácticas existe también amplia evidencia internacional sobre intervención efectiva posterior con logro de resultados.

En las entrevistas de trabajo los evaluadores tratan de determinar si los candidatos cuentan con alguna de estas habilidades blandas y otras. Sin embargo, existen caminos para

motivar su desarrollo a través de culturas en el medio de trabajo buscando que se imite el modelo positivo en base a estrategias de liderazgo y a una sensibilización intensiva.

La amabilidad es una actitud que ayuda a disminuir el stress en el medio laboral. La amabilidad genera colaboración, promueve el trabajo en equipo, promoviendo la resolución de los problemas de manera grupal, también favorece la motivación, fortalece la confianza e influye en la mayoría de las habilidades blandas que pueden estar siendo desarrolladas en el equipo. Las personas se desenvuelven mejor en un contexto amable y tienden a mostrar lo mejor de ellos mismos con sus compañeros.

El World Kindness Movement promueve incluso la estandarización del día mundial de la amabilidad que, desde 1997, es considerado el 13 de noviembre. Lamentablemente el Perú no pertenece a este movimiento. Existe un proverbio chino que señala que ser amable es ser invencible. En el corazón de la cultura del SecurityMan, en la caballerosidad reside la esencia de la amabilidad.

La iniciativa NEO (Programa de nuevas oportunidades de empleo) del Banco Interamericano de Desarrollo busca cerrar en América latina la brecha entre las habilidades de los jóvenes en estado de vulnerabilidad y la demanda de las empresas de personal mejor calificado fomentando alianzas o lo que ellos denominan “Ecosistemas de formación y uso de habilidades socio emocionales.” Ellos vienen trabajando en Cajamarca con colegios secundarios con el programa PTS o “Passport to Success.” Muchas veces en el Perú se ha mencionado que el problema que se tiene como país es la carencia de una buena educación y por ello es clave todo el trabajo que se pueda desarrollar en este sector para mejorar la cultura del país, sobre todo en los sectores con más deficiencias.

La amabilidad es considerada la onceava fortaleza del ser humano dentro del grupo de las fortalezas humanitarias que se evalúa con el cuestionario VIA dentro de la corriente de la psicología positiva que busca el funcionamiento humano óptimo (Seligman, 2002). Este concepto se refuerza cuando se busca definir el perfil psicosocial de los trabajadores y de las organizaciones saludables con la psicología ocupacional positiva buscando qué hace a un trabajo al mismo tiempo saludable y productivo y la búsqueda de la felicidad que depende en un 40% aproximadamente de lo que uno hace todos los días encontrando que el que un

trabajador esté “enganchado” o comprometido con su trabajo, sintiéndose realizado lo que lo hace más feliz. Lo contrario del “burnout.” En este sentido se necesita cuidar la mente y el cuerpo, practicar las virtudes como la amabilidad, fortalecer las redes sociales, generar pensamiento positivo, tomar decisiones, motivarse. Así el “engagement” depende de sus creencias, de sus motivaciones y finalmente de sus conductas (Salanova, 2009). Que se resumen, para un agente de vigilancia privada, en una cultura como la del SecurityMan.

Sin embargo, esta amabilidad tiene un límite similar al que tenían los caballeros medievales. Ellos no eran amables con los enemigos ni con los delincuentes. Se daban excesos como las ordalías y los duelos a muerte, pero es importante considerar que todo ello se desarrolló en una época en la que las leyes todavía se estaban formando y sin embargo se tenía un concepto sumamente altruista de la justicia y se diferenciaba con claridad cuando una persona obraba mal y las malas intenciones eran despreciadas por los caballeros. Lo mismo se propone para los SecurityMan que tienen que despreciar las acciones de delincuentes y personas que puedan atentar contra los intereses de la empresa cliente, actuando con firmeza y reportando todo acto con intenciones criminales al centro de control y a los supervisores.

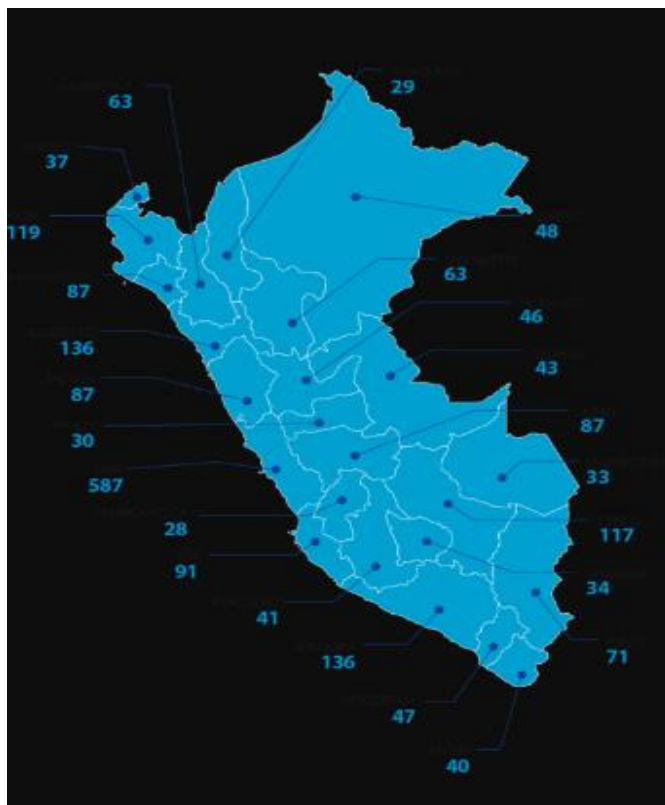
La vida familiar mejora si el SecurityMan pasa a ser un SM2 o un SM3, en el esquema de desarrollo planteado en la cultura del SecurityMan, ya que el orgullo comienza a llenar el corazón del agente de seguridad como lo muestran las entrevistas y lo invade el sentido de pertenencia al equipo que se vuelve un elemento cohesionador muy poderoso. Además, se propone que la familia del SecurityMan también se integre al equipo con actividades como la preparación de presentes navideños para clientes y de presentes por el día del padre y el día de la madre de acuerdo a un cuestionario que se realiza cuando los SecurityMan se incorporan al servicio. En este cuestionario el área de recursos humanos de Seguridad 111 se interesa en averiguar qué negocio o emprendimiento o habilidad tienen los cónyuges para evitar comprar regalos o presentes a un tercero si se puede hacerlo apoyando a un familiar.

4.1 Los servicios de vigilancia y seguridad en el Perú

En los años 70 se iniciaron las primeras empresas de seguridad ante el crecimiento de la delincuencia y para proteger a grandes empresas, pero de manera muy desorganizada. En

muchos casos se contrataba a delincuentes con el fin de que protegieran a las empresas al conocer las malas prácticas delictivas. Eso recuerda claramente a la práctica actual de pagar cupos a las asociaciones criminales para no ser víctima de sus integrantes. Ante el avance del terrorismo en los años 80 las empresas de seguridad crecieron en número ante la dedicación prácticamente exclusiva de la Policía Nacional del Perú y las fuerzas militares a combatir a los terroristas en primer término en provincias y luego en la ciudad. Así llegaron a tenerse más de mil empresas de seguridad de diverso tamaño. Este número fue disminuyendo a partir del año 2003 y más del 60% de ellas se encuentran en Lima y desarrollan sus servicios solamente en la capital. Es importante mencionar que la mayoría de ellas tiene malas prácticas con su personal de acuerdo a la tesis leída. (Leturia et al, 2016). Aproximadamente 170 mil vigilantes trabajan en el Perú, según la consulta en la página web de la Sociedad Nacional de Seguridad, pero menos del 45% se encuentran formalizados en las empresas que están inscritas en la SUCAMEC. Actualmente se tienen 984 empresas de seguridad inscritas a nivel nacional con 2100 sedes. Aproximadamente el 75% de ellas se encuentran activas (www.sns.pe, 2018).

Figura 2 Ubicación de las empresas de seguridad a nivel nacional



Fuente: Página web Sucamec noviembre 2019

Estas empresas que trabajan bajo la modalidad de tercerización de servicios eran fiscalizadas inicialmente por la DISCAMEC que pasó a llamarse SUCAMEC, siglas de Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil. Se daban muchas prácticas irregulares sobre todo con el armamento que pasó a ser fiscalizado de manera intensiva y se impidió el uso de armamento militar limitándose a revólver y escopeta que incluso ahora con cada vez menos usados. Del mismo modo se estableció el uso del uniforme único de color marrón y el uso obligatorio del chaleco antibalas cuando se portara armas. La SUCAMEC mostró inicialmente un interés muy importante en proteger los derechos del agente de vigilancia privada y por ejemplo institucionalizó el día del vigilante privado que se celebra el 11 de marzo todos los años.

Para la prestación de los servicios de seguridad es necesario que las autoridades del lugar otorguen las licencias correspondientes a las empresas que los prestan y a sus trabajadores, además de lo concerniente a la Superintendencia Nacional de Registros Públicos, SUNARP y a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, SUNAT. También cabe la posibilidad de que el Estado pague por los servicios de estas empresas como complemento a las actividades que realizan los organismos y funcionarios públicos para salvaguardar la seguridad ciudadana.

Según el primer artículo de la Constitución Política del Perú, La defensa de la persona humana y el respeto de su dignidad son el fin supremo de la sociedad y del Estado. El artículo segundo indica que toda persona tiene derecho a la vida, a su integridad moral, psíquica y física y a su libre desarrollo y bienestar. El Estado debería velar por nuestra seguridad, pero finalmente no logra el objetivo y hay una creciente sensación de inseguridad en las calles sobre todo en la ciudad de Lima.

Las empresas de seguridad no se encuentran agrupadas en gremios a pesar de que existen grupos como la Sociedad Nacional de Seguridad SNS y la ANESPP que es la Asociación Nacional de Empresas y Especialistas en Seguridad Privada en el Perú. Se tiene muy poca cohesión y se tienen mucha competencia desleal entre ellas considerando que el servicio es altamente estandarizado.

Existe un gremio internacional llamado ASIS al cual están afiliados muchos profesionales de la seguridad que trabajan en las empresas de seguridad peruanas. Ese gremio organiza eventos y capacita al personal de seguridad otorgando certificaciones.

Cinco Empresas, con una antigüedad promedio de 22 años, concentran cerca del 50% de la facturación y atienden a empresas de gran tamaño. Estas son Prosegur-Liderman, G4S, Securitas, Seguroc y Hermes. Estas empresas cuentan en total con cerca de cuarenta mil vigilantes activos según las consultas realizadas a la página web de la SUCAMEC. El resto de empresas compiten de manera muy intensa por los clientes pequeños y la guerra de precios genera utilidades muy bajas que promueven las malas prácticas sobre todo en el aspecto remunerativo.

Muchas de estas empresas son dirigidas por miembros en retiro de las instituciones armadas y policiales y también muchas de estas empresas son familiares. Otras tienen empresas relacionadas ya que solamente pueden brindar uno de los siguientes servicios:

- Protección personal.
- Transporte de dinero y valores.
- Tecnología de seguridad.
- Vigilancia privada.
- Servicios de protección propia.
- Asesoría y consultoría en seguridad privada.

Las empresas se están tecnificando y ofrecen servicios cada vez más apoyados en la tecnología como el control por GPS, cámaras térmicas, centrales de alarmas computarizadas y otros. Al mismo tiempo se están buscando certificaciones como BASC, ISO 9001 e ISO 14001. Algunas certificaciones como OHSAS 18001 han sido desacreditadas al comprobarse que su aplicación no era legal en el Perú. Otras certificaciones nuevas se están difundiendo como la denominada ISO 45001 que reemplaza a la OHSAS 18001 y se identifica plenamente con los estándares buscados por la Ley 29783. Algunas empresas incluso ofrecen servicios de consultoría para implementar la ley de seguridad y salud en el trabajo, ley 29783. Sin embargo, para efectos legales, la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral o

SUNAFIL solamente verifica que se cumpla lo establecido en la ley y la ley no obliga a ninguna empresa de seguridad a contar con dichas certificaciones.

Por otro lado, tenemos los temas demográficos. Los jóvenes que no trabajan y no estudian se concentran en las zonas urbanas y el 23.5% son mujeres frente a un 14.3% de hombres. La mayoría de los agentes de vigilancia privada son hombres y un muy reducido número de mujeres se dedica a este oficio (ENAHO, 2018). Aquí por ejemplo se tiene una oportunidad muy interesante ya que el trabajo femenino es muy valorado, particularmente en la Policía Nacional del Perú, en donde los agentes femeninos son temidos por los delincuentes y los conductores sin licencia ya que no se prestan con facilidad al pago de coimas o amedrentamiento. Así esta experiencia podría trasladarse al campo de la seguridad privada en la que se requiere esas condiciones de rigidez moral. Los varones son más propensos a romper los estándares morales cuando su mal desempeño puede hacer que se visualicen como menos hombres y se ven obligados a defenderse para no quedar mal en el grupo social (May, 2012). Por otro lado, en relación a la autonomía de la mujer en los hogares con pobreza y la trasgresión que significa dejar el requerimiento social de encargarse de los hijos por el trabajo (Bastos, 2007). Aunque se requieren en muchos casos SecurityMan femeninos para, por ejemplo, revisar al personal femenino que labora en las empresas ya que un acto de revisión física de una mujer por un hombre podría generar problemas de hostigamiento sexual que están considerados en las últimas reglamentaciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Como se indicó líneas arriba, en el Perú, el fenómeno del terrorismo aceleró el crecimiento de las empresas de seguridad, pero, ahora que ya no se tienen atentados terroristas en Lima como los temibles coches bomba, el crimen organizado incluso de manera internacional está opacando el accionar del terrorismo con extorsiones, secuestros utilizando armas de gran calibre, asaltos protagonizados de manera espectacular por personas vestidas de terno y operando modernos vehículos de lujo con apoyo táctico y respaldo digital y muchas veces contando con la complicidad de empleados bancarios y de los mismos miembros corruptos de la Policía Nacional del Perú.

Lima se ha convertido en una ciudad muy insegura y lamentablemente la confianza en la Policía Nacional del Perú, en las instituciones de justicia y en el propio Estado son

bajísimas. Los delincuentes son liberados rápidamente y vuelven a las calles motivando que los agraviados prefieran no realizar denuncias por miedo a la venganza de estos. En el año 2013 solamente el 13% de los delitos eran denunciados siendo del 15,7% en el 2010. El 60% de los que no los denunciaron refieren que piensan que la Policía Nacional del Perú no va a hacer nada y el 26,9% refiere que no confían en ella para hacer las denuncias y solamente uno de cada veinte que si realizaron las denuncias refirió que había logrado algún resultado. Solamente el 8,4% de la población refiere que la justicia actúa correctamente (Costa, 2015). La inseguridad es el principal problema de nuestra ciudad, que presenta la sexta victimización por delincuencia más alta entre las capitales del continente y la tercera entre las sudamericanas, después de Quito y La Paz (Costa, 2015).

La extensión del fenómeno delictivo explica la escasa confianza de los ciudadanos en la Policía Nacional del Perú, una de las más bajas en la región. Solo el 19,0% de los limeños sienten que pueden contar con esta institución; el 18,3%, que es accesible; y el 10,5%, que los policías tratan a todos los ciudadanos por igual. La alta victimización y la baja confianza en la Policía determinan los elevadísimos niveles de temor existentes. Cuatro de cada cinco limeños no están satisfechos con las políticas de seguridad ciudadana. La vigilancia policial es muy pobre ya que a pesar de que se tiene un sereno por cada 4,5 policías la cobertura del serenazgo municipal es del doble que el de la Policía Nacional del Perú, PNP, en Lima: El 24,4 % refiere que la PNP nunca ha pasado por su casa y el 45,1% que lo hace muy rara vez. 7 de cada 10 limeños no tiene protección policial (INEN, 2017).

Los agentes de vigilancia privada brindan el servicio de vigilancia, pero no pueden intervenir ante ninguna situación ya que la ley no los faculta. Esto es similar a los miembros del serenazgo. Los únicos que pueden intervenir a los delincuentes en flagrante delito son los miembros de la Policía Nacional del Perú o los fiscales en ejercicio de sus funciones legales.

El servicio de vigilancia privada también ha sufrido las consecuencias de la modernidad y las nuevas tendencias de eficiencia y de reducción de personal motivando que en las empresas se subvalore su importancia, encargándoles funciones como las de regar el jardín, sacar la basura, realizar limpieza, administrar y llevar correspondencia, controlar guías de remisión y facturas, descuidando la vigilancia y exponiendo a las empresas a robos

o a seguimiento de la delincuencia, actividad creciente realizada por los denominados “marcas” (Costa, 2015).

La SUCAMEC exige a las empresas de vigilancia que los agentes de vigilancia privada porten un uniforme único, que debe renovarse completamente dos veces al año, en el que se lleva grabado el logo de la empresa de seguridad. Este uniforme solamente puede ser usado dentro de la empresa a la que es destacado el personal ya que el hecho de que un agente circule por las calles vistiendo el uniforme constituye usurpación de funciones de la Policía Nacional del Perú y podría ser detenido por los miembros de esta institución.

La SUCAMEC exige a las empresas que los agentes porten el carné otorgado luego de haber aprobado los cursos según la Ley 28879. Esta ley también indica que, en caso de portar armas de fuego, deberán llevar la tarjeta de propiedad del arma y su licencia. Para ello los agentes necesitan llevar un curso de uso del armamento y un entrenamiento en polígonos de tiro autorizados por la misma SUCAMEC disparando el arma en la que se les otorga la licencia que puede ser el revólver calibre 38 especial o las escopetas de retrocarga calibre 9 de corto alcance. Este curso debe estar vigente para poder portar y usar el armamento en caso de necesidad de repeler un ataque. Aquí es muy necesaria también la preparación psicológica que involucra el disparar y posiblemente herir de muerte otro ser humano ya que los agentes no son militares ni policías y no tienen ese nivel de entrenamiento.

Figura 3 Licencias de uso de armas en el Perú



Fuente: Página web Sucamec noviembre 2019

Estas dos situaciones no contribuyen a la formalización de las empresas y la informalidad sigue en aumento y, a esto, se agrega la nueva disponibilidad en el mercado de personal venezolano que llega al país en búsqueda de trabajo y que no puede tener rápidamente una licencia de la SUCAMEC con el permiso temporal de trabajo ya que, de acuerdo a la Resolución de Superintendencia 1115-2018 SUCAMEC las personas requieren DNI o carné de extranjería para recibir el carné individual que los acredita como agentes de vigilancia privada. Incluso de acuerdo al artículo 6 de la referida Resolución el extranjero deberá contar con la calidad migratoria que lo habilite a realizar actividades lucrativas de manera subordinada. Además, las empresas de seguridad requieren revisar los antecedentes policiales y penales de los futuros agentes de vigilancia y esto se complica en el caso de extranjeros. Incluso se ha observado que delincuentes que han sido expulsados del Perú y han sido llevados en avión a Venezuela, vuelven a ser capturados extrañamente. La SUCAMEC solamente considera una declaración jurada de no contar con dichos antecedentes de acuerdo con la resolución citada.

En muchas urbanizaciones ante la creciente violencia las organizaciones vecinales han solicitado permiso a las autoridades para enjear los accesos colocando pesadas rejas con alambre de púas y barras de control de acceso vehicular. Los especialistas de seguridad señalan que las barreras físicas constituyen la primera línea de defensa de seguridad sobre la que se deben montar los sistemas de seguridad a través de agentes y a través de sistemas electrónicos que los complementan. Todo lo que complique el accionar del delincuente suma en el esfuerzo constante por la seguridad de las instalaciones y de las personas. Las nuevas disposiciones de algunas comunas, como la de la Municipalidad de La Molina, en su ordenanza 383 (2019), por ejemplo, avalan la colocación de estas rejas ante la falta de seguridad pero modificando la ordenanza 095 de la misma municipalidad (2005) exigiendo que las puertas sean abiertas por vigilantes multando y retirando la reja si no se cumple con la presencia de una persona para no restringir el derecho de tránsito y el ingreso de ambulancias y bomberos en situaciones de emergencia, (vigilante) aunque, lamentablemente, se pierde una oportunidad muy valiosa ya que no se exige que sean los agentes autorizados por SUCAMEC con lo que se le quita la exigencia legal para formalizar este servicio. Este error lo comete la Defensoría del Pueblo en su informe 81 (2004) que tampoco exige esta formalización y no se fortalece la necesidad de formalizar este servicio,

a pesar de la situación de inseguridad tan grave que se vive en ciudades como Lima y que se ha incrementado sensiblemente con la llegada de delincuentes de nacionalidad extranjera. Estas rejas, además, de alguna manera constituían barreras físicas para la delincuencia, pero al carecer de presupuestos para contratar a agentes lo más probable es que sean retiradas.

La cultura de SecurityMan no es una estrategia de marketing ni una respuesta a las leyes de fiscalización. Se busca contar con agentes diferentes a los que se ven actualmente en las calles. Se busca darles un sentido de pertenencia, un compromiso real y una razón de ser que los enorgullezca, haciéndolos sentir verdaderos profesionales. Se requieren estos agentes trabajando sinceramente comprometidos entendiendo cuál es la trascendencia de la labor que cumplen y haciendo que su familia los presente como ejemplos para la comunidad. De esta manera se puede estar contribuyendo con un granito de arena a mejorar nuestra sociedad que necesita urgentemente modelos de integridad.

Figura 4 Equipo de SecurityMan de Seguridad 111 SRL



Fuente: Archivo de fotos de Seguridad 111 SRL noviembre 2019.

4.2 Percepción de los usuarios del servicio de vigilancia – diagnóstico inicial

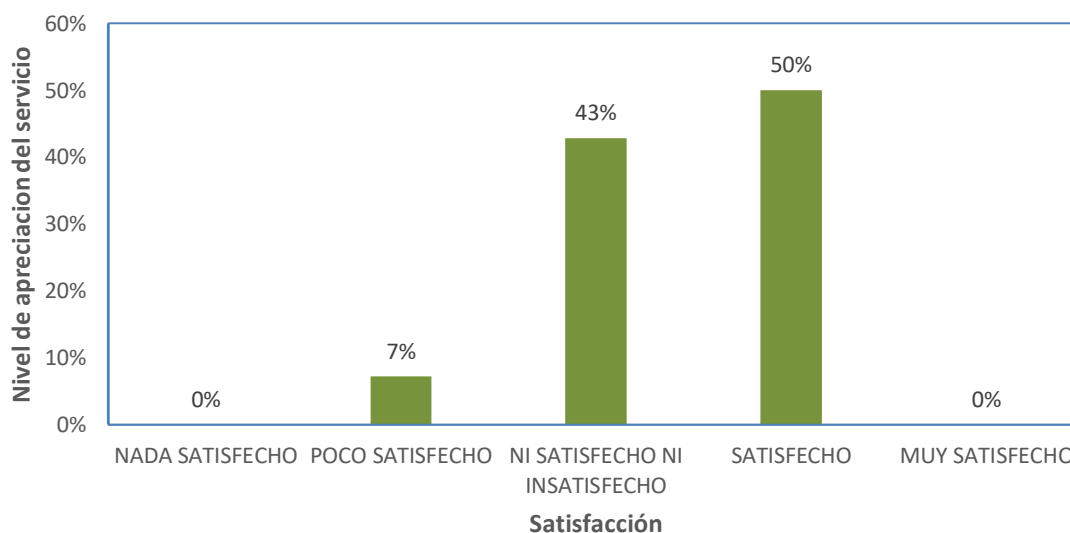
En este punto se muestran los resultados de la primera encuesta y, en el siguiente, los de la segunda encuesta después de la implementación de la cultura del SecurityMan. Las

encuestas tardaron en recogerse debido a que los gerentes de las empresas tienen un horario estrecho y en algunas se debió insistir para la fecha de recojo, sin embargo, nos llamó la atención que los gerentes indicaran que necesitaban dar respuesta apropiada a cada una de las preguntas. En el intervalo de las encuestas se considera todo un trabajo desarrollado para interesar y sensibilizar a los agentes y la matriz de capacitación en la que se consideran todas las labores que se desarrollaron para lograr que se implemente la cultura del SecurityMan.

La capacitación fue desarrollada de manera participativa con los supervisores de Seguridad 111 y se necesitó interiorizar que el cumplimiento debía ser integral con la participación de todos y bajo el liderazgo visible de uno de los ejecutivos principales: el gerente comercial de Seguridad 111 antes de que se realizara la segunda encuesta. También se debía entender que la capacitación con sensibilización iba a ser permanente de manera que en realidad se iba a cambiar la forma de trabajar de todos los SecurityMan.

Cada gráfico muestra el análisis de cada una de las preguntas sobre las variables y se comparan todos los resultados obtenidos.

Gráfico 1 Valores. Nivel de compromiso del agente de vigilancia

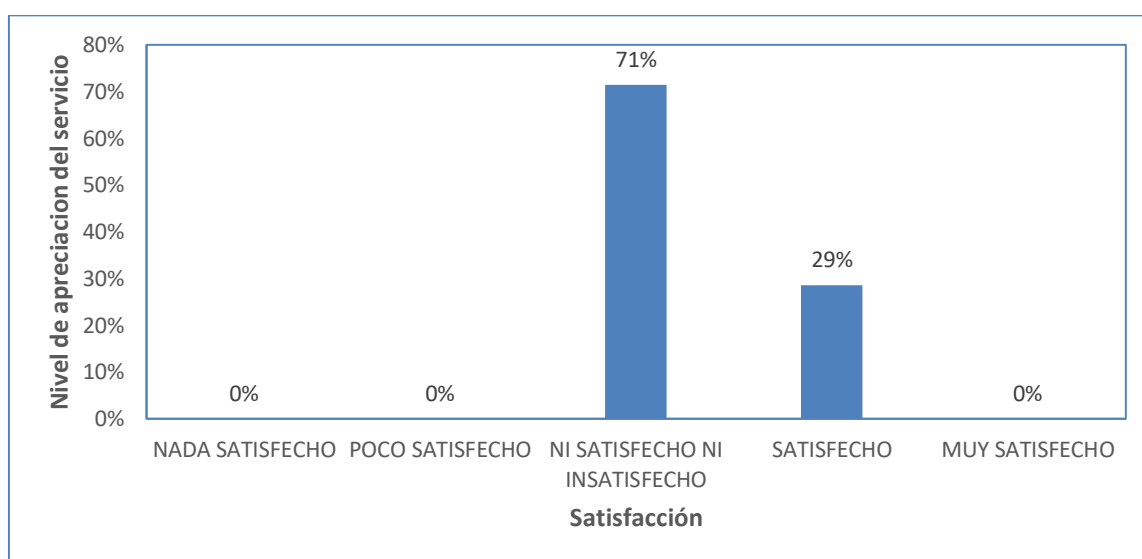


Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

El gráfico nos muestra la situación inicial de los encuestados con respecto al nivel de compromiso del agente en la dimensión de valores. Estos resultados se inclinan hacia la

satisfacción, pero con indiferencia. El 50% de los encuestados se muestra satisfecho, 43% indiferentes y solo un 7% se muestra poco satisfecho lo que implica no tener a clientes muy satisfechos ni nada satisfechos. Aquí no se puede exigir a los clientes que muestren respuestas indiferentes ya que esto podría alterar los resultados, pero muchas veces en este tipo de preguntas se marcan estas opciones a pesar de encontrarse planteadas de manera desordenada.

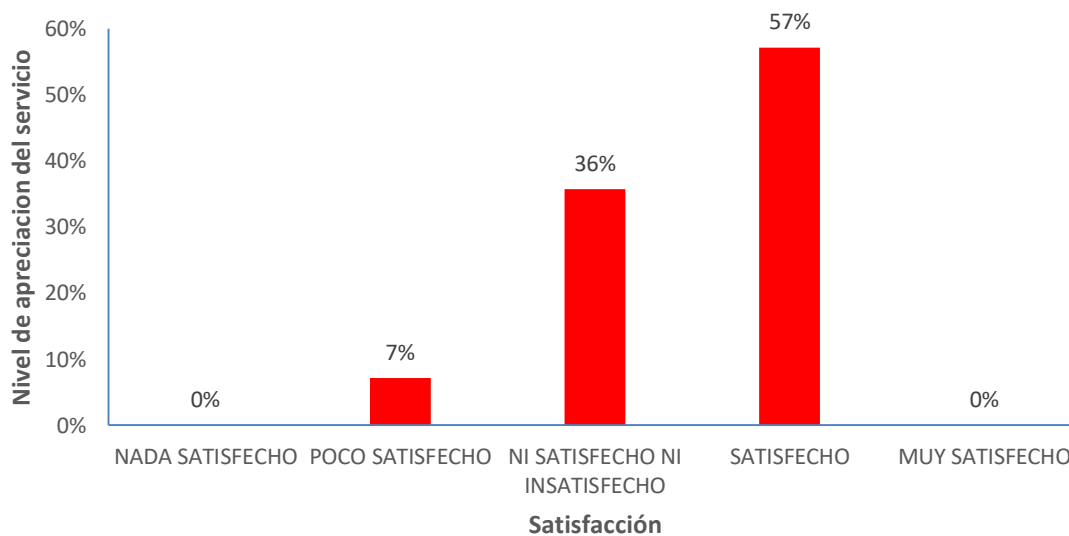
Gráfico 2 Valores. Nivel de presentación y puntualidad



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

La presentación y puntualidad del agente de vigilancia corresponde a la dimensión valores de la identidad cultural. Se puede ver una alta respuesta neutral, pero con un sensible componente de satisfacción. El 71% de los encuestados se muestra ni satisfecho ni insatisfecho, 29 % satisfecho lo que implica que exista un 0% de encuestados muy satisfechos, nada satisfechos y poco satisfechos. La presentación es muy importante en el agente y la puntualidad muy necesaria ya que todos los agentes deben encontrarse en servicio, es decir habiéndose relevado oportunamente con los agentes salientes de guardia, antes de que lleguen los trabajadores de la empresa y no se deben notar fallas o ausencias que puedan comprometer la confianza en la seguridad de la instalación y esto se observa con claridad cuando la guardia se ha relevado de manera tardía.

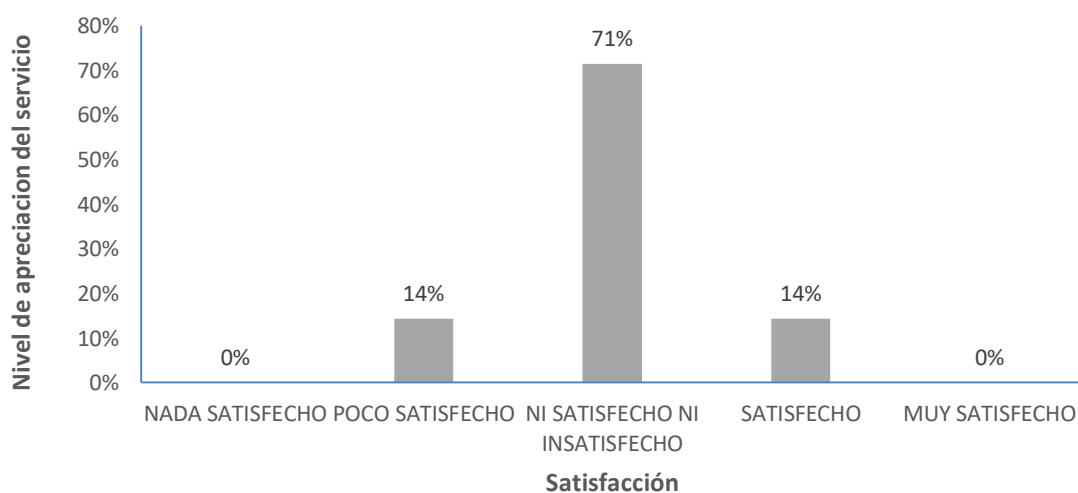
Gráfico 3 Valores. Calidad de servicio



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Con respecto a la calidad del servicio del agente de vigilancia, podemos observar una respuesta que indica claramente una evaluación de satisfacción por parte de los gerentes clientes de Seguridad 111. El 36% de los encuestados se muestra ni satisfecho ni insatisfecho, 57 % satisfecho y un 7% poco satisfecho. Sin embargo, estos resultados se encuentran lejos del ideal de excelencia que se consideraría al encontrarse muy satisfechos.

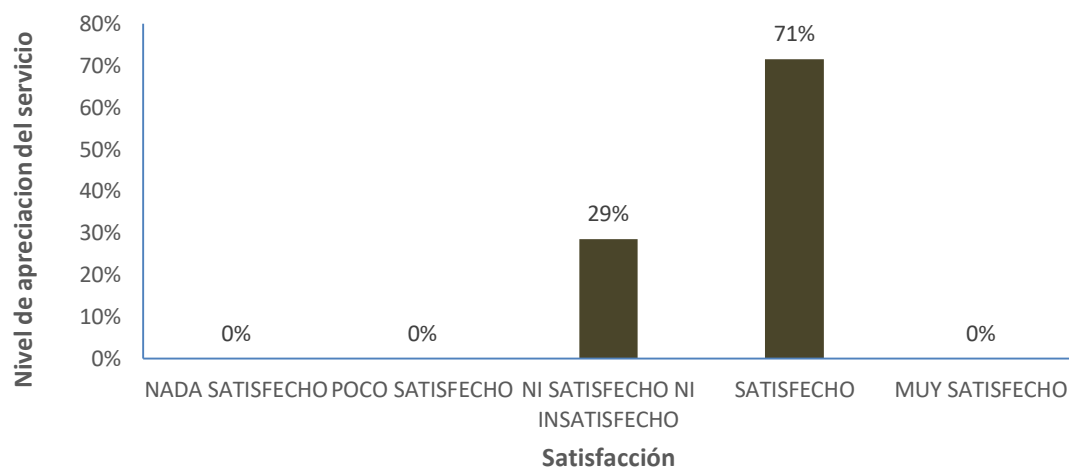
Gráfico 4 Comportamientos. Nivel de cumplimiento de las labores asignadas



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Inicialmente el nivel de cumplimiento de las labores asignadas es neutro por lo que en el cumplimiento de las labores asignadas los clientes no sienten la presencia de los agentes o, lo más grave, que no existe un interés en ellos. El 71 % de los encuestados se muestra neutro, 14 % satisfecho y un 14% poco satisfecho.

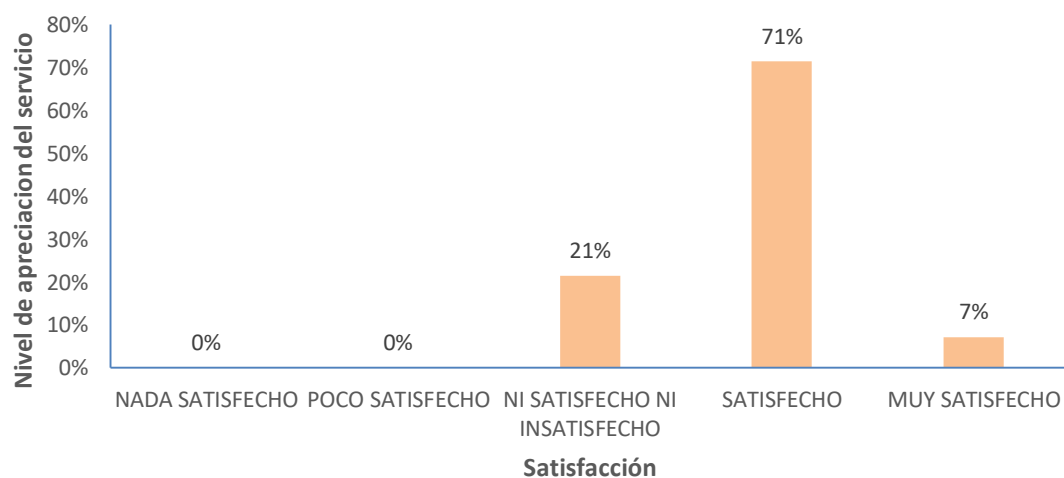
Gráfico 5 Comportamientos. Asistencia



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Con respecto a la asistencia del agente inicialmente apreciamos una de las mejores respuestas a pesar de vivir en una ciudad con un grave problema de transporte. El 29 % de los encuestados se muestra ni satisfecho ni insatisfecho y se observa un 71 % satisfecho.

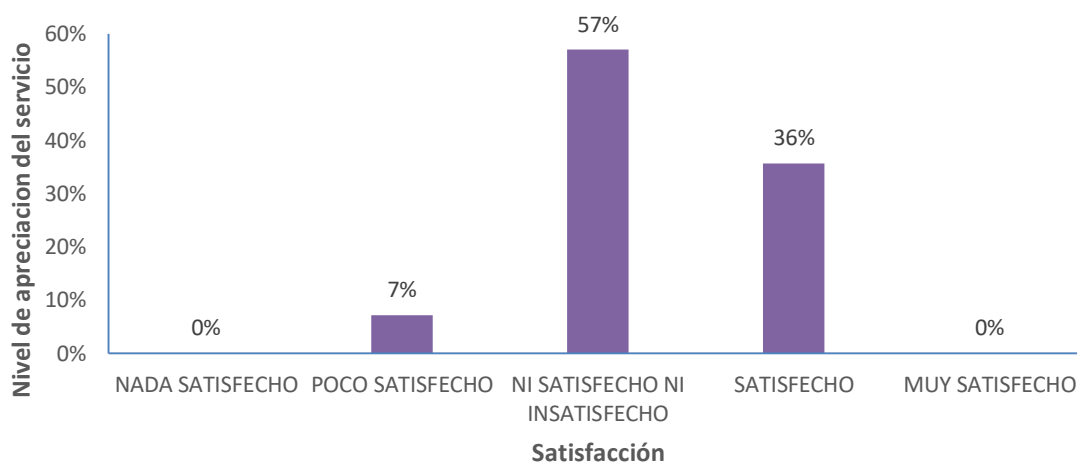
Gráfico 6 Comportamientos. Imagen de honestidad y confianza



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Con la imagen de honestidad y confianza del agente de vigilancia tenemos un comportamiento crítico y tenemos la mejor respuesta con un alto grado de satisfacción y esto es muy importante ya que se tiene entonces una muy buena imagen de honestidad y de que se puede confiar en los agentes. Este indicador es muy significativo ya que el cliente se muestra muy dispuesto a evaluar el desarrollo de la estrategia. El 21 % de los encuestados se muestra ni satisfecho ni insatisfecho, 71 % satisfecho y un 7% se muestra muy satisfecho.

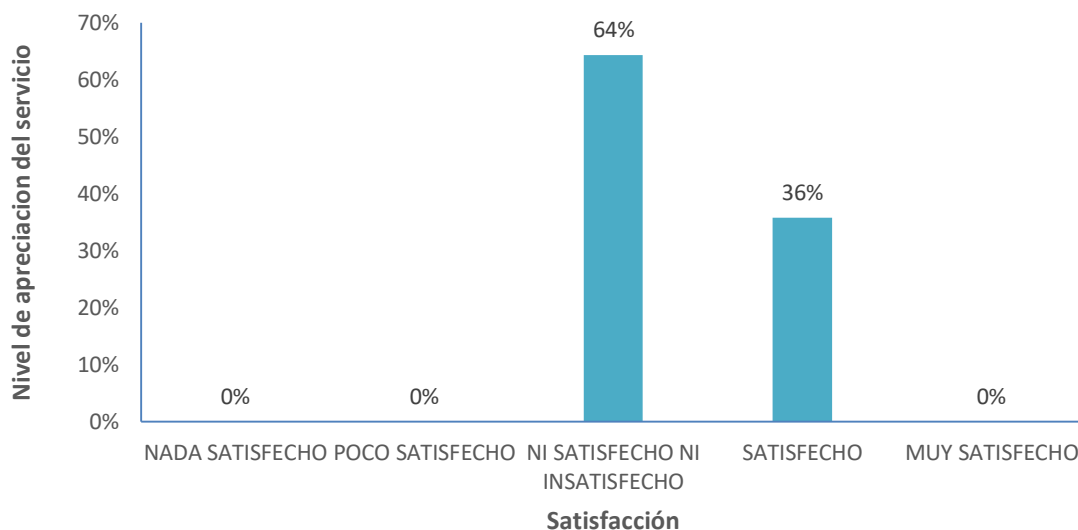
Gráfico 7 Creencias. Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

La solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas corresponde a la dimensión creencias de la identidad cultural. Esta creencia refleja la sensible existencia de un recuerdo de malas prácticas que no necesariamente corresponde a los actuales agentes o que podría relacionarse con situaciones en otros lugares y con agentes de otras empresas, pero muestra que la predisposición no es tan buena y hay bastante indiferencia, aunque se tiene un buen componente de satisfacción. En general aquí se observa la mala apreciación que se tiene en general al rubro de vigilancia privada. El 57 % de los encuestados se muestra ni satisfecho ni insatisfecho, 36 % satisfecho y un 7% poco satisfecho lo que implica que exista un 0% de encuestados muy satisfechos y nada satisfechos.

Gráfico 8 Creencias. Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Inicialmente la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar del agente de vigilancia tiene un alto nivel de indiferencia. Esta respuesta justifica el desarrollo del trabajo ya que se requiere que los clientes muestren confianza en relación a la preparación para delegar tareas que involucra confianza en los agentes. Definitivamente si existe esta creencia se tiene lugar para la confianza del cliente que no necesariamente tendría que ver con labores asignadas si no también con la omisión de acciones para prevenir situaciones de riesgo. El 64 % de los encuestados se muestra ni satisfecho ni insatisfecho, 36 % satisfecho lo que implica que exista un 0% de encuestados muy satisfecho y nada satisfecho. La falta de consideración de estos puntajes denota que no existe demasiada atención en el desarrollo de las funciones de los agentes o que los clientes no esperan el cambio que se buscó con el desarrollo de este estudio o que los clientes desconocen cuáles deben ser las tareas que deben desarrollar los SecurityMan.

4.3 La implementación de la cultura de SecurityMan

Seguridad 111 SRL es una empresa legalmente constituida identificada con Registro Único de Contribuyente número 20507118896 y con autorización vigente hasta el 2 de marzo del 2023 gracias a la Resolución Directoral 00308-2018-SUCAMEC-GSSP y debidamente inscrita en el Registro Nacional de Empresas y Entidades de Intermediación

Laboral, con Registro número 279-2018-DPECL-SDRAFPCL/RENEEIL. Se puede considerar como una empresa pequeña ya que tiene menos de 200 agentes. Su Gerente General es el Señor Daniel Ortiz Chamochumbi identificado con DNI42614852, con poderes inscritos en la partida electrónica número 11593554, del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de Lima. Se ubica en la Avenida Javier Prado Este 7036 La Molina. Inicia operaciones en el año 2005 de manera exclusiva con la empresa Volvo y gracias a una intensa labor del área comercial que se inició en el año 2017 actualmente cuenta con 14 unidades de servicio desarrollando sus actividades únicamente en la provincia de Lima. Cuenta con un Gerente de Operaciones y Comercial que a su vez es el Guardián de la Cultura SecurityMan, dos Supervisores operativos y tres Supervisores de Centro de Control, encargados de contabilidad, logística, recursos humanos y una secretaria. Cuenta con las certificaciones ISO 9001 y BASC y con una interesante cultura de uso de bicicletas, reciclaje y apoyo a entidades como el Hogar de Cristo, Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú y la Parroquia de la Resurrección de La Molina.

Al ser uno de los autores el Gerente de Operaciones y Comercial, Gianfranco Bibolini, y contando con la venia del Gerente General de la Empresa se decidió desarrollar una estrategia para mejorar las ventas de la Empresa y desarrollar el crecimiento que se buscaba. No se podría vender más un servicio estandarizado completamente sin tener alguna diferencia estratégica. Entonces conociendo la experiencia desarrollada por la empresa Liderman se decidió desarrollar un nuevo posicionamiento que requería necesariamente del diseño de una nueva cultura, la del SecurityMan.

4.3.1 Proceso de preparación de la aplicación de la estrategia.

Conseguir un nombre fue sencillo, se trataba de algo fácil con lo que los agentes de vigilancia pudieran identificarse rápidamente. Luego se desarrollaron las reuniones que se iniciaban a las siete de la mañana durante varios meses para definir cómo se podía mejorar la cultura de personas que no tenían mucho a su favor y que apenas tenían formación escolar concluida. Era difícil porque muchas de las ideas que se proponían requerían un mayor nivel educativo. Entonces nos reunimos dos estudiantes, los dos autores de este trabajo, justamente al iniciar nuestros estudios en la Universidad Católica Sedes Sapientiae y decidimos desarrollar este trabajo sumando todas las enseñanzas que recibíamos de cada uno de

nuestros excelentes profesores de nuestra Alma Máter y el proyecto creció cada sábado y cada domingo en la Escuela de Posgrado.

Se definieron los problemas, los objetivos y las hipótesis del desarrollo. Se definieron las variables y las subvariables a través de reuniones con el personal de supervisores y jefes que fueron previas al desarrollo del plan de trabajo. El trabajo teórico corría en forma paralela con el desarrollo en la práctica y muchas ideas buenas se desecharon porque se demostraba que no se podían implementar en la realidad.

Cuando ya habíamos definido el momento de implementación, que debía ser al inicio del año 2019, desarrollamos la encuesta inicial porque teníamos que conocer cuál era la opinión de los clientes que son los principales interesados en este servicio y que valorarían con total transparencia nuestro trabajo, para saber si después de la implementación, Ellos mismos determinarían si había mejorado. La idea tenía mucha lógica porque los clientes diariamente veían el desenvolvimiento de los agentes de seguridad que los recibían todas las mañanas al iniciar labores y los despedían todas las tardes al retirarse compartiendo la rutina de la empresa y los malos y buenos momentos.

La encuesta fue en sobre cerrado lacrado dirigido a cada gerente general. Previamente se sostuvo reuniones con los autores de la tesis en las que se les explicó de qué se trataba y todos los participantes se mostraron muy entusiasmados por que era algo que nunca antes se había hecho con sus anteriores proveedores del servicio de seguridad y que, como objetivo, buscaba mejorar el servicio que ellos recibían.

Para medir el comportamiento en el centro de labores se preguntó por el nivel de compromiso del agente de vigilancia. El compromiso del agente de vigilancia se podía observar en el involucramiento de los agentes de vigilancia privada con las actividades que se desarrollaban en la empresa cliente en donde se encuentra destacado. A veces se trataría de simulacros y en otros casos también de reuniones o de eventos. También se consideraba la importancia de conocer la identidad de los trabajadores que laboraban en la empresa cliente, sobre todo en las jefaturas y gerencias; en especial conocer las necesidades especiales de cada personal por ejemplo el personal que usaba silla de ruedas o con alguna característica cultural o religiosa especial revelaba un interés del agente de vigilancia en comprometerse

con el servicio. Un tema muy importante era la participación en las charlas de seguridad que se realizaban en la mayoría de clientes en hora de la mañana que denotaba compromiso al participar el agente de vigilancia activamente realizando preguntas y ayudando al resto de participantes a entender los conceptos que se trataban en estas reuniones. En relación con ello, es importante mencionar que de acuerdo a la ley 29783 los trabajadores destacados se integran a las políticas de seguridad y salud en el trabajo de la empresa en la que se encuentran.

Para medir la identificación del trabajo se preguntó por el nivel de cumplimiento de las labores asignadas. A los agentes de vigilancia se les asignan diferentes labores adicionalmente a la vigilancia. En la garita de control de acceso deben registrar correctamente a los visitantes solicitando, por teléfono, a las personas visitadas, el permiso necesario para que estas personas ingresen. Esto, en muchos casos implica una revisión con un sensor electromagnético al que se le denomina “Garrett.” En muchas empresas se guarda el teléfono celular de los visitantes por razones de seguridad ya que, por ejemplo, en empresas que manejan combustibles, las emisiones electrónicas de un celular podrían generar un incendio. Muchas veces son encargados también de colocar conos de seguridad en los ingresos. Definitivamente tienen que mantener limpia su garita de control y las áreas anexas. En época de lluvias se necesita mantener secos los accesos o colocar cartones para impedir que los trabajadores pueden resbalarse. En muchos puestos se llenan formatos especiales para, por ejemplo, conocer el contenido de tanques de almacenamiento, para, en casos de incendio, informar a los bomberos de qué producto se trata ya que se deberá utilizar diferentes estrategias según cual fuera el combustible que podría estar incendiándose. Todo ello se explicó a los gerentes en las reuniones previas a la realización de la encuesta.

Para medir la responsabilidad con el trabajo se utilizaron dos preguntas: primero la presentación y puntualidad y en segundo lugar la asistencia. La presentación del agente involucra que debía encontrarse convenientemente aseado, peinado, con los dientes limpios y buen aliento. El mejor elemento de presentación también es la actitud de gentileza. El uniforme debía estar adecuadamente colocado, limpio y planchado. Seguridad 111 debía proporcionar uniformes a los agentes por lo menos cada seis meses para que, además, los uniformes no lucieran viejos ni maltratados. En caso de usar armamento se debería portar el chaleco antibalas y las licencias de SUCAMEC y tarjeta de propiedad y licencia del arma.

En todos los casos debía portarse el fotocheck que debía acompañarse del carné del curso SUCAMEC. Con respecto a la puntualidad los agentes de vigilancia debían apersonarse siempre a las 0630 horas en las mañanas para estar listos para el relevo a las 0645 horas y para que a las 0700 horas se retire la guardia saliente y el servicio se encontrase relevado apropiada y oportunamente. Lo mismo se debía realizar en el turno de la noche a las 1830 horas. En la mayoría de los casos los gerentes generales se encontraban desde muy temprano hasta muy tarde en las instalaciones de las empresas.

Para medir la calidad del servicio se preguntó por la calidad del servicio directamente. Este es el concepto más difícil porque involucra una opinión que podría considerarse subjetiva pero que está relacionada con que tan parecido es el servicio brindado con el servicio estándar que deben brindar los agentes de seguridad. Probablemente los gerentes generales deben guardar referencias buenas y malas de los servicios prestados por anteriores empresas de seguridad o empresas que hayan sido visitadas en las que las empresas de seguridad podrían ser alguna de las cuatro más grandes que operan en el Perú.

Finalmente, para medir la identificación del agente de seguridad o el compromiso del SecurityMan se preguntó por la imagen de honestidad y confianza y luego por la solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas. Este concepto se refuerza con acciones que demuestren la honestidad del agente y la capacidad para reaccionar en situaciones en las que un trabajador olvide alguna pertenencia u olvide cumplir alguna función específica. También se puede determinar ello observando la actitud del SecurityMan ante un robo o un siniestro y su intención de apoyar con las investigaciones.

Las encuestas se guardaron y luego se implementó la cultura de SecurityMan. Al principio, los agentes de vigilancia no comprendían muy bien de qué se trataba e incluso tenían dudas porque muchos pensaban que era una estrategia de marketing y solamente era para quedar bien ante el cliente o para aprobar las auditorías de BASC y de ISO. Luego se dieron cuenta de que íbamos en serio cuando vinieron las capacitaciones y las sesiones grupales en las que participaban los dos gerentes de Seguridad 111, de día y de noche y utilizando los fines de semana. Los agentes al ver a los líderes tan comprometidos se sumaron de corazón e hicieron suyo el Manual del SecurityMan que se adjunta aquí como anexo y lo volvieron un valioso objeto personal. Es importante señalar que, a uno de los agentes, un

amigo perteneciente a una empresa competidora le pidió prestado el Manual y éste se negó indicando que era uno de sus tesoros y no lo podía compartir con la competencia y lo menciona en una de las entrevistas.

Figura 5 Equipo de SecurityMan durante la implementación



Fuente: Archivo de fotos de Seguridad 111 SRL noviembre 2019.

En el camino surgieron muchas sugerencias de los propios agentes basados en los grandes problemas que tenían que enfrentar. Las capacitaciones presenciales les hacían perder mucho tiempo y Ellos necesitaban descansar. Así se pasó a las capacitaciones virtuales en las que podían aprovechar incluso el tiempo en el que se movilizaban al trabajo que es un tiempo que muchos peruanos pierden en el tránsito caótico de la ciudad y en el que siempre se puede acceder a lo almacenado en los teléfonos celulares.

4.3.2 Programa de capacitación SecurityMan.

La principal herramienta de trabajo para implementar la cultura del SecurityMan ha sido el programa de capacitación con sensibilización que debía ser cumplido de manera exhaustiva por todo el personal y no solamente por los agentes de seguridad. Con la finalidad de lograr sensibilizar a todo el personal se comunicó que los agentes debían ser llamados SecurityMan o SM dejando de lado las otras denominaciones salvo las comunicaciones formales con la SUCAMEC.

El programa de capacitación estaba a cargo del Guardián de la Cultura, el Gerente Comercial de Seguridad 111 que debía verificar que se cumpliera estrictamente. Para desarrollarlo de una manera muy intensiva se implementó un grupo de WhatsApp en el que se reflexionaría diariamente sobre las respuestas a las preguntas que eran propuestas en las capacitaciones y en las evaluaciones posteriores y se creó la figura del Conductor de la Capacitación.

El programa tiene actividades mensuales, trimestrales y semestrales y está organizado de manera que cada grado de SecurityMan reciba de manera estructurado su entrenamiento, así como las evaluaciones quincenales. Las evaluaciones se encuentran a cargo del área de sistemas que emite reportes mensuales de los estados de los agentes de manera de determinar qué agentes necesitan ser reprogramados y en el caso de deficiencia constante y de falta de interés en la capacitación gestionar su salida de la empresa.

Las capacitaciones generales también son para el personal de oficina. Cada capacitación tiene un responsable que debe reportar los resultados de su capacitación al guardián de la cultura que evalúa también si el encargado está efectuando una buena capacitación ya que, si el personal obtiene malas notas, entonces el problema no es del alumno si no del profesor. Se tomó como premisa que las capacitaciones debían buscar sensibilizar sinceramente al personal, ya que no se trataba de memorizar o de cumplir un rol exigente si no de lograr que el personal consiguiera interiorizar los conceptos. Por ello las preguntas en los exámenes son abiertas para buscar una opinión con un respaldo más fuerte que una respuesta memorizada.

El ambiente en el que se desarrollaron y en el que se siguen desarrollando las capacitaciones es informal y se les pide siempre a los agentes que se relajen y se desajusten las corbatas que muchas veces los mantienen en esa actitud rígida que los caracteriza en el servicio pero que no ayuda mucho en el tema de entrenamiento. Sin embargo, al concluir las reuniones se retorna a la marcialidad del servicio con un breve acto de formación y de inspección y se fortalecen los compromisos adquiridos como SecurityMan.

Tabla 6 Programa de capacitación SM para la empresa 111. Lima 2019

Nivel	Inicio	Frecuencia	Temas	Áreas	Dirigido a	Recursos	Responsable
SM1	1/01/2019	Trimestral	SecurityManBook	Operaciones	SecurityMan	Charlas Interactivas, folletos	Gerencia Comercial
			Políticas de Seguridad	Operaciones	Todo el personal	PPT	Gerencia Comercial
			Definiciones Importantes	Operaciones	Todo el personal	PPT	Gerencia Comercial
			Atención al Cliente	Comercial	Todo el personal	Charla	Gerencia Comercial
SM1	15/01/2019	Trimestral	Ergonomía	RRHH	Todo el personal	Charlas Interactivas, folletos	Jefe SIG
			Reglamento Interno	SIG	Todo el personal	PPT	Gerencia Comercial
			Definiciones Importantes	Todos	Todo el personal	PPT	Gerencia Comercial
			BASC ISO 9001	Todos	Todo el personal	Charla	Gerencia Comercial
			Redacción y Oratoria	Todos	Todo el personal	Charla	Gerencia Comercial
SM1	30/01/2019	Trimestral	Reglamento Interno de SST	RRHH	Todo el personal		Jefe SIG
			Comités de SST	SIG	Todo el personal		Jefe SIG
			Plan de entrenamiento	Operaciones	Todo el personal		Jefe SIG
SM1	1/02/2019	Semestral	Condiciones y Actos Inseguros	Operaciones	Todo el personal	Conferencia, video	Jefe SIG
			Conducta disuasiva	Operaciones	Todo el personal	Taller	Jefe SIG
			Seguridad en las oficinas	Operaciones	Todo el personal	Taller	Jefe SIG
SM2	1/02/2019	Semestral	Condiciones y Actos Inseguros II	Operaciones	SM2, Sup, Jefes	Taller	Gerencia Comercial
			Conducta disuasiva II	Operaciones	SM2, Sup, Jefes	Taller	Gerencia Comercial
SM1	15/02/2019	Trimestral	Uso adecuado de EPP	SIG	Todo el personal	Charlas interactivas, videos	Jefe de Seguridad
			Uso adecuado de EPP taller	SIG	Todo el personal	Taller	Jefe de Seguridad
SM1	30/2/2019	Semestral	Prevención de Incendios	Externo	Todo el personal	Charla y video	Personal CGBVP
			Levantamiento de cargas	Externo	Todo el personal		Sanitas
SM2	1/03/2019	Semestral	Identificación de Riesgos IPER	Externo	SM2, Sup, Jefes	Charla interactiva	INDECI
			Riesgos por Áreas y Sugerencias de Mejora	Externo	SM2, Sup, Jefes	Taller	INDECI
SM2	15/03/2019	Semestral	Normas Especificas de Seguridad	Externo	Todo el personal	Conferencia, video	INDECI
			Trabajos en altura	Externo	Todo el personal	Taller	INDECI
			Normas Especificas de Seguridad II	Externo	SM2, Sup, Jefes	Conferencia, video	INDECI
			Trabajos en caliente	Externo	SM2, Sup, Jefes	Taller	INDECI
			Normas Especificas de Seguridad III	Externo	SM2, Sup, Jefes	Conferencia, video	INDECI
			Trabajos con vehículos	Externo	SM2, Sup, Jefes	Taller	INDECI
			Normas Especificas de Seguridad IV	Externo	SM2, Sup, Jefes	Conferencia, video	INDECI
			Trabajo con sustancias químicas	Externo	SM2, Sup, Jefes	Taller	INDECI
			Normas Especificas de Seguridad V	Externo	SM2, Sup, Jefes	Conferencia, video	CGBVP
			Trabajo con materiales peligrosos	Externo	SM2, Sup, Jefes	Taller	CGBVP
SM2	30/03/2019	Semestral	Manejo preventivo de vehículos	Externo	SM2, Sup, Jefes	Video, taller	PNP
			Prevención de accidentes de tránsito	Externo	SM2, Sup, Jefes	Charla	PNP
SM1	1/04/2019	Semestral	Protección de oídos	Externo	Todo el personal	Conferencia	Sanitas
			Protección respiratoria	Externo	Todo el personal	Conferencia	Sanitas
			Protección de la vista	Externo	Todo el personal	Conferencia	Sanitas
			Cuidado de las manos al trabajar	Externo	Todo el personal	Conferencia	Sanitas
SM2	15/04/2019	Semestral	Elaboración de informes de investigación	Operaciones	SM2, Sup, Jefes	Charla	Jefe de Seguridad
			Riesgo psicosocial	Operaciones	SM2, Sup, Jefes	Charla	Gerencia Comercial
			Acciones ante huelgas y tumulto popular	Operaciones	SM2, Sup, Jefes	Charla	Gerencia Comercial
SM1	30/04/2019	Semestral	Uso de sistema virtual de boletas de pago	RRHH	Todo el personal	Charla	RRHH
			Uso de SISCO	Operaciones	SecurityMan	Taller	Sistemas
			Uso de cámaras tácticas	Operaciones	SecurityMan	Taller	Sistemas
			Uso de detectores Garret	Operaciones	SecurityMan	Taller	Sistemas
			Uso de alcoholímetros	Operaciones	SecurityMan	Taller	Sistemas
			Prevención de virus y malware	Operaciones	SecurityMan	Taller	Sistemas
SM3	1/05/2019	Anual	Pilotaje de Drones	Operaciones	SM3	Taller	EFF SA

Fuente: Programa de capacitación S111

4.4 Resultados de la puesta en marcha del programa

En el mes de febrero del 2019 se implementó la cultura de SecurityMan. Entonces para obtener los resultados de esta implementación se procedió a entregar los sobres lacrados de las encuestas durante los meses de marzo y abril del 2019 a los 14 representantes de las empresas que tienen cargo de gerentes y así evaluar si efectivamente se había dado un cambio en la calidad del servicio. La cultura de SecurityMan no tendría ningún valor si no se pudiera evidenciar que mejora el servicio lo que constituye algo que el cliente aprecia en una relación en la que diariamente se tiene que tomar contacto con los agentes de vigilancia que reciben a todos y a cada uno de los trabajadores y ejecutivos de las empresas, los acompañan y los cuidan y los despiden al término de labores. Un trato diferenciado, una actitud caballerosa, un saludo cortés pueden incluso cambiar la perspectiva de cada trabajador que ingresa y que puede venir con problemas desde el exterior, de la casa, del tráfico o de la misma empresa.

Con la finalidad de evaluar cómo la identidad cultural mejora la calidad del servicio el estudio define criterios y dimensiones. En el siguiente cuadro se muestran los criterios de evaluación según las dimensiones que son las creencias, los valores y comportamiento y luego se procede a analizar cada dimensión.

Tabla 7 Criterios y dimensiones teóricos de evaluación

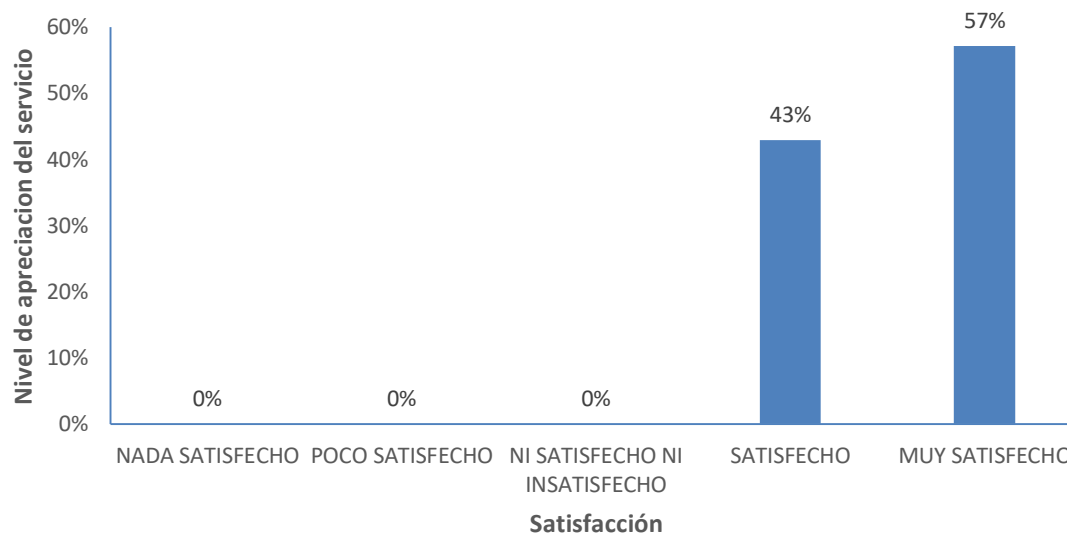
Criterio de Evaluación	Dimensiones
Nivel de compromiso del agente de vigilancia	VALORES
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas	COMPORTAMIENTO
Presentación y puntualidad	VALORES
Asistencia	COMPORTAMIENTO
Calidad de Servicio	VALORES
Imagen de honestidad y confianza	COMPORTAMIENTO
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas	CREENCIAS
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar	CREENCIAS

4.4.1 Criterios y dimensiones de evaluación.

Los resultados de la segunda encuesta finalmente nos muestran el impacto concreto que ha tenido la implementación de la nueva cultura del SecurityMan que está plasmada en el programa de capacitación del SecurityMan y en el SecurityMan Book. Aquí resaltamos puntos críticos que han impactado en la mejora del servicio de vigilancia trabajando las dimensiones de la identidad cultural, así como también ciertos alcances de las entrevistas realizadas a los agentes y sus percepciones que son muy valiosas para este estudio.

En los siguientes cuadros se analiza cada pregunta de la segunda encuesta y en los textos que se encuentran a continuación de cada cuadro se comparan los resultados con los encontrados en la primera encuesta describiéndose las diferencias encontradas de manera comparativa. Los cuadros están organizados según sean valores, comportamientos y creencias de acuerdo a los objetivos de nuestro estudio.

Gráfico 9 Valores. Nivel de compromiso del agente de vigilancia

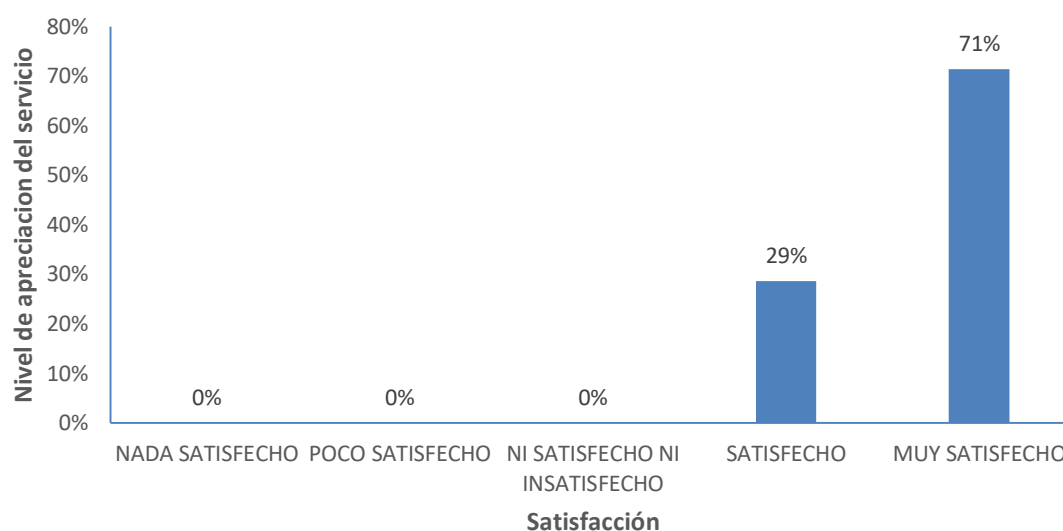


Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Después de aplicar la cultura del SecurityMan en la que se fortalecen sus funciones principales como preservar la seguridad y el orden de las instalaciones donde se presta servicio, los clientes sienten que el compromiso de los agentes ha mejorado notablemente, el 57% se encuentra muy satisfecho frente a un 0% de la encuesta inicial lo cual impacta

directamente en el servicio de vigilancia. Esta mejora de compromiso se debe al reconocimiento del esfuerzo que realizan los agentes por parte de la empresa y ellos lo mencionan en las entrevistas que se realizaron. La atención crítica a los detalles diferencia el trabajo de un buen agente de vigilancia. Adicionalmente, según las entrevistas también, indican que se sienten valorados como personas. El compromiso es muy importante para el desarrollo de las funciones de seguridad y el hecho de que los clientes muestren un alto nivel de satisfacción denota un cambio que pasó de un nivel aceptable de satisfacción combinado con indiferencia a una respuesta de satisfacción combinada con un alto nivel de satisfacción.

Gráfico 10 Valores. Presentación y puntualidad

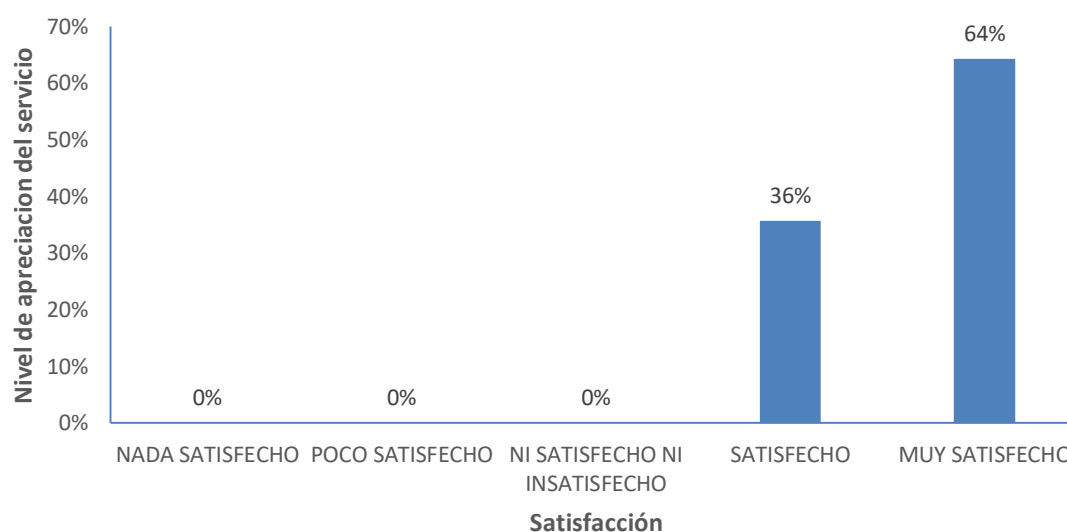


Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Después de aplicar la cultura del SecurityMan, que considera nuestra tesis, se valoran poderosamente ciertos aspectos de la presentación personal como un buen aseo y el mantener un uniforme pulcro. Es importante también la expresión corporal positiva tanto en una buena actitud como en una buena manifestación de la comunicación evitando excesos y conservando una posición de escucha activa. Finalmente, la puntualidad en los relevos de guardia, que involucra el llegar temprano a la unidad, y que se traslada en respeto a sus compañeros y a la empresa donde se presta servicio, llegando 45 minutos antes a la unidad para poder prepararse para el relevo y el desarrollo del servicio. De esta manera los clientes sienten que la puntualidad de los agentes ha mejorado notablemente, el 71% se encuentra muy satisfecho frente a un 0% de la encuesta inicial lo cual impacta directamente en el

servicio de vigilancia. Esta mejora se debe a que los agentes han interiorizado el hecho de que son profesionales en su labor, lo cual los llena de dignidad y lo mencionan en sus entrevistas. Incluso en muchos casos estos valores se han añadido a los valores familiares y con esto se logra mejorar un poco a nuestra sociedad. En la encuesta anterior el mismo porcentaje de los gerentes mostraba indiferencia y este porcentaje ha pasado directamente a alta satisfacción, lo que denota que los clientes se han percatado del cambio forjado en los SecurityMan y en el servicio que ofrece la empresa Seguridad 111.

Gráfico 11 Valores. Calidad de servicio

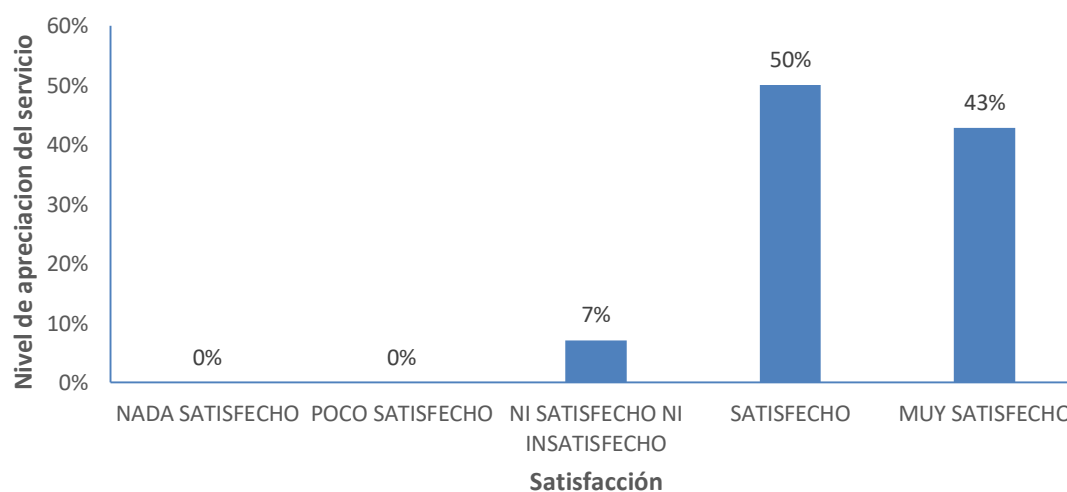


Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Después de aplicar la cultura del SecurityMan se considera muy importante la expresión de la calidad del servicio por parte de los gerentes clientes que es el pilar la investigación. En este punto se aborda desde la actitud de los agentes, la búsqueda de la protección de los bienes, las políticas que los guían, creatividad, asertividad, principios para trabajar en equipo, etc. Los clientes sienten que la calidad del servicio de los agentes ha mejorado notablemente: el 64% se encuentra muy satisfecho frente a un 0% de la encuesta inicial lo cual impacta directamente en el servicio de vigilancia. Esta mejora se debe a la capacitación integral realizada cuya esencia es la mejora de la calidad de atención a los clientes. Los agentes indican en sus entrevistas que todas estas acciones que buscan la mejora de su crecimiento profesional y la mejora del servicio que brindan les dan un sentido de pertenencia, ejemplo dentro de sus familias y se sienten modelos a imitar por otras empresas

de vigilancia. En la encuesta anterior solamente el 57% estaba satisfecho y el resto se mostraba indiferente e incluso se tenía un pequeño porcentaje de gerentes poco satisfechos. En la nueva encuesta todo cambia y se pasa de la indiferencia hacia la alta satisfacción y esto también denota una actitud de atención de los clientes para los cambios que posteriormente se puedan realizar ya que esta cultura debe seguir mejorándose en el tiempo.

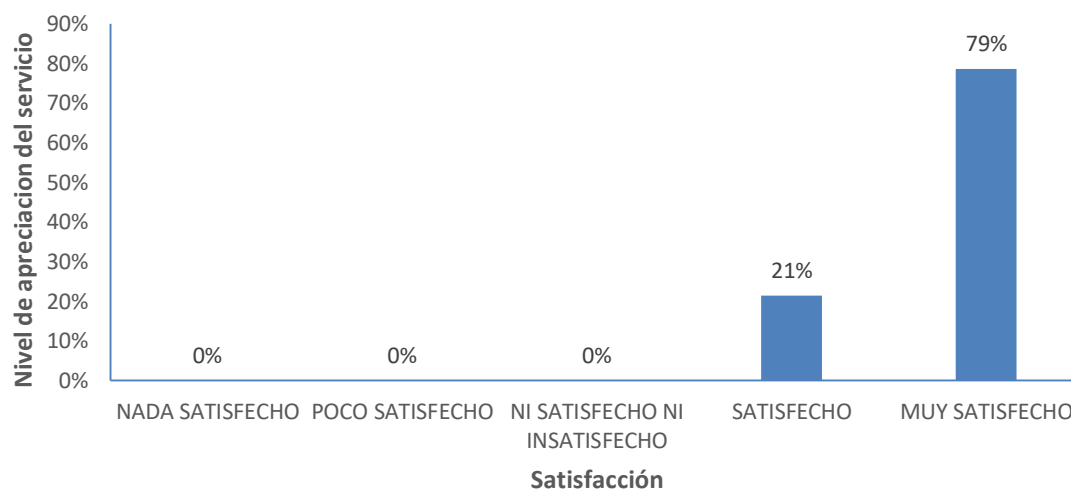
Gráfico 12 Comportamientos. Nivel de cumplimiento de las labores asignadas



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Luego de aplicar la cultura del SecurityMan en las unidades en las que se desarrolla el servicio se evalúa el nivel de cumplimiento de las labores asignadas que aborda el desarrollo a cabalidad de sus funciones como proteger al personal, al material, encontrarse preparado para situaciones de riesgo y velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y de seguridad. Los clientes sienten que el cumplimiento de las labores de los agentes ha mejorado notablemente: un 50% se encuentra satisfecho frente a un 14% de la encuesta inicial, seguida por un 43% muy satisfecho frente a un 0% de la encuesta inicial lo cual impacta directamente en el servicio de vigilancia. Esta mejora se debe principalmente a la práctica constante del manual que se encuentra en el apartado de políticas gracias a la capacitación recibida dentro del plan desarrollado. Nos mencionan en la entrevista que la práctica es la clave del éxito. Los agentes, en la entrevista, mencionan que estas acciones les brindan un espíritu de calidad y mejora continua. En la encuesta anterior se mostraba una completa indiferencia que ahora pasa a una mezcla de satisfacción y alta satisfacción que no es el mejor de los resultados pero que es mucho mejor que la encuesta anterior.

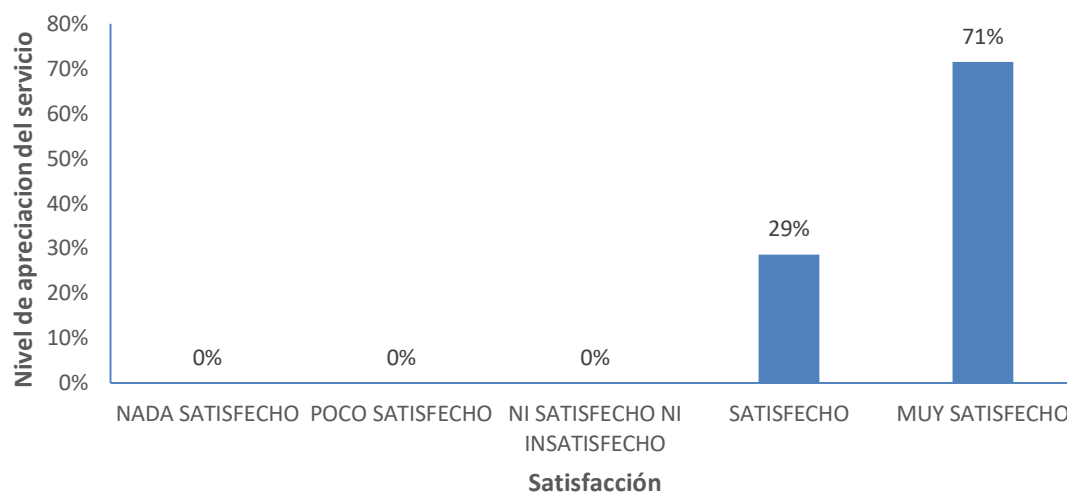
Gráfico 13 Comportamientos. Asistencia



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Después de aplicar la cultura del SecurityMan, que se encuentra desarrollada en el SecurityMan Book que todos los agentes deben leer diariamente y que constituye el pilar del entrenamiento, se da un papel muy importante a la asistencia que consiste en verificar, registrar y confrontar la asistencia del personal interiorizando su importancia e impacto en las labores. Los clientes sienten que la asistencia de los agentes ha mejorado notablemente y un 79% se encuentra muy satisfecho frente a un 0% de la encuesta inicial, lo cual impacta directamente en el servicio de vigilancia. Esta mejora se debe principalmente al cumplimiento de las políticas del SecurityMan. En las entrevistas los agentes indican que su sentido de responsabilidad se ha fortalecido lo cual podemos relacionar también a que están en planilla, puntualidad de los pagos y el reconocimiento de las horas extras y de todas las obligaciones legales del tipo laboral. Si un agente se encuentra cubierto en relación a estas necesidades puede desempeñar su rol a cabalidad ya que no se encuentra distraído pensando en estos problemas. Este resultado empata en el primer lugar y refleja que el cliente tiene plena confianza de que puede contar con los agentes que van a estar puntualmente en las unidades. Esta situación es delicada en días de fiesta, navidad, año nuevo, en el cumpleaños del agente y en los días en los que puede tener celebraciones valiosas como un aniversario, boda o un evento especial. También es un factor importante ante la realización de elecciones y otras actividades que pueden requerir la presencia del agente fuera del puesto de guardia. El cliente tiene que sentirse seguro de que el SecurityMan no va a fallar.

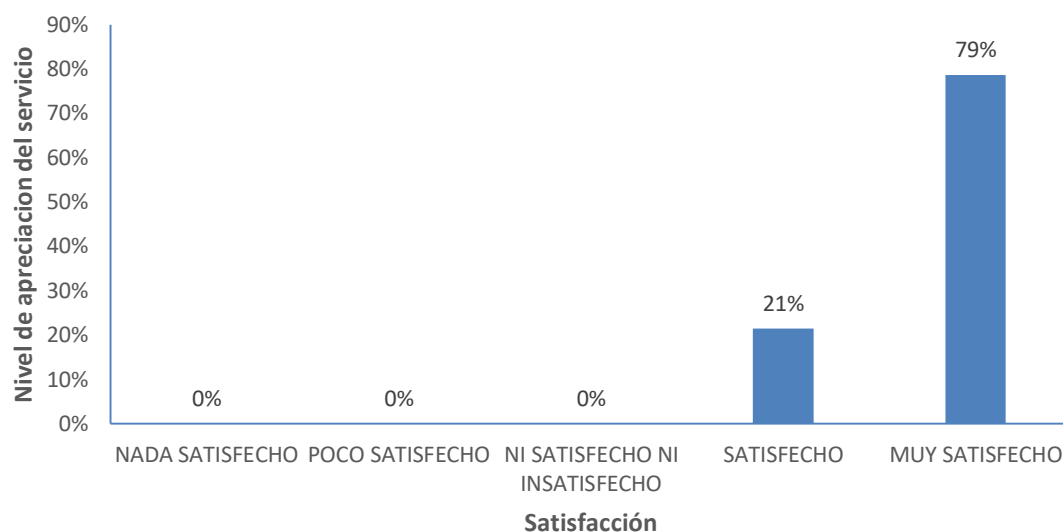
Gráfico 14 Comportamientos. Imagen de honestidad y confianza



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

La imagen de honestidad y confianza es muy importante dentro de la aplicación de la estrategia de SecurityMan. En las políticas se aborda un modelo de personas íntegras y también se aborda la empatía y la gentileza que brotan del sentido de amabilidad y caballerosidad del agente que provienen idealmente de los caballeros medievales. Una mirada franca con una sonrisa corta y amigable es un signo de excelencia para con los clientes. Los usuarios del servicio sienten que la honestidad y confianza de los agentes ha mejorado notablemente, un 71% se encuentra muy satisfecho frente a un 7% de la encuesta inicial, lo cual se relaciona crítica y directamente con el servicio de vigilancia. Esta mejora se debe principalmente al cumplimiento de las políticas del SecurityMan donde se fortalecen signos de educación como es el saludar, pedir permiso, pedir por favor, agradecer y pedir disculpas si hay equivocaciones informándolas antes de que el cliente las observe, lo cual es un generador automático de confianza y honestidad. En las entrevistas los agentes indican se sienten un ejemplo de personas para sus familias y para los miembros de sus barrios y grupos deportivos que ahora los observan de un modo diferente. En la encuesta anterior se observaba que un 71% se encontraba satisfecho y ahora se encuentra que el mismo porcentaje le otorga la máxima calificación, 5, que indica que se encuentran muy satisfechos, calificación que es difícil de obtener y que se tiene que mantener en las encuestas que se realizan de manera anual.

Gráfico 15 Creencias. Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas



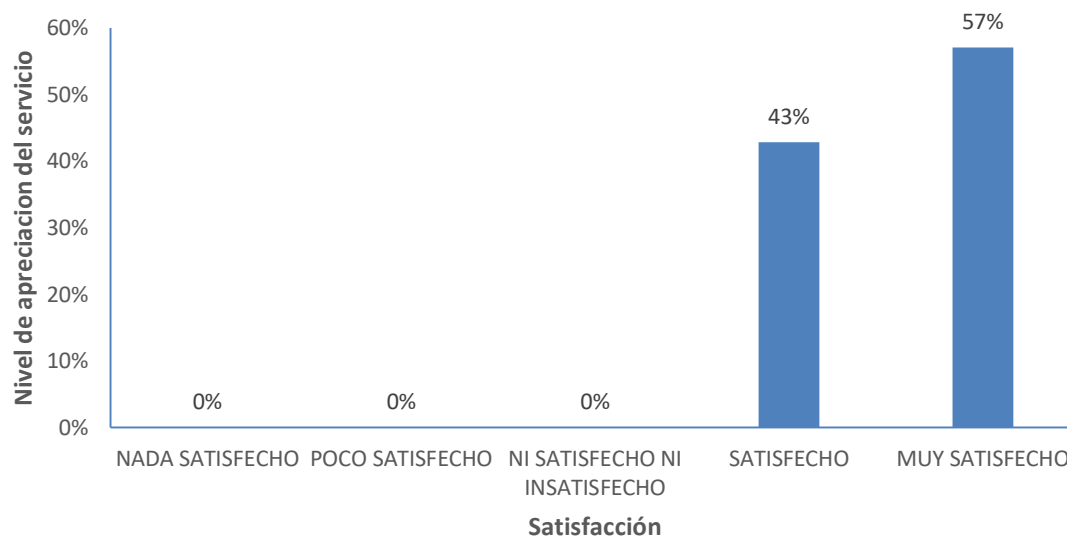
Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Luego de aplicar la cultura del SecurityMan se considera poderosamente la solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas. Aquí se trabaja en la mejora continua que es actuar, planificar, hacer y revisar para lograr altos estándares de desempeño. Los clientes sienten que la solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas de los agentes ha mejorado notablemente: un 79% se encuentra muy satisfecho frente a un 0% de la encuesta inicial, un resultado bastante bajo. Esta mejora se debe principalmente al cumplimiento de las políticas del SecurityMan donde se hace hincapié en la mejora continua, buscar permanentemente la excelencia y encontrarse dispuestos a escuchar, para lo cual se debe estar siempre en observación y autoevaluación. Eso es algo que definitivamente fue observado por los gerentes de las empresas clientes.

Como ya hemos mencionado, los agentes comparten este aspecto de mejora continua que los hace agentes de calidad y ello lo explican en las entrevistas en las que refieren a la entrevistadora que se sienten orgullosos y que sus familias también lo ven así. En la encuesta anterior se tenía un alto porcentaje de indiferencia que ahora pasa a ser un muy alto porcentaje de alto nivel de satisfacción que empata el primer lugar de los mejores resultados de esta segunda encuesta y de todo el estudio en general. Lo interesante de este punto es que es una creencia que retrocede en el tiempo y hace que, a pesar de que solamente se tiene un

par de meses de aplicación, anule todas las posibles malas experiencias anteriores que pudieran haberse dado.

Gráfico 16 Creencias. Imagen de estar cualificado para las tareas a desarrollar



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

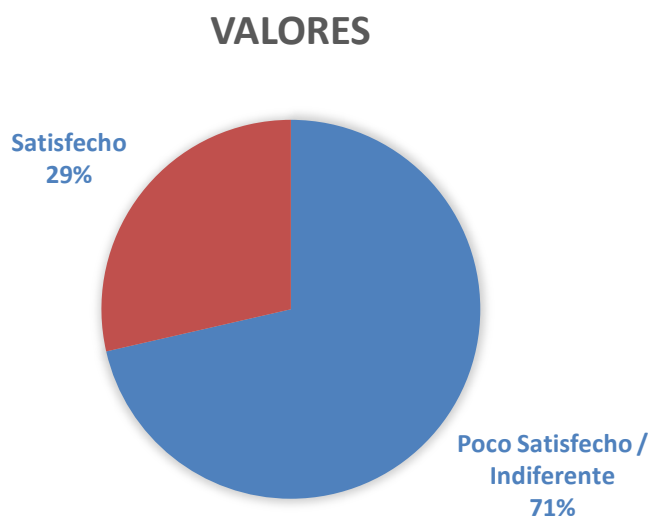
En esta segunda encuesta fortalecemos la imagen de estar totalmente cualificados para las tareas a desarrollar que consiste en trabajar un modelo de personas íntegras, capacitadas, con buenas prácticas y buenas relaciones interpersonales. Los clientes sienten que la imagen de estar totalmente cualificados para las tareas a desarrollar ha mejorado notablemente: un 57% se encuentra muy satisfecho frente a un 0% de la encuesta inicial. Esta mejora se debe principalmente a la sensibilización en la cultura del SecurityMan y a las capacitaciones recibidas. En las entrevistas los agentes indican que trabajan en función a objetivos más claros y como equipo. 64% de indiferencia y 36% de satisfacción pasan a ser 43% de satisfacción y 57% de alto nivel de satisfacción y esto denota un cambio drástico en la confianza de los gerentes en que los agentes pueden recibir misiones y funciones tanto administrativas como las de vigilancia. Ante la búsqueda de la eficiencia, reducción de costos y personal, es probable que al agente se le asignen algunas funciones administrativas simples lo cual fortalece la necesidad de su presencia en la empresa cliente.

4.4.2 Los valores de la cultura del SecurityMan y su efecto en la calidad del servicio.

En la dimensión de valores la encuesta nos muestra que el 71% de los clientes se siente poco satisfecho o indiferente considerando nivel de compromiso, presentación y puntualidad de los agentes de vigilancia privada. Como ya hemos mencionado líneas atrás los valores son virtudes o cualidades que caracterizan a una persona de manera positiva y que puede servir de referencia en un grupo social. Los valores del agente de vigilancia son un elemento clave ya que muestran objetivamente la clase de persona que es y a la empresa que representa y según este indicador no se destacan en la visión inicial de los gerentes de los clientes de la Empresa. En un entorno con presencia de estos valores se puede construir una relación de confianza que es importante para el desarrollo de la actividad de vigilancia en una sociedad que tiene un alto grado de deficiencia de valores primando más el interés personal, el egoísmo y la indiferencia, que impide y se resiste a mantener los valores que dignifican a la persona propiciando el respeto hacia ella.

El 29% se muestra satisfecho con los valores de los agentes de vigilancia. Estas prácticas positivas se pueden tomar como benchmarking para el resto de los equipos de seguridad o para ser considerados dentro de las ventajas estratégicas para una franquicia.

Gráfico 17 Evaluación de valores



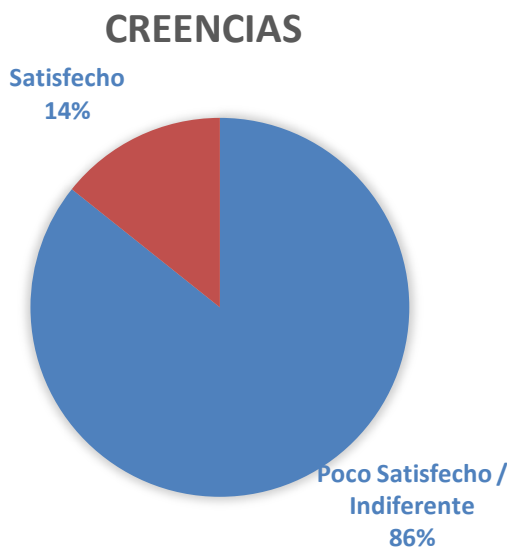
Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

4.4.3 Las creencias de la cultura del SecurityMan y su influencia en la calidad del servicio.

Sobre la dimensión creencias la encuesta nos muestra que el 86% de los clientes se siente poco satisfecho o se muestra indiferente sobre las soluciones que brindan los agentes de vigilancia privada, así como la imagen de encontrarse cualificados para desarrollar las tareas que les corresponden. Estos dos factores están considerados dentro de las creencias de la cultura del SecurityMan. Probablemente la situación de desconfianza general en el país promueva la indiferencia en las creencias y en esto también influye el mal desempeño de algunas empresas de seguridad sobre todo las de naturaleza informal con prácticas que van quedando en la memoria colectiva y apoyando la imagen de mal trabajo de los agentes. Las creencias son ideas que se consideran o suponen verdaderas sin ninguna evidencia física, es crucial que los agentes se sientan seguros en el desarrollo de sus actividades lo cual va a causar que crean en sí mismos y proyectar una imagen positiva de los que son capaces de hacer ya que esto es lo que los gerentes observan con la facilidad que les permite la experiencia en la conducción de sus empresas y del personal a cargo. Sin embargo, es más fácil que deteriore una buena creencia que mejorar una mala creencia y ello involucra un mayor trabajo de sensibilización.

El 14% de los clientes se muestra satisfecho con las soluciones brindadas y la percepción que es la imagen de estar cualificado para desarrollar tareas por parte de los agentes de vigilancia. Las creencias definen los límites o parámetros de lo que podemos hacer más allá de nuestra imaginación y nuestras capacidades y ello permite que los gerentes les asignen cada vez más tareas y responsabilidades. Es claro que la responsabilidad siempre es del gerente de la empresa, pero las nuevas tendencias de personal buscan lograr con la delegación un aumento de la confianza y la propia experiencia del liderazgo que consiguen mejorar la calidad del trabajo. Esto se ha visto reflejado poderosamente en las entrevistas que se realizaron a los agentes de Seguridad 111 ya que se podía determinar que había cambiado la creencia de su propia capacidad llevándolos a sentir que estaban perfectamente capacitados y preparados para desarrollar las tareas de un SecurityMan y cumplir con las que el cliente pudiera asignarles. Muchas de estas nuevas responsabilidades estaban en relación a la ley de seguridad y salud en el trabajo.

Gráfico 18 Evaluación de creencias



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

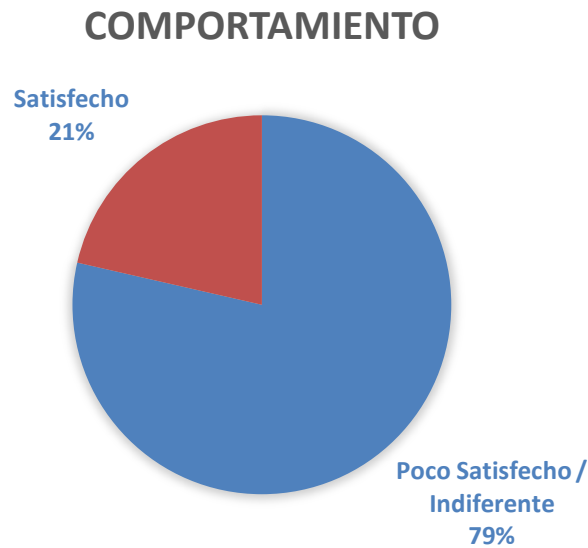
4.4.4 Los Comportamientos del SecurityMan y su influencia en la calidad del servicio.

Sobre la dimensión comportamiento un 79% de los clientes se siente poco satisfecho o se muestra indiferente ante el cumplimiento de las labores, asistencia, honestidad y confianza en el agente de vigilancia. El incumplir las labores supone un quebrantamiento de la buena fe laboral, sin embargo, más allá de ello, no permite a los gerentes de las empresas a lograr sus objetivos empresariales impactando de manera negativa en la productividad laboral. La honestidad y la asistencia y la confianza que ellas generan en la cultura empresarial son muy importantes para el crecimiento sostenible, la productividad y competitividad de una organización. En lo que respecta a la confianza, de igual modo, genera un incremento en la productividad de los trabajadores, un clima favorable y positivo para desarrollar el trabajo y cumplir los objetivos de la empresa. Los trabajadores de las empresas necesitan sentir confianza en que los agentes estarán allí cuidándolos.

Por otro lado, el 21% de los clientes se muestra satisfecho con el comportamiento de los agentes de vigilancia y estas prácticas positivas impactan también en el personal propio

de la empresa que contrata a los SecurityMan, que puede mejorar su asistencia y sus niveles de confianza.

Gráfico 19 Evaluación de comportamientos

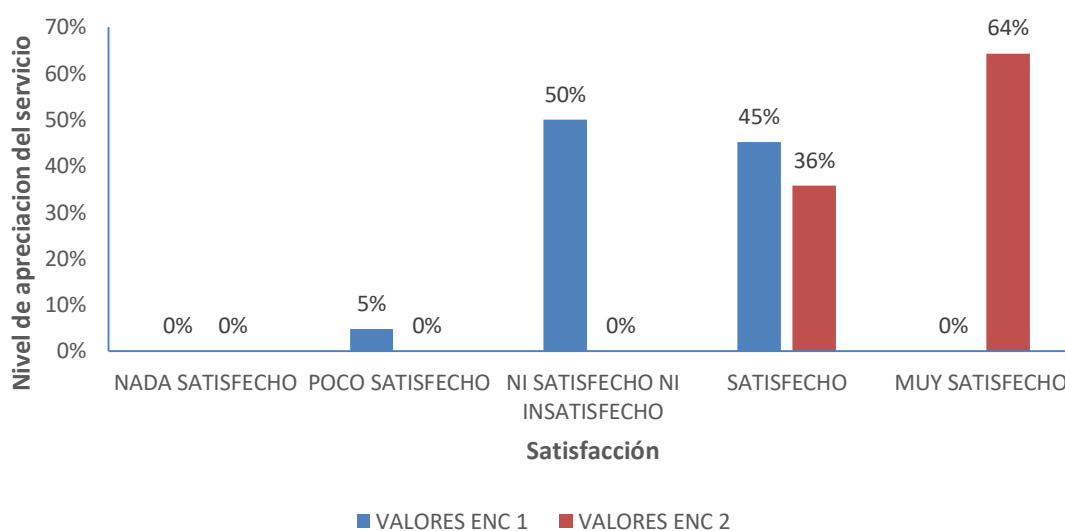


Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

4.5 Evidencia de los cambios en la calidad del servicio luego de la implementación.

En este apartado se procede a comparar las respuestas de las encuestas en las dimensiones de la identidad cultural y su relación con la mejora la mejora de la calidad del servicio del agente de vigilancia privada después de haber implementado el programa de capacitación para el SecurityMan en las empresas clientes de la empresa Seguridad 111.

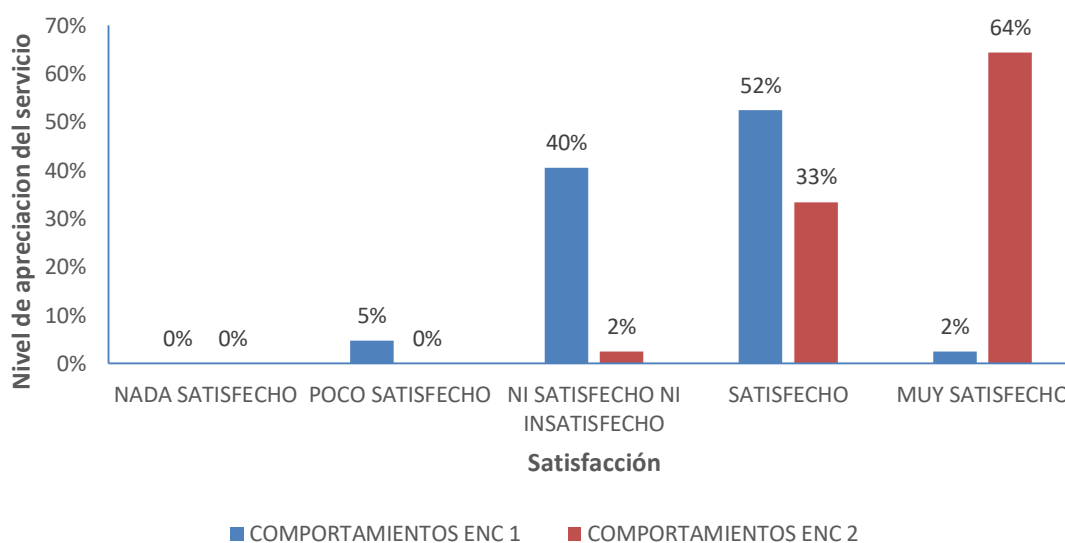
Gráfico 20 Comparativo: valores y mejora de la calidad de servicio



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Respecto a la dimensión valores que aborda el compromiso, presentación, puntualidad y calidad del servicio del agente y su relación con la mejora del servicio, en la encuesta inicial el 50% del total de los encuestados se mostraba ni satisfecho ni insatisfecho, el 45% se mostraba satisfecho y un 0% muy satisfecho. Después de implementar el programa de capacitación SecurityMan los números mostraron una mejora considerable: 0% ni satisfecho ni insatisfecho, 36% satisfecho y un 64% muy satisfecho. La orientación hacia la satisfacción plena es muy alta y se evidencia un cambio significativo en la mejora de los valores gracias a la implementación de la cultura de SecurityMan.

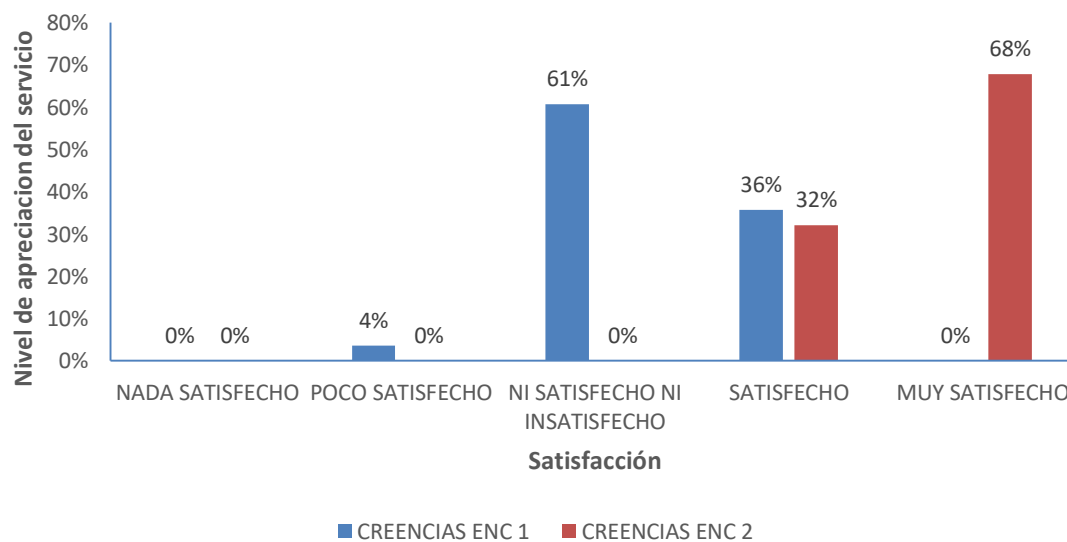
Gráfico 21 Comparativo: comportamientos y mejora de la calidad de servicio



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Respecto a la dimensión comportamientos que aborda el cumplimiento de las labores, asistencia e imagen honesta y confianza del agente y su relación con la mejora del servicio, en la encuesta inicial el 40% del total de los encuestados se mostraba ni satisfecho ni insatisfecho, el 52% se mostraba satisfecho y solo un 2% muy satisfecho. Después de implementar el programa de capacitación SecurityMan los números mostraron una mejora considerable, 2% ni satisfecho ni insatisfecho, 33% satisfechos y un 64% muy satisfecho con relación a los comportamientos. Estos indicadores son bastante significativos en cuanto al comportamiento del agente que demuestra la existencia de creencias y valores depositados en ellos a través de la cultura de SecurityMan que se ha desarrollado a través de las intensas capacitaciones. Debemos considerar que no se trató de darles a los agentes una separata, pedirles que estudien y tomarles un examen: La capacitación fue toda una experiencia que buscó demostrar, con ejemplos claros y reales, que siempre es mejor hacer las cosas de la manera correcta.

Gráfico 22 Comparativo: Creencias y mejora de la calidad de servicio



Fuente: Encuesta del estudio aplicada a los gerentes de las empresas clientes

Respecto a las creencias que abordan la imagen de estar totalmente cualificado y la solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas, en la encuesta inicial el 61% del total de los encuestados se mostraba neutral, el 36% se mostraba satisfecho y un 0% muy satisfecho. Después de implementar el programa de capacitación SecurityMan los números

mostraron una mejora por encima de las dos dimensiones anteriores, 0% neutral, 32% satisfechos y un 68% muy satisfecho, lo cual es un excelente indicador y que nos demuestra que los usuarios realmente consideran que los SecurityMan se encuentran preparados para las labores a desarrollar así como que en ocasiones pasadas tenido interés y compromiso en desarrollar las demandas de los mismos usuarios y ello se ha visto reflejado en las entrevistas que se desarrollaron a los agentes.

4.6 Percepción de los agentes Security Man con respecto a los cambios

Además de realizar dos series de encuestas se decidió realizar una entrevista dirigida a los propios agentes. La entrevista buscó indagar cómo se sienten los SecurityMan después de haberse implantado la Cultura SecurityMan en la empresa Seguridad 111 SRL. Esta entrevista fue anónima. La entrevista fue realizada por una persona ajena a la empresa, la Señora Valeria Martínez Zevallos identificada con DNI número 09881185, con la finalidad de que los agentes no se sientan presionados a responder de manera positiva. Se seleccionó a la mencionada Señora porque tenía experiencia trabajando con un equipo muy grande de personas en la empresa Belcorp. Este equipo de aproximadamente 900 personas contaba con un nivel educativo bajo y se dedicaban a la venta de cosméticos al no contar con un trabajo formal. La entrevista se realizó la primera semana del mes de junio del 2019 en horas de la mañana y se realizó en todos los clientes de Seguridad 111 SRL.

Los Agentes de Vigilancia Privada de Seguridad 111 SRL conocidos como SecurityMan están en libertad de contestar cómo realmente se sientan al respecto de cada pregunta. Para facilitar la conversación se otorga un permiso especial y se sientan los agentes con los entrevistadores en la cafetería o el concesionario de la empresa y se les invita un café. Se les invita a sentarse cómodamente y se busca un espacio en el que se pueda tener una comunicación directa y sincera.

En las entrevistas realizadas a los SecurityMan se observa que se sienten muy motivados por la cultura SecurityMan. Los agentes quieren profundizar más en los valores y buscan ascender en los niveles SM2 y SM3 indicando que son un reconocimiento al desarrollo personal. Los agentes mencionan que la cultura SecurityMan les brinda dignidad. Este es un tema muy importante porque se los mencionan a sus hijos e incluso indican que

sus pequeños desean ser también SecurityMan cuando sean grandes y los padres se llenan de un orgullo especial que los motiva profundamente a ser mejores cada día.

Las respuestas en todos los casos son cortas.

- Se les preguntó ¿Es Usted un SecurityMan? Respondían rápidamente de manera afirmativa como si fuera una competencia de tiempo de respuesta: “por supuesto.” Muchos de ellos indicaban que se sentían orgullosos y que se sentían unos caballeros. Uno de ellos recordó que también había SecurityWoman, pero no se tuvo oportunidad de entrevistar a ninguna agente femenina. Al proponer esta pregunta se define rápidamente el compromiso demostrado en todo el proceso y a pesar de ser una pregunta cerrada se recibieron algunas cortas explicaciones.
- La siguiente pregunta fue ¿Qué significa ser un SecurityMan? Los agentes señalaban que ser un SecurityMan es algo especial y único que los hacía sentirse diferentes a otros agentes en otras empresas de seguridad y que, para ellos, es ser más que un agente de seguridad y es ser un modelo de agente de vigilancia con espíritu de calidad y dispuestos a hacer las cosas cada vez mejores. Indicaron también que es ser un agente de vigilancia profesional que se respeta a sí mismo y es respetado por los clientes y por los usuarios porque cumple la cultura del SecurityMan. Un agente indicó que era un orgullo para ellos porque “somos diferentes a los demás agentes de vigilancia” señalando que en Seguridad 111 son bien considerados y que se sienten una familia y “es una empresa para quedarse definitivamente” indicando que tienen todos los derechos de ley y que trabajan con dignidad.
- Se les preguntó a los agentes sobre las ventajas percibidas de su función: ¿Cuál diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan? una respuesta muy valiosa fue tener valores y recibir enseñanza de cómo ponerlos en práctica. También decir que las diferencias no son visibles en el uniforme si no dentro del agente. El profesionalismo, la dignidad y la meritocracia: que se reconozca el esfuerzo, la dedicación y el compromiso que se va mostrando, premiando a los mejores y ofreciendo ventajas para los que hacen las cosas bien. El buen trato y la consideración de parte de sus jefes. Un SecurityMan, indicaron, es ordenado, pulcro, responsable y serio y actúa siempre como un caballero.

- Al preguntárseles ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad? señalaron los grados de SM1, SM2 y SM3 y el considerarse un caballero que es algo bastante recurrente por lo que se observa que el concepto ha sido interiorizado perfectamente. Es importante señalar que, al ser la empresa honesta con ellos, con respecto a sus pagos, que se dan de manera oportuna y formalmente (en planilla), se refuerza el concepto de que se tiene que ser honesto. Los otros agentes, indican, son desordenados y muchas veces están a la espera de que el cliente se distraiga para robarle. Hay muchos agentes que están metidos también en vicios, en cambio un SecurityMan se respeta a sí mismo y no tiene estas malas costumbres. Es importante que se mencione el concepto de DT y se trata de los descansos trabajados en los que muchas empresas no pagan el doble sueldo que corresponde y, en caso de ser feriado, el triple sueldo. Un agente indica que, al ser maltratados en estos sentidos, renuncian y buscan trabajo en otra empresa y esto crea serios problemas a la empresa de seguridad que necesita buscar relevos que se encuentren capacitados para trabajar en la unidad mientras que si conocieran como es con los SecurityMan “se vendrían todos para aquí.” Los agentes indican que en otras empresas no se tiene un rumbo claro y al ser un SecurityMan se trabaja en función a un objetivo.

- En la pregunta, ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan? mencionan rápidamente a esposa e hijos, así como a sus amigos y compañeros. Sienten que son un ejemplo y que sus hijos podrían también ser SecurityMan. Probablemente la familia se opondría a que un SecurityMan quiera cambiarse de empresa y esto es algo que se observa mucho en el sector de vigilancia privada en el que los agentes abandonan a sus empresas buscando pequeñas ventajas de comodidad en otras empresas o algunas consideraciones especiales mínimas.

- Se hizo la pregunta ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3? Es muy interesante porque es una consideración que solamente tiene la cultura de SecurityMan y se reconoce casi de inmediato como un estímulo a la mejora y la mayoría de ellos ven este esquema como un reto que desean superar y que muestra cómo va el avance en el camino al profesionalismo. Indican que es una forma de que

se vea cuando uno hace un mejor trabajo y entonces es una forma de recordarte a ti mismo lo bueno que eres. Te levanta y te hace querer ser mejor cada vez. Quizás esto es lo que le hace falta a un gran número de compatriotas que se sienten derrotados ante las primeras demostraciones de desgaste. La constancia es la madre del éxito y esto es recordado en las capacitaciones del programa de la cultura de SecurityMan.

- La pregunta planteada fue ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan? nos ayuda a observar cuáles de los valores señalados en el Manual del SecurityMan han sido mejor aceptados por los agentes. La integridad y la caballerosidad se encuentran entre los más recordados. También tenemos a la honradez, responsabilidad y puntualidad. Esta respuesta refuerza el concepto de la figura del caballero medieval que ha sido muy bien aceptada por los agentes y que les da un poderoso sentido de pertenencia como si se tratara de la mesa redonda de los caballeros del Rey Arturo.
- La pregunta ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero? apunta a ayudarnos a crear lo que viene después de este desarrollo. En nuestro trabajo consideramos que esto debe ser una colección en la que todos los agentes busquen tener todos los premios que se entregan. Sin embargo, varios agentes mencionaron a los permisos para eventos especiales como bautizos o matrimonios lo cual es muy importante porque son ceremonias religiosas que refuerzan el valor de la familia. El reconocimiento público también es algo muy importante. Algunos agentes mencionaron los préstamos que es algo que se ha considerado, pero se requiere que los agentes tengan un mínimo de seis meses en la empresa con la finalidad de que sus liquidaciones puedan cubrir los pagos ya que la empresa no se dedica al rubro de financiamiento y los préstamos son sin intereses. También se tienen los permisos por cumpleaños, la asistencia a eventos navideños y deportivos y los almuerzos de confraternidad. Lo interesante de esta pregunta es que en ninguna respuesta se pidió un aumento de sueldo que es algo que pasa en casi todos los sectores.
- Frente a la pregunta ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan? todas las respuestas fueron afirmativas, aunque un agente muy orgulloso y comprometido indicó

que tendrían que ser evaluados porque no todas las personas pueden ser un SecurityMan, mencionando que había que tener “madera” de SecurityMan.

- Con la pregunta ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan? tratamos de hacer un control de calidad bastante abierto de la cultura y reforzar el concepto de la mejora continua. La mayoría de los agentes agradecen la creación de la cultura. Muchos agentes contestaron que debería ser difundida a todas las empresas inclusive a las que no son empresas de seguridad.
- Con la pregunta ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan? se trata de ampliar más el espectro de respuesta de la pregunta anterior. Aquí las respuestas son diversas: máquinas dispensadoras de gorras y llaveros de SecurityMan, casacas, chompas, termos, lapiceros. También se piden las cámaras tácticas y la instauración de un día del SecurityMan diferente al día del agente de vigilancia decretado por la SUCAMEC. Finalmente, un par de agentes solicitan actividades deportivas.
- La última pregunta ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?, se utilizó para cerrar la entrevista y dejar un mensaje en las mentes de los agentes buscamos reafirmar la ventaja de la cultura SecurityMan. El pago de las remuneraciones fuera de planilla o en conceptos no remunerativos. Se sabe que las otras empresas no les pagan a los agentes las horas extras en la planilla y les descuentan cursos y uniformes. También se demoran en pagarles y los agentes están esperando hasta dos semanas por sus sueldos y como no tienen dinero para los pasajes llegan tarde y lo increíble es que los sancionan por ello. También es muy abusivo el obligarlos a realizar turnos consecutivos sin descanso ni oportunidad para poder ir a los servicios higiénicos. El hecho de no entregarles el EPP o Equipo de Protección Personal es muy grave además de ir en contra de la Ley 29783.

4.7 Estrategia de consolidación de SecurityMan

El guardián de la cultura de Seguridad 111, de acuerdo a las entrevistas realizadas, está desarrollando una estrategia de consolidación con una serie de actividades para afirmar la cultura del SecurityMan con los agentes ya que para concretar la identificación con la cultura se requiere un esfuerzo constante que no se puede detener en el tiempo.

Es importante considerar que los símbolos físicos ayudan a afirmar los valores de una cultura que es inmaterial. Esto es adicional a los grados de SM2 y de SM3 bañados en plata y oro respectivamente. Así de inmediato se ha empezado a trabajar con artículos que vienen siendo entregados a los SecurityMan como parte de una colección en situaciones como una premiación pública por desempeño o por haber ascendido al grado de SM2 o SM3 y también como regalo del día del padre, día del trabajo, fiestas patrias, día del agente de vigilancia. Se está buscando un día adecuado para celebrar el día del SecurityMan. Aparentemente son artículos de merchandising como gorras, bolsas, maletines, llaveros, toallas de baño, ambientadores, reglas, libretas y lapiceros; pero se busca que los agentes los coleccionen y se sientan orgullosos de hacerlo para afirmar la cultura del SecurityMan. Estos artículos no son entregados de manera uniforme de manera que los SecurityMan les piden a sus supervisores que les consigan el artículo que les falta. El centro de control guarda la información de cada artículo entregado en el cuadro de control de personal en el que se van evaluando todos los factores necesarios para que una agente de rango SM1 sea promovido al rango SM2. Se observa que los agentes realizan comentarios sobre sus artículos y comentan a sus familiares y en sus entornos sociales las ventajas de ser un SecurityMan como se menciona en la entrevista. Los artículos son diferenciados ya que se señala si se trata, por ejemplo, de una gorra de SM2 o de SM3 las cuales tienen una indicación que lo señala. Con todos los cursos que se han seguido dentro del programa de capacitación se han entregado certificados físicos firmados por las gerencias generales y comerciales. Una copia es añadida al legajo del SecurityMan y el original es entregado en acto público a los agentes que son aplaudidos por sus compañeros. Cuando se tiene una ceremonia de entrega de grados de SM2 o SM3 o una ceremonia de felicitación por un acto distinguido los SecurityMan pueden portar su colección personal de prendas y eso ayuda a generar competencia por tener todas las prendas coleccionables.

Con respecto a las solicitudes de actividades deportivas se ha realizado un contrato con una empresa proveedora del servicio de alquiler de canchas deportivas. Se va a celebrar un campeonato interno anual entre unidades y Seguridad 111 va a encargarse de cubrir los gastos de la cancha y uniformes, así como el gestionar los retenes para cubrir las guardias de los agentes que jueguen en el campeonato. Los partidos de fútbol se van a desarrollar cada 15 días y solamente van a ser dos partidos por cada fecha desde las 2000 horas hasta las 2200 horas ya que se requiere que los agentes no se encuentren cansados para desempeñar sus labores. En cada fecha se va a tener un supervisor a cargo y se está contratando un servicio de ambulancia para el caso de emergencias que se puedan dar por fracturas o contusiones. El recinto deportivo se encuentra ubicado en la esquina de la avenida Separadora Industrial y la avenida Los Frutales a solamente dos cuadras de la Clínica Montefiori con la que se tiene un convenio de atención rápida en caso de emergencias. Los integrantes del equipo ganador del campeonato van a recibir como estímulo un día de permiso con goce de haber a elección libre ya que ello era una de las solicitudes que se mencionan en la entrevista.

Para los miembros de la oficina que hacen deporte en bicicleta se ha programado una gran competencia de ruta y montaña que se va a realizar todos los meses de julio desde el año 2020 y el premio también es un día de permiso que el colaborador deberá escoger informando al área de recursos humanos. En esta competencia son libres de participar los SecurityMan para lo que deberán comunicar su interés de participar a sus supervisores.

En ambos casos las premiaciones van a ser públicas y las fotos de los ganadores van a ser expuestas en la página web y en las redes sociales de Seguridad 111 de la misma manera que se exponen los eventos de confraternidad. La empresa tiene considerado premiar al mejor ciclista con una bicicleta nueva.

El siguiente evento de confraternidad programado es la celebración de la navidad del SecurityMan que va a realizarse en el Restaurante Las Tinajas ubicado en la avenida Javier Prado muy cerca de las oficinas. Se está invitando a los cónyuges y a los hijos de los SecurityMan a quienes se les va a entregar un presente navideño. El regalo depende de la edad de los hijos ya que hasta los 14 años es un juguete, pero de allí en adelante se les regala un libro. El evento consiste en un almuerzo con un show navideño a cargo de profesionales de este rubro, pero en el que participan también los gerentes de Seguridad 111. No se invita

a ningún agente porque la mitad del equipo está de servicio y no sería justo que algunos puedan asistir con sus esposas y esposos. En este evento se van a dar unas palabras especiales sobre los valores de los SecurityMan que están alineados de manera perfecta con los valores católicos que se promueven en navidad y se va a reconocer con un aplauso a las esposas y cónyuges de los agentes que han sido ascendidos a SM2 y a SM3 lo cual es un orgullo para todo el equipo de Seguridad 111.

4.8 Nuevo escenario después del inicio de SecurityMan

La gerencia comercial de Seguridad 111 está implementando una Intranet que va a facilitar las comunicaciones y va a aumentar el sentimiento de pertenencia de los agentes de vigilancia. En el mes de junio del 2019 se habilitó el sistema para que los agentes de vigilancia puedan visualizar sus boletas de pago en un link y puedan imprimirlas en cualquier impresora desde esta dirección. Esto ayuda a reducir las impresiones y con ello a cuidar el planeta, pero también ayuda a que los agentes tengan sus boletas en cualquier lugar y puedan imprimirlas accediendo a ellas desde un link. La intranet considera un módulo de chat en el que el agente puede hacer preguntas directamente al Guardián de la Cultura y puede incluso sugerir mejoras al SecurityManBook. La intranet registra la cantidad de horas en las que un agente permanece conectado y esto le brinda un calificativo de “oro”, “plata” y “bronce” que corresponde a quienes se encuentren dentro del quinto, tercio y medio superior. Este calificativo solamente se muestra en la intranet, pero es considerado dentro de las evaluaciones para SM2 y SM3.

En el mes de julio del 2019 se iniciaron las capacitaciones virtuales en PowerPoint a través de la intranet y así como se tienen las capacitaciones se ha implementado un sistema de evaluación en el que si los agentes obtienen malos resultados pasan a recibir las capacitaciones presenciales. Con esto se reduce el tiempo y el dinero utilizado para movilizar a los instructores ya que en Lima los desplazamientos se complican por la dificultad del tránsito a pesar de la implementación de sistemas de control como el de “Pico y Placa.” Los agentes que obtienen buenas calificaciones son premiados públicamente y esto forma parte de la evaluación para ser considerado un SM2 o un SM3. La empresa Seguridad 111 dentro de la estrategia de consolidación otorga los certificados formales como se indicó en el subcapítulo anterior.

En la intranet se están colocando todos los manuales de la empresa, los cursos de seguridad relacionados y los cursos impulsados por BASC y también se busca colocar cursos virtuales de Excel y Word, así como cursos de mejora profesional. Se ha contratado a un equipo de profesionales que está filmando a nuestros instructores brindando las capacitaciones en video que reemplazarán a las capacitaciones en PowerPoint y que estarán disponibles en la web desde la nube contratada para mantener la intranet. La ventaja es que los SecurityMan van a poder repasar las capacitaciones recibidas observando directamente al personal de la empresa preparado y entrenado para darles esta formación.

La intranet también está colocando libros virtuales sobre temas de desarrollo personal con la finalidad de que los agentes practiquen el hábito de la lectura con lo que se logra que escriban y hablen mejor nuestro idioma. Se están preparando los cursos prácticos de primeros auxilios y de lucha contra incendios que deben ser dictados de manera virtual (video) por un técnico de enfermería y un técnico del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú.

En la intranet se está colocando el concurso de dibujo de la mascota de Seguridad 111 y el concurso para la creación del himno del SecurityMan. Esta mascota será colocada en todas las diapositivas y banners de capacitación mientras que el himno se utilizará en las ceremonias de ascenso de SM2 y SM3, así como en las premiaciones por actos distinguidos dentro y fuera de la empresa y a campeones deportivos.

La empresa busca también que los SecurityMan puedan apoyarse en las nuevas tecnologías para desarrollar sus labores como la identificación facial, el uso de cámaras tácticas y el almacenamiento de información en la nube.

CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

- Nos habíamos propuesto evaluar si los valores de los agentes de vigilancia privada con la cultura de SecurityMan influían en la pérdida o disminución de la calidad del servicio. Como resultado de la investigación estadística podemos concluir que los clientes se encuentran en un alto rango de satisfacción. Esto guarda relación directa con el nivel de compromiso, presentación y puntualidad de los SecurityMan.
- Buscamos establecer si las creencias de los agentes de vigilancia privada como parte de la cultura de SecurityMan influían en la pérdida o disminución de la calidad del servicio. Luego del estudio concluimos que la mayoría de los clientes se encuentra muy satisfecho con el servicio brindado. Esto guarda relación directa con la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar, así como la solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas de los agentes de vigilancia.
- Finalmente nos propusimos establecer si los comportamientos de los agentes de vigilancia privada dentro de la cultura del SecurityMan influían en la pérdida o disminución de la calidad del servicio. Se llegó a una conclusión positiva una vez más concluyendo en un alto grado de satisfacción ante el nivel de cumplimiento de las labores asignadas, asistencia y honestidad y confianza del agente de vigilancia.
- Implementar la cultura del SecurityMan mejora la calidad del servicio que las empresas de seguridad pueden brindar a sus clientes. Los agentes se sienten más seguros, comprometidos, con un fuerte sentido de pertenencia y pueden realizar sus labores de manera excelente lo cual se hace visible a los ojos de los clientes, sus proveedores y ante los clientes de los clientes que pueden ser próximos clientes de Seguridad 111. Además, con la ayuda de los avances tecnológicos su

labor es valorada de mejor manera por los clientes y pueden realizar su trabajo con mayor exactitud y en menos tiempo.

- Implementar la cultura del SecurityMan eleva la calidad de vida de los agentes que tienen una manera de progresar y de desarrollarse. Esto mejora a sus familias y a la sociedad en su conjunto y esto se ha visto reflejado con claridad en las entrevistas en las que se habla de una profesión más que de la única opción que quedaba para trabajar.
- Con la cultura del SecurityMan se tiene un impacto positivo en el área de recursos humanos de la empresa ya que se pueden identificar fácilmente a los mejores colaboradores y se puede contar con signos visibles que sirvan para ponerlos de ejemplo a sus compañeros utilizando una sana competencia y meritocracia.
- La cultura del SecurityMan es una manera de elevar el rendimiento de los trabajadores sin necesidad de elevar los costos. Las empresas requieren ser más eficientes y la planilla representa un gasto muy importante en la estructura del costo por lo que es muy conveniente mejorar la calidad del servicio sin afectar el dinero de la empresa que es algo que las gerencias generales agradecen gustosamente.
- Por otro lado, el pago de las horas extras, días de descanso y otros conceptos establecidos en la ley ayudan a revalorizar al agente y dejar de hacerlo no representa un ahorro sino más bien una falta que puede ser multada por la SUNAFIL y esto puede representar un gasto muy elevado para la empresa.
- La entrega de certificados de las capacitaciones recibidas con copia en el legajo personal del SecurityMan ayuda a darle más valor al esfuerzo que realizan los agentes en obtener buenas notas. De la misma manera la entrega de grados como SM2 o SM3 eleva mucho la autoestima de los agentes motivando que ellos se

conviertan en defensores de la empresa ante cualquier comentario o crítica que pueda provenir de la competencia de Seguridad 111 SRL.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda sensibilizar, capacitar y reforzar en valores de la cultura a los agentes de vigilancia mediante entrenamientos formales como capacitaciones e inducciones en los aspectos de compromiso, presentación y puntualidad tanto para los antiguos como a los nuevos. Se recomienda también reforzar a través de la comunicación interna y esto se da en el contacto del agente con sus superiores o la empresa a la que pertenece.
- Se recomienda que las jefaturas y gerencias sean el ejemplo en mostrar los valores ya que es crucial en momentos difíciles para obtener buenos resultados. Se necesita el involucramiento total. Se recomienda reconocer y valorar el desempeño de los agentes ya que ello muestra lo importante que es el desenvolvimiento diario, esto se puede dar de manera presencial, mediante boletines o mediante medios virtuales.
- Se recomienda desarrollar las creencias mediante charlas y capacitaciones para analizar cuáles son realmente válidas y cuáles no. Se recomienda abordar temas sobre creencias limitantes que son pensamientos negativos que consideramos como cierto y creencias potenciadoras que son las que nos permiten avanzar, progresar y dar nuestra mejor versión tanto con nosotros mismos y en nuestra relación con los demás, de esta manera proyectar una imagen positiva y generadora de confianza. Hoy en día se habla mucho de la procrastinación que consiste en demorar la solución de los problemas o postergar las decisiones difíciles, costumbre muy desarrollada entre los peruanos.
- Se recomienda potenciar el comportamiento mediante incentivos económicos y emocionales, como son los reconocimientos por el cumplimiento de las labores, la asistencia y la honestidad del agente de vigilancia. Se recomienda ascender a

un trabajador que ha cumplido su labor de manera constante generando valor a la empresa. Se recomienda que la cultura de la empresa se encuentre por escrito y al alcance de todos los miembros de la empresa para que se encuentren alineados en sus actuaciones. Se recomienda brindar apoyo constante al trabajador mediante la solución de sus problemas laborales, de compensaciones y capacitaciones formativas que lo motiven y traigan como resultado comportamientos adecuados para que todos los procesos se cumplan sin inconvenientes. Felicitar y premiar en grupo y llamar la atención y sancionar en privado.

- Se recomienda estudiar nuevas formas para fortalecer la cultura del agente de vigilancia privada. Es importante evaluar las nuevas tecnologías e internet para poder seguir sumando conceptos no remunerativos que brinden calidad de vida al agente de vigilancia y a su familia y a los trabajadores en general. Se necesita trabajar de la mano con psicólogos para seguir comprendiendo el comportamiento de las personas en las organizaciones.
- Se recomienda que la SUCAMEC obligue a las empresas de seguridad a implementar una cultura para su personal basada en la cultura del SecurityMan. Sugerimos que se realicen inspecciones de manera más frecuente a las empresas de seguridad y que se trabaje con la SUNAFIL y el Ministerio de Trabajo para evitar los abusos remunerativos que generan el deterioro de la calidad del trabajo en general, generan desconfianza en los trabajadores de este rubro y desalientan a las empresas que quieren competir de manera legal en un segmento en el que no sea respetado históricamente al trabajador.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alfaro Gerardo, Administración para la calidad total, 2009; Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México.
2. Arquitecto Paisajista estadounidense, El paisaje que vemos (1969) pp. 69-84.
3. Arellano Rolando, Al medio hay sitio, el crecimiento social según los estilos de vida, 2010, Editorial Planeta Perú SA, Perú. ISBN 9972239977.
4. Arias Patricia, Seguridad Privada en América Latina: el lucro y los dilemas de una regulación deficitaria, 2009, FLACSO Chile. ISBN 9789562052429.
5. Barroso Manuel, Ser familia, 2006, Editorial Galac, Venezuela. ISBN 9806194373.
6. Bastos Amigo Santiago, Familia género y cultura: Algunas propuestas para la comprensión de la dinámica del poder en los hogares populares, 2007, CLACSO Argentina. ISBN 9789871183746.
7. Bákula, C (2000:169) "Tres definiciones en torno al patrimonio". Pontificia Universidad Católica del Perú, Dirección del Museo del Banco Central de Reserva Lima, Perú.
8. Calvo Pérez Javier, La Oreja en el Piso, una cultura para el ejercicio del liderazgo, 2013, Editorial Aguilar, Perú. ISBN 9786124162039.
9. Clifford, J. (1989) *the Predicament of Culture*. Harvard University Press. USA. ISBN 0674698436.
10. Costa Aponte Francisco, Provincia de Lima, Compendio Estadístico 2017, INEI, 2017.
11. Costa Gino, Lima, cómo hacerla más segura, Ciudad Nuestra, 2015, Perú.
12. Darwin. Charles, El origen del hombre. 1909. Publicación original 1871.
13. Dawson, D (2010), "La religión y el origen de la cultura occidental". España. ISBN 9788499200262
14. De Soto Hernando, El Otro Sendero: La Revolución Informal, 1987, Editorial Oveja Negra, Colombia. ISBN 9789580602286.
15. ENAHO, Encuesta Nacional de Hogares sobre condiciones de vida y pobreza, (2017) reporte generado el 20 de junio del 2018, INEI, 001-PER-INEI-ENAH0-2017.
16. Fisher, J (2014), "Liberalismo, comunitarismo, cultura y multiculturalismo". Universidad Veracruzana. México.

17. García, C, (2002: 66). "Patrimonio etnológico, memoria y cultura".
18. Gilbert Claude-Journe Benoit-Laroche Hervé-Bieder Corinne, Safety Cultures Safety Models, (2018) Editorial SpringerOpen FONCSI, Francia. ISBN 9783319951287
19. Grimaldo Muchotrigo Miriam (2006) Identidad y Política Cultural en el Perú. Paper Facultad de Psicología, Universidad de San Martín de Porres
20. Grimson, A (2008) "Diversidad y cultura. Reificación y situacionalidad". Argentina. ISSN 17942489.
21. González-Varas Ibáñez, I. (2015). Patrimonio Cultural. Conceptos, debates y problemas. (Cultural Heritage. Concepts, Issues and Debates), Básicos de Arte Cátedra. Madrid, 2015. (256 pp.). ISBN: 9788437634173.
22. Guerra, Nancy Modecki Kathryn Cunningham Wendy (2014) Developing social-emotional skills for the labor market. Policy Research Working Paper WPS7123 World Bank Group.
23. Hegel (1794). La filosofía sistemática, dialéctica de la identidad. V. I. Alemania.
24. Hernández Sampier, Roberto. Metodología de la investigación. Editorial Félix Varela. La Habana. 2004 (modelo) ISBN 9701057538
25. Hernández, Francisca (2002), "El patrimonio cultural: la memoria recuperada. Gijón: Ediciones Trea. España. ISBN 8497040368.
26. Huntington, S.P. (2011) The Clash of the civilizations and the remaking of the world order. Simon & Schuster, USA. ISBN 9781451628975
27. Locke, J. (1632-1704). Filosofía moderna sobre el sujeto y su identidad. L. II, C. XXVII.
28. Kayser, Bernard (1994: 37), "La cultura, un incentivo para el desarrollo local".
29. Kuper Adam, Cultura, la versión de los antropólogos, 1999, Harvard University Press, Cambridge (Mass.) USA ISBN 8449311403
30. La Rotta Luis, Consultor Didáctico de Seguridad METIS, 2005, Xpress Estudio Gráfico, Colombia. ISBN 9589620825
31. Lencioni Patrick, Las cinco disfunciones de un equipo, empresa activa, 2003, Ediciones Urano, España. ISBN 9788495787323.
32. May Cindy, "When man are les moral tan women," Revista Scientific American, junio 19, 2012, USA.

33. Molano L, Olga Lucia Revista Opera, mayo, año/vol. 7, mayo 2007, Universidad Externado de Colombia Bogotá, Colombia
34. PISA 2018 Results. (2019) Programme for international student assessment Combined Executive Summaries. OECD Francia.
35. Real Academia Española, Diccionario de la lengua española 23ª edición 2014, ESPASA, España, ISBN 9788467041897.
36. Rodríguez Sánchez, J.L. (1989) Trastorno de identidad, factor común en los alumnos “problema”, de bachillerato. Universidad de las Américas Puebla, México.
37. Rodríguez Diofanor (2014) Fundamentos de la Seguridad Integral, Colección Seguridad y Defensa, Editorial Universidad Autónoma de México, México. ISBN 9789871521166.
38. Rojas Francisco (2012) Seguridad Humana, Nuevos Enfoques, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, Costa Rica. ISBN 9789977682389.
39. Rojas, Miguel (2011) "Identidad cultural e integración". Bogotá D.C COLOMBIA. ISBN 9789588422541.
40. Salanova Marisa and Schaufeli Wilmar (2009) El engagement en el trabajo, Alianza Editorial, Madrid, España. ISBN 9788420668543.
41. Schnarch Alejandro, Marketing para pymes: Un enfoque para Latinoamérica, 2013, Editorial Alfaomega, México. ISBN 9789586828468.
42. Seligman Martin (2002) Authentic Happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment, New York Free Press ISBN0743222970
43. Simon and Schuster. (1996) The Clash of the civilizations and the remaking of the world order, New York, USA.
44. Stuart Chase, The Proper Study of Mankind, Nueva York, Harper, 1948.
45. Taylor, Charles (2001), "Multiculturalismo y la política de reconocimiento". Madrid: Fondo de Cultura Económica. ISBN 9786071600998.
46. Terence Turner Anthropology and Multiculturalism: What is Anthropology that Multiculturalists should be mindful of it? Cultural Anthropology Vol. 8, No. 4, November-1993.
47. Verhelst, T (1994), "Las funciones sociales de la cultura", LEADER Magazine nr.8 Inverno.
48. Watkins D. Michael, ¿What is Organizational Culture? And why should we care, Harvard Business Review mayo 15 2013, USA.

49. Web page SUCAMEC. www.sucamec.gob.pe.
50. Web page Sociedad Nacional de Seguridad, www.sns.pe.

Leyes y dispositivos legales

51. Ley 30299, ley de armas de fuego, municiones, explosivos, productos pirotécnicos y materiales relacionados de uso civil publicado el 22 de enero del 2015.
52. Ley 28879, Ley de Servicios de Seguridad Privada, publicada el 18 de agosto del 2016.
53. Ley 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, publicada el 27 de octubre del 2016.
54. Decreto Legislativo 689 que reglamenta el trabajo de personal extranjero publicado el 4 de noviembre de 1991.
55. Decreto Legislativo 1127 que crea la SUCAMEC publicado el 6 de enero del 2014.
56. Decreto Supremo número 005 – 2012 – TR Reglamento de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo publicado el 25 de abril del 2012.
57. Decreto Supremo número 007 – 2002 – TR Texto Único Ordenado de la Ley de Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en Sobretiempo, publicado el 9 de agosto del 2002.
58. Decreto Supremo número 003-2011-IN, Reglamento de la Ley 29783, publicado el 31 de marzo del 2011.
59. Decreto Supremo número 005-2014-IN, Medidas para fortalecer la acción de la SUCAMEC, publicado el 30 de marzo del 2014.
60. Decreto Supremo número 010-2017-IN, Reglamento de la Ley 30299, publicado el 1 de abril del 2017.
61. Decreto Supremo número 017-2013-IN, Modificación del Reglamento de Organización y Funciones de la SUCAMEC, publicado el 12 de diciembre del 2013.
62. Informe Defensorial número 81 Defensoría del Pueblo (2004)
63. Ordenanza 383 Municipalidad de La Molina del 30 de abril del 2019 (2019) Diario El Peruano
64. Ordenanza 097 Municipalidad de La Molina del 17 de enero del 2005 (2005) Diario Oficial El Peruano.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio

Formulación del Problema	Justificación	Objetivos	Marco Teórico	Hipótesis	Variables	Indicadores	Métodos
<p>Formulación del Problema ¿De qué manera la construcción de la identidad Cultural y sus dimensiones mejorara en el servicio de vigilancia privada de seguridad 111 SRL en Lima ,2018?</p> <p>Problema principal ¿Cómo influye la construcción de la identidad cultural del SecurityMan en la mejora del servicio de vigilancia privada de seguridad 111 SRL en Lima, 2018?</p> <p>Problema específico 1 ¿Cuáles son los valores de la cultura del SecurityMan que inciden en la mejora del servicio de vigilancia privada de Seguridad 111 SRL en Lima?</p> <p>Problema específico 2 ¿Cuáles son las creencias de la cultura del SecurityMan que inciden en mejora del servicio de vigilancia privada de Seguridad 111 SRL en Lima?</p> <p>Problema específico 3 ¿Cuáles son los comportamientos de la cultura del SecurityMan que inciden en la mejora del servicio de vigilancia privada de Seguridad 111 SRL en Lima?</p>	<p>Justificación práctica Esta investigación tiene como propósito principal identificar, investigar y desarrollar nuevos métodos de capacitaciones que aporten, desarrollen y amplíen el conocimiento de los trabajadores en el desarrollo de sus actividades buscando eficiencia y eficacia laboral y tenga un impacto positivo en la productividad laboral Para mí es muy importante realizar este trabajo, pues nos toca considerablemente como miembros de esta sociedad y futuros profesionales,</p> <p>Limitaciones En la investigación desarrollada las limitaciones que se encontraron fueron las siguientes: 1. Falta de documentación previa sobre investigaciones anteriores. 2. La información brindada por los clientes en las entrevistas y cuestionarios puede ser poco exacta y confiable ya que se podrían tener prejuicios positivos o negativos hacia la empresa de seguridad. 3. El tiempo de estadía del contacto de la empresa para realizar la investigación puede estar sujeto a una renovación de su contrato o a cambios del personal por motivos diversos. 4. No se cuenta con el factor económico para contratar a una persona que dedique el tiempo completo para realizar las encuestas y los cuestionarios de investigación. Las</p>	<p>Objetivo General Determinar cómo influye la identidad cultural del SecurityMan en la mejora del servicio de vigilancia privada de la empresa Seguridad 111 SRL en Lima, 2018.</p> <p>Objetivo Específico 1 • Establecer que valores de la cultura del SecurityMan influyen en la mejora de la calidad del servicio del agente de vigilancia privada.</p> <p>Objetivo Específico 2 • Establecer que creencias de la cultura del SecurityMan influyen en la mejora de la calidad del servicio del agente de vigilancia privada.</p> <p>Objetivo Específico 3 • Establecer que comportamientos de la cultura del SecurityMan influyen en la mejora de la calidad del servicio del agente de vigilancia</p>	<p>Antecedentes y Bases Teóricas Tesis titulada "Impacto de la aplicación del concepto de competencias en la gestión humana de un grupo de empresas del área de vigilancia y seguridad privada" Sternz Mogollón Juan Sebastián 2011. Tesis de "Investigación sobre la relación entre la medición de competencias y el índice de satisfacción del cliente en la empresa de seguridad Toronto SA." Gutiérrez Medina Juan Sebastián y López Castro Diego Alberto 2012 Tesis titulada "Identidad Nacional y Carácter Cívico Político" Flores Rivera Lesly Estefanía 2018. Tesis titulada "Propuesta de Mejora del Clima Organizacional para la empresa de seguridad agencia Valverde Huertas." Valverde Vargas Alejandro 2009. Tesis "Identidad Cultural De Los Pueblos Indígenas" López Cañas Ricardo Ernesto 2014.</p>	<p>Hipótesis principal La construcción de la identidad cultural del SecurityMan mejora el servicio de vigilancia privada de la empresa Seguridad 111 SRL en Lima.</p>	<p>De la hipótesis Principal VI: Identidad Cultural VD: Servicio de Seguridad Privada:</p>	<p>Indicadores de la VI a.Nivel de compromiso b.Nivel de cumplimiento Laboral c.nivel de asistencia y puntualidad.ratamiento de los Motivos Comerciales</p> <p>Indicadores de la VD a.Nivel de servicio b.Valoración del Sistema SecurityMan</p>	<p>Tipo de investigación: Descriptiva Método de Investigación: Cualitativo y Cuantitativa Diseño adecuado: No Experimental Población y Muestra: Se tomara al 100% de la población 14</p> <p>Técnicas e Instrumentos de recolección de datos : Encuestas y Cuestionarios Método de Análisis de datos: Cuantitativo (Reportes Excel. estadísticos)</p>

Anexo 2: Formato y encuestas 1 y 2 realizadas

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre :

Empresa:

Cargo:

Fecha:

Instrucciones :

Para determinar la valoración, marque con un aspa (x) en uno de los casilleros, de acuerdo con los criterios de evaluación.

		VALORACION				
		1	2	3	4	5
1	Criterios de evaluación	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECH O	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
1	Nivel de compromiso del agente de vigilancia					
2	Nivel de cumplimiento de las labores asignadas					
3	Presentación y puntualidad					
4	Asistencia					
5	Calidad de Servicio					
6	Imagen de honestidad y confianza					
7	Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					
8	Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					

Primera Encuesta

Encuesta 1

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Mauro Callupe

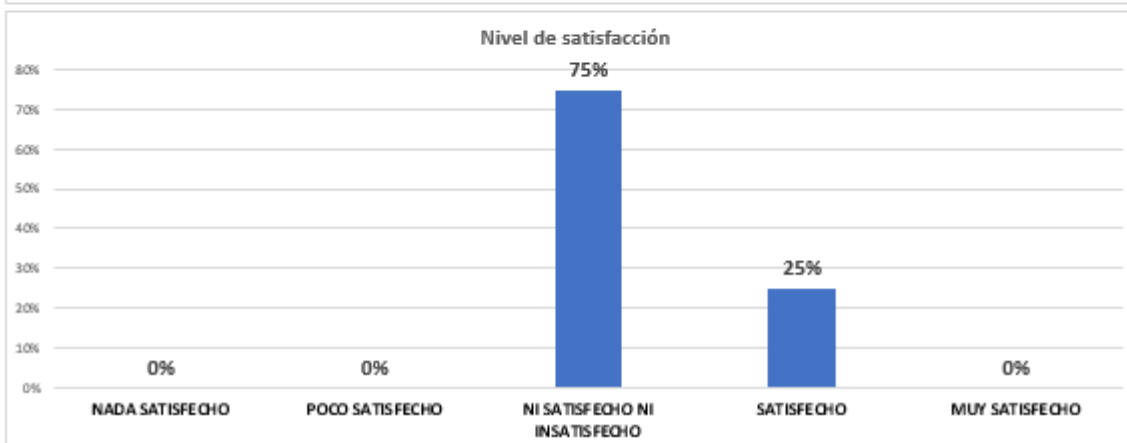
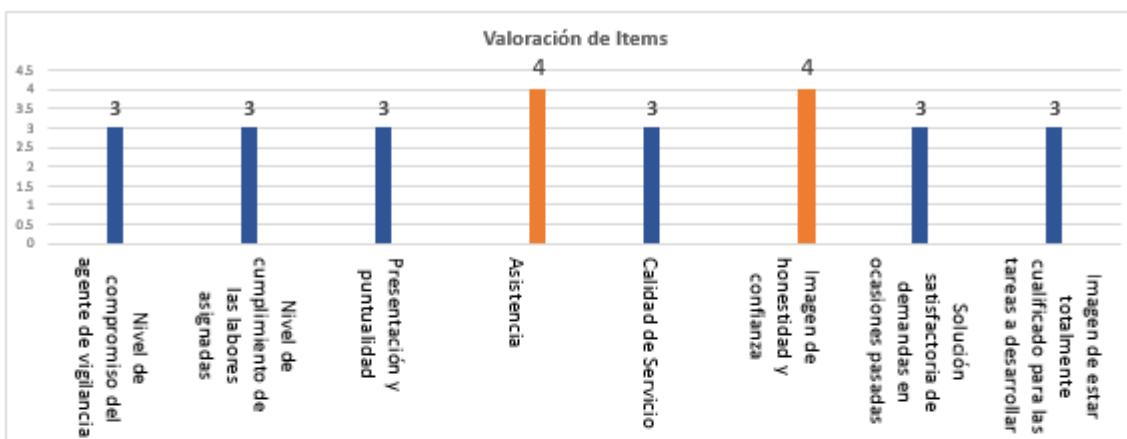
Empresa:

Volvo Chaclacayo

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia			3		
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia				4	
Calidad de Servicio			3		
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0%	0%	75%	25%	0%



Encuesta 2

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Carlos Zamalloa

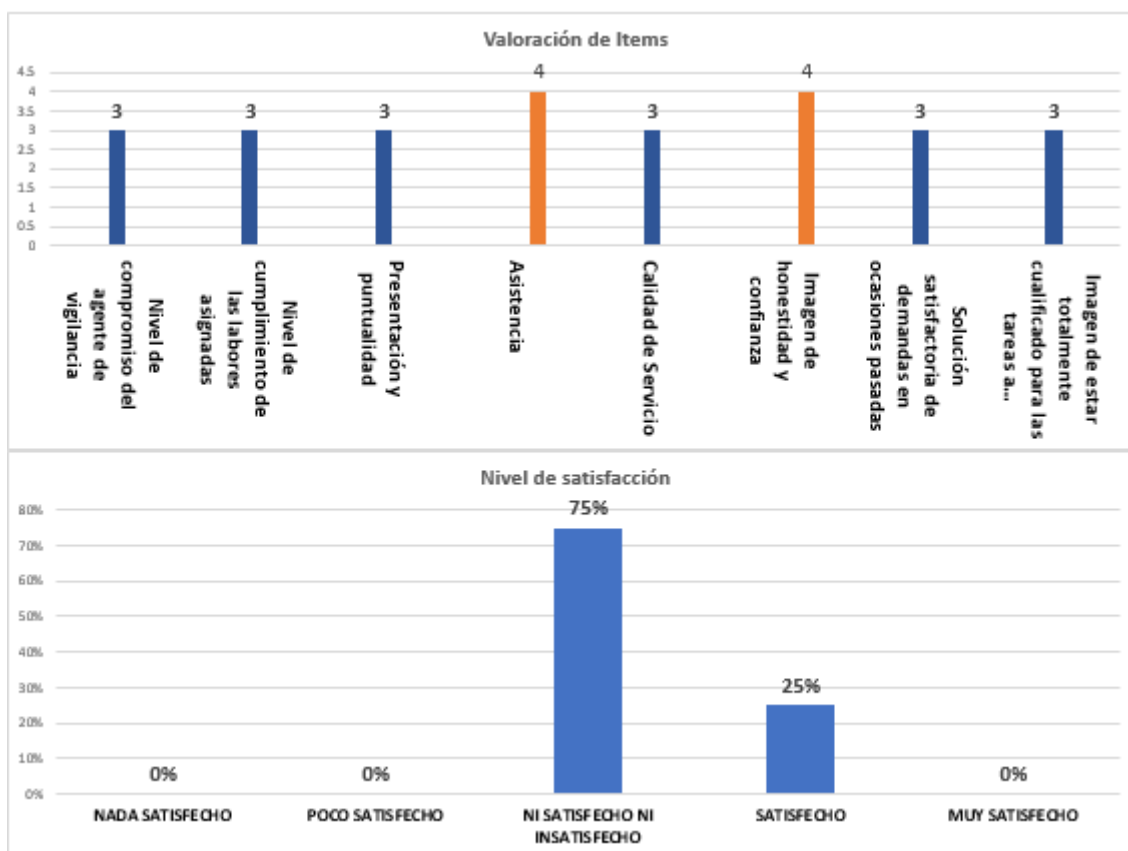
Empresa:

Volvo Santa Anita

Cargo: Gerente

Fecha : 05/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia			3		
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia				4	
Calidad de Servicio			3		
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0%	0%	75%	25%	0%



Encuesta 3

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

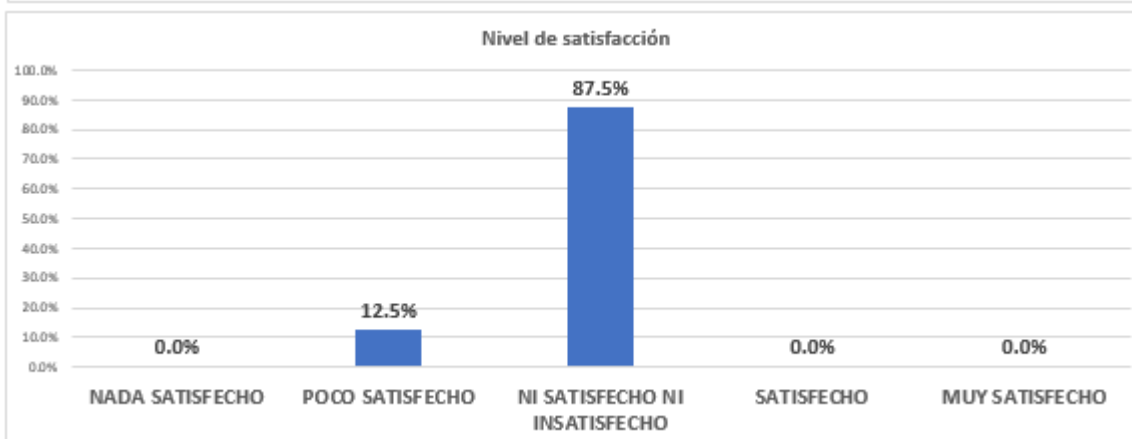
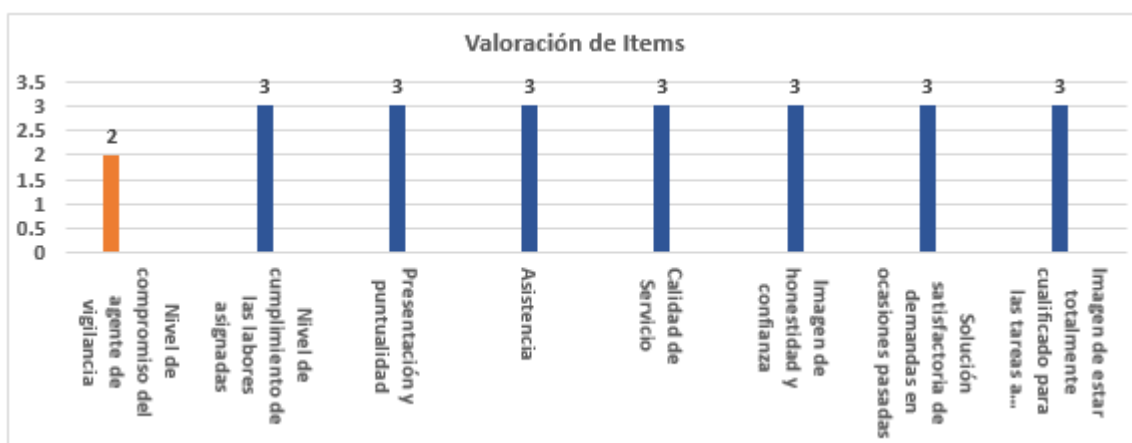
Nombre : Luis Plasencia

Empresa: Volvo Los Olivos

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia		2			
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia			3		
Calidad de Servicio			3		
Imagen de honestidad y confianza			3		
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%	0.0%



Encuesta 4

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Mariú Vergara

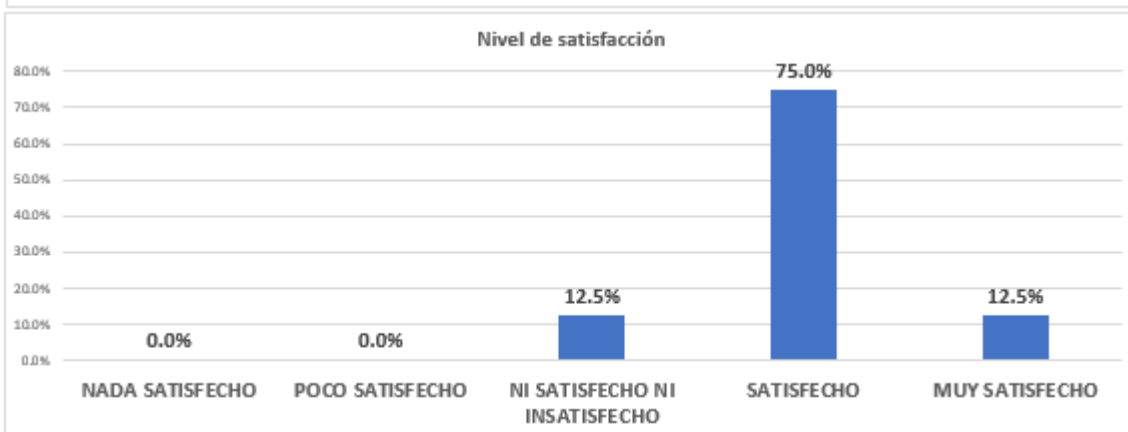
Empresa:

Volvo Lurin

Cargo: Gerente

Fecha : 05/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	12.5%	75.0%	12.5%



Encuesta 5

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

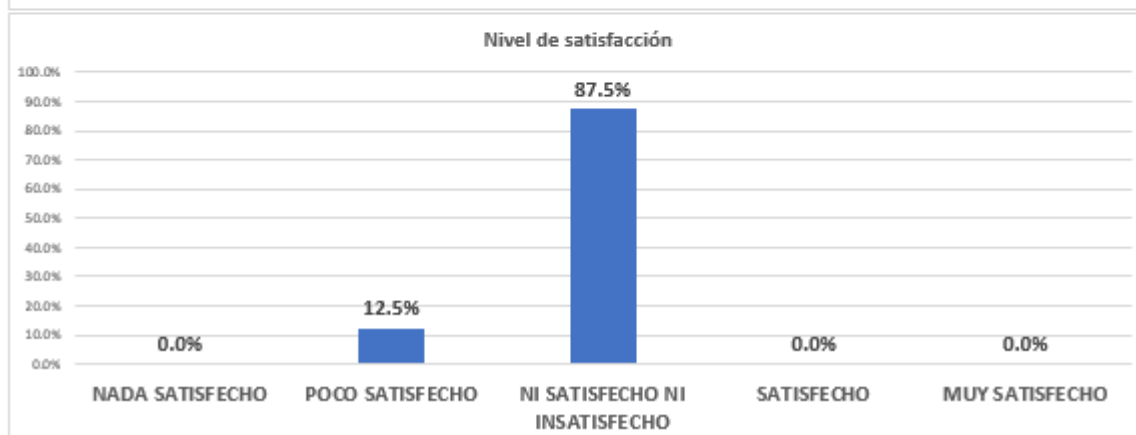
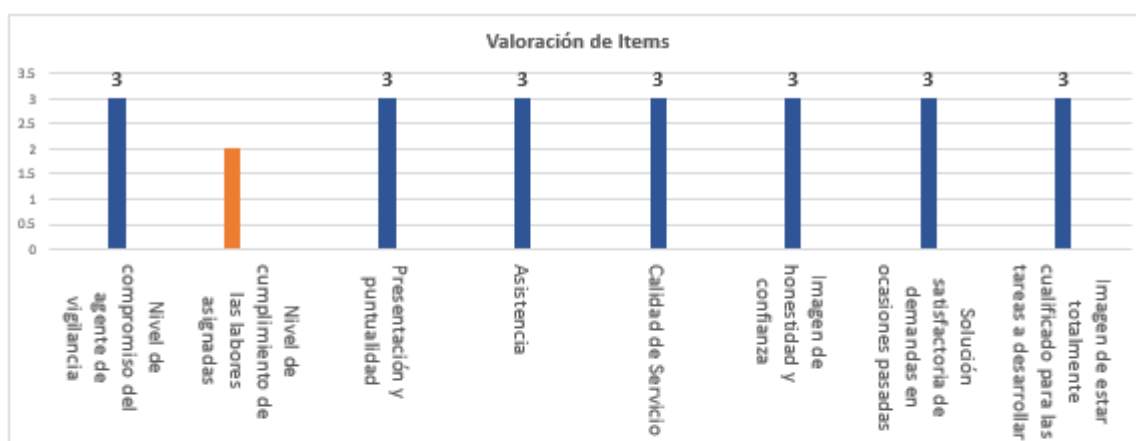
Nombre : Rolando Gómez

Empresa: Volvo Arriola

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia			3		
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas		2			
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia			3		
Calidad de Servicio			3		
Imagen de honestidad y confianza			3		
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%	0.0%



Interpretación:

Encuesta 6

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

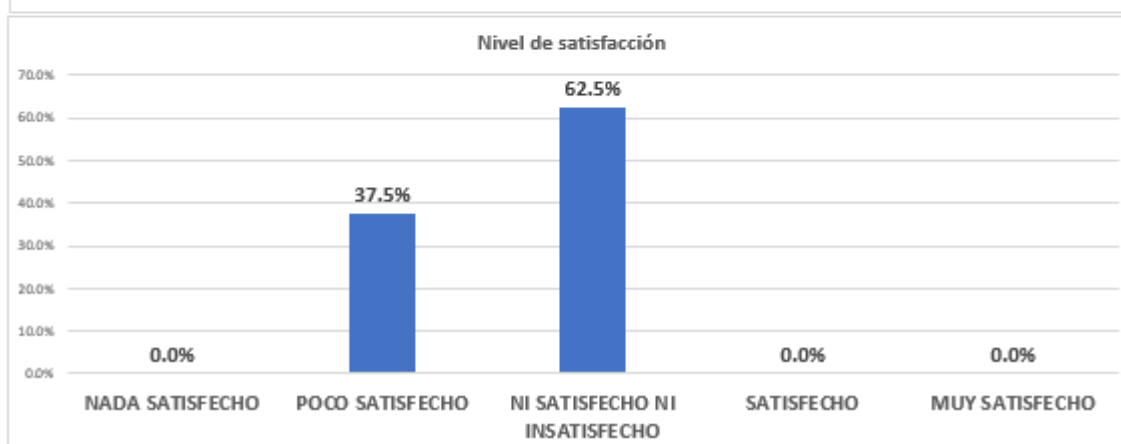
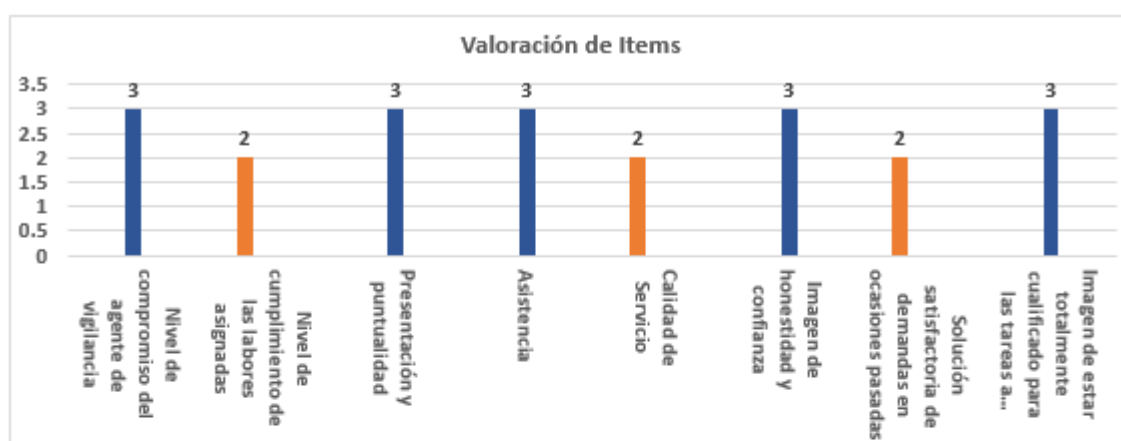
Nombre : Carlos Chigne

Empresa: Brenntag Perú

Cargo: Gerente

Fecha : 06/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia			3		
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas		2			
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia			3		
Calidad de Servicio		2			
Imagen de honestidad y confianza			3		
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas		2			
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0.0%	37.5%	62.5%	0.0%	0.0%



Encuesta 7

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

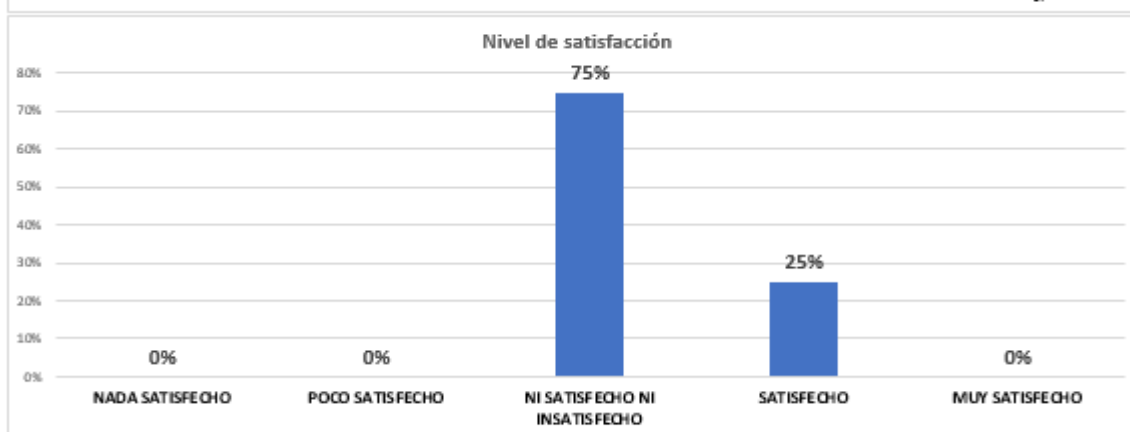
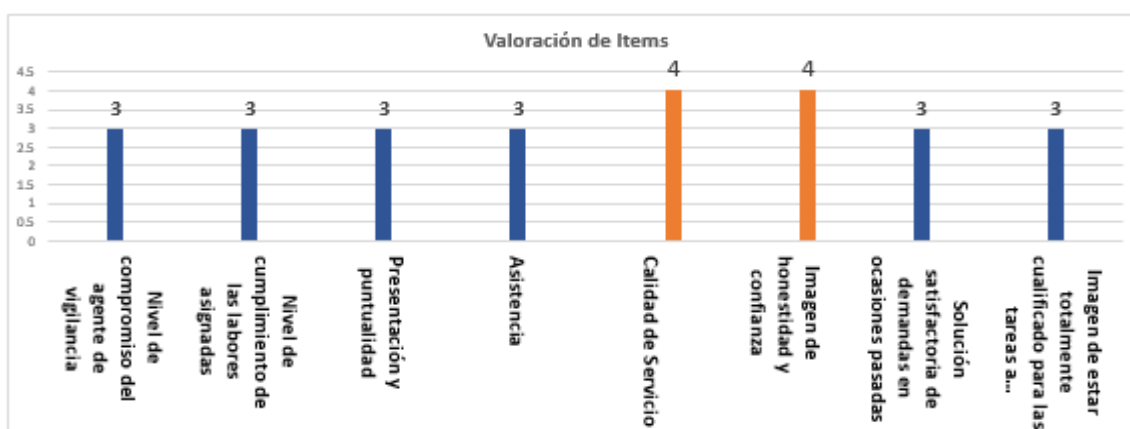
Nombre : Jose Loli

Empresa: Tralsa

Cargo: Gerente

Fecha : 01/01/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia			3		
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia			3		
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%



Encuesta 8

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

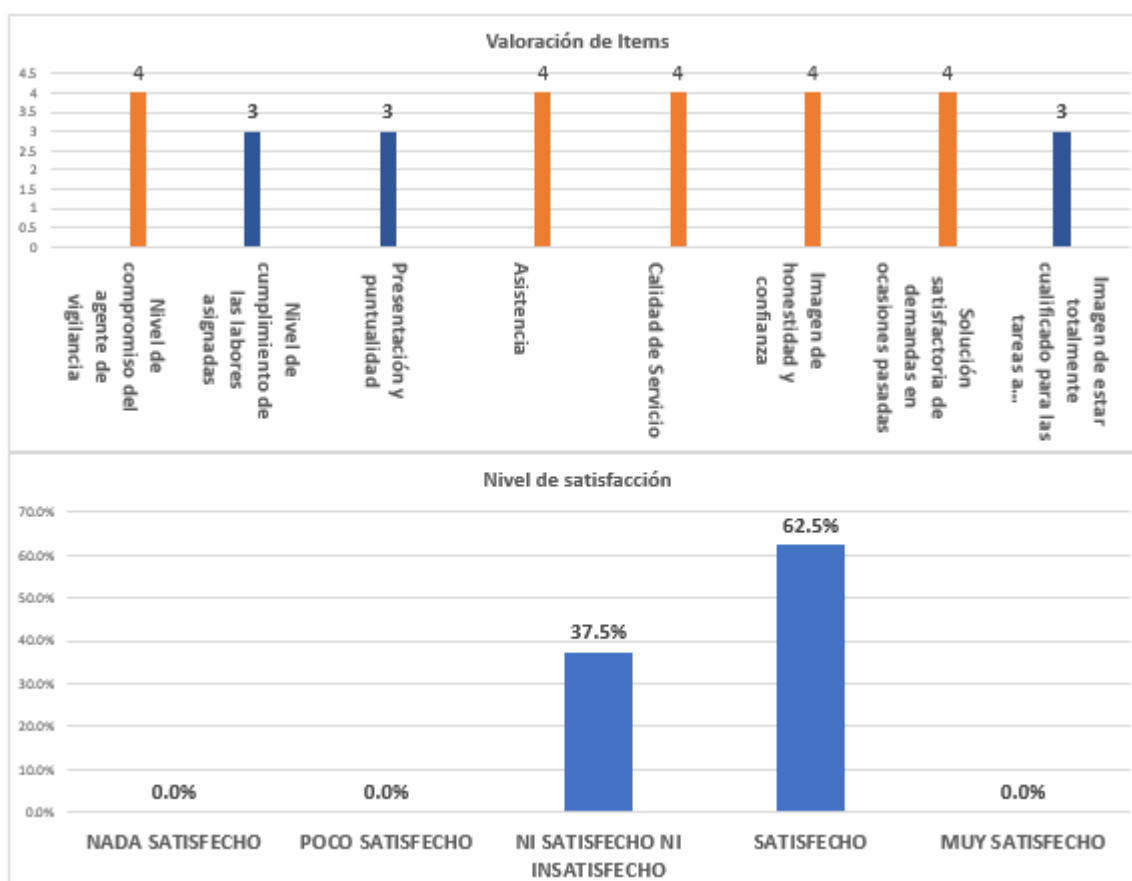
Nombre : Liseth Farfán

Empresa: Martin Engineering

Cargo: Gerente

Fecha : 05/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0.0%	0.0%	37.5%	62.5%	0.0%



Encuesta 9

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Dave McHogan

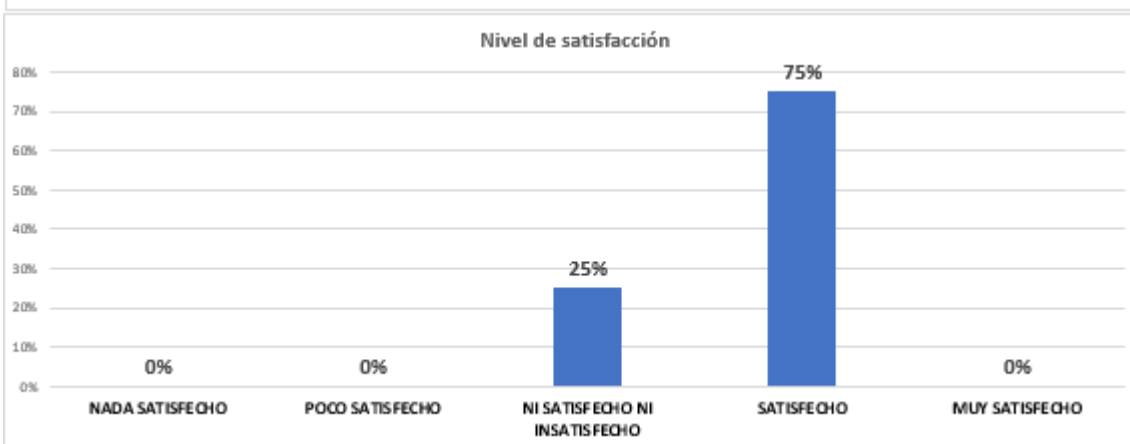
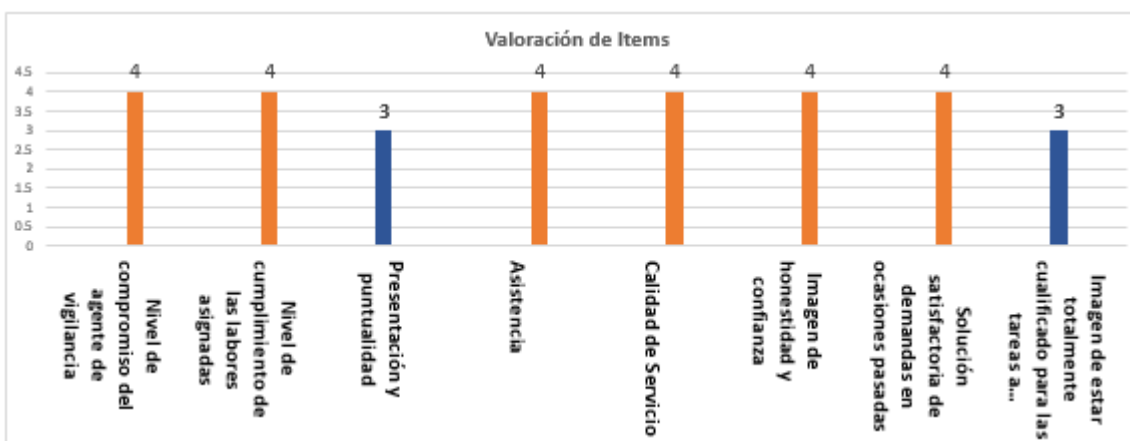
Empresa:

La Molina Christian Schools

Cargo: Gerente

Fecha : 06/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0%	0%	25%	75%	0%



Encuesta 10

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

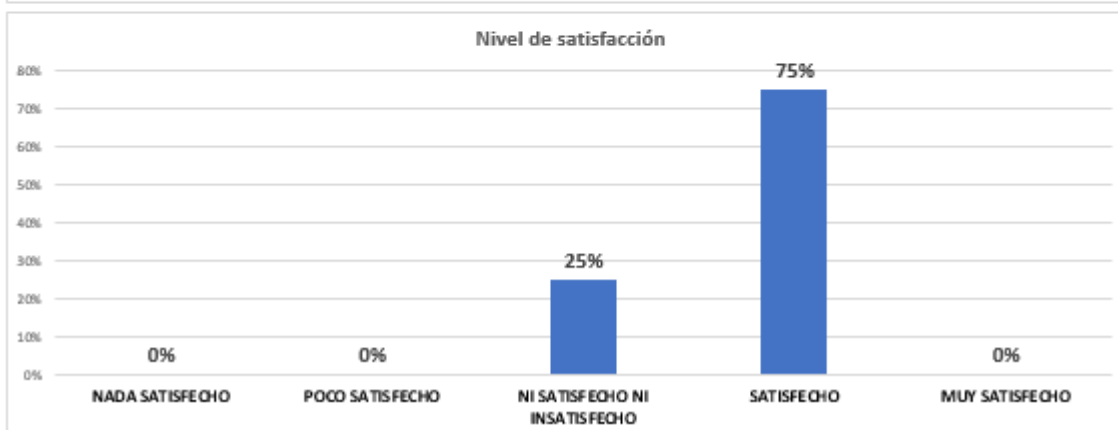
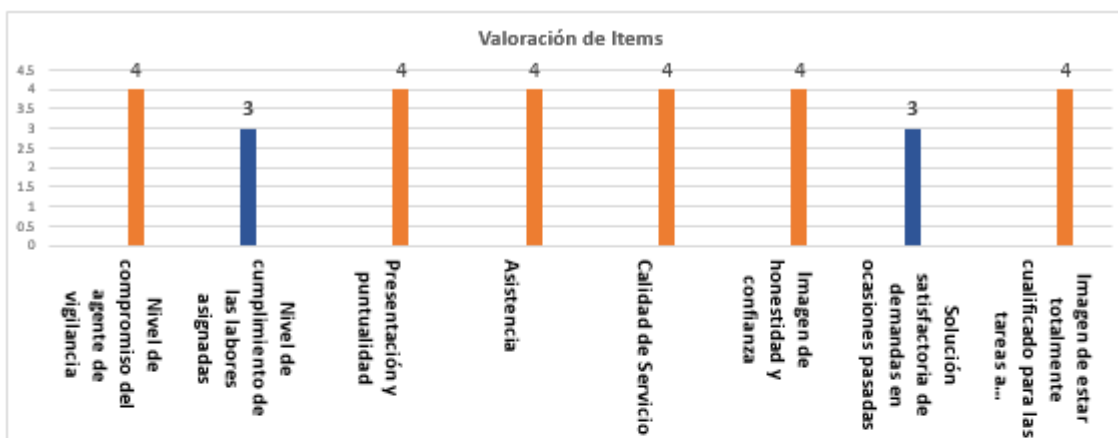
Nombre : Secira Podestá

Empresa: TEC Monterrey

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0%	0%	25%	75%	0%



Encuesta 11

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

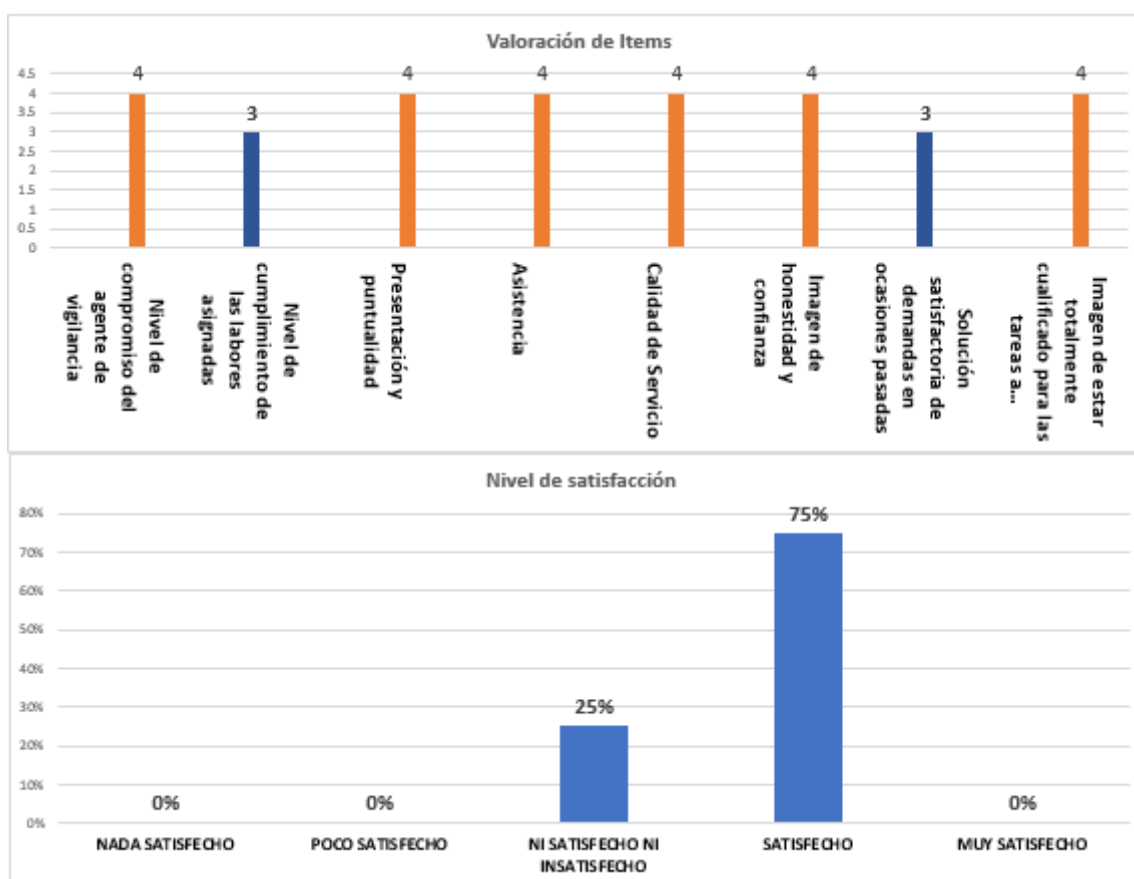
Nombre : Víctor Rodríguez

Empresa: UNITRADE

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0%	0%	25%	75%	0%



Encuesta 12

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Orlando Cerro

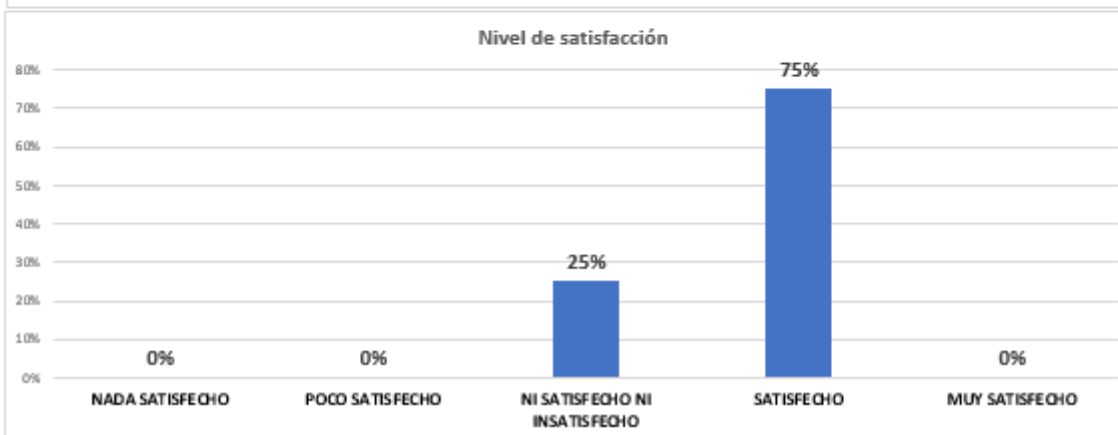
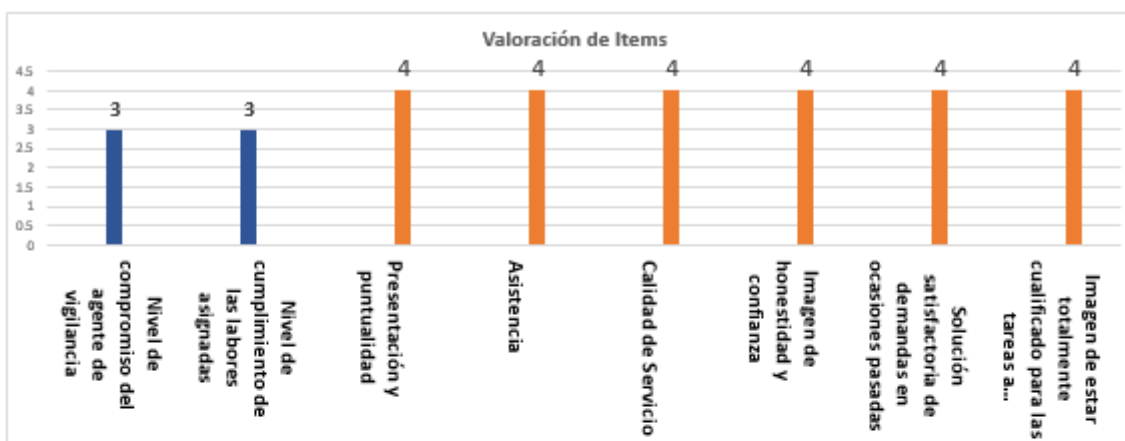
Empresa:

Real Club San Isidro

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia			3		
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0%	0%	25%	75%	0%



Encuesta 13

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

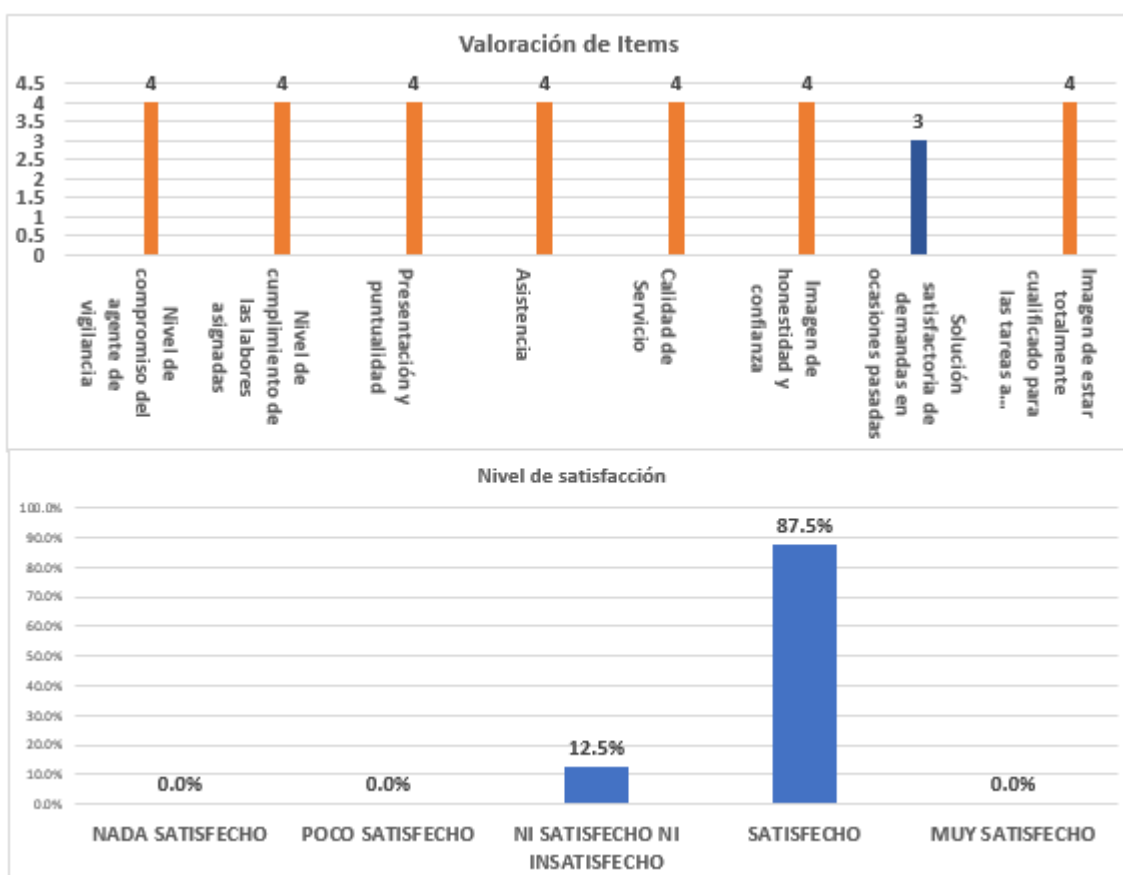
Nombre : Marcos Trujillo

Empresa: ROKER

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas			3		
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%



Encuesta 14

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

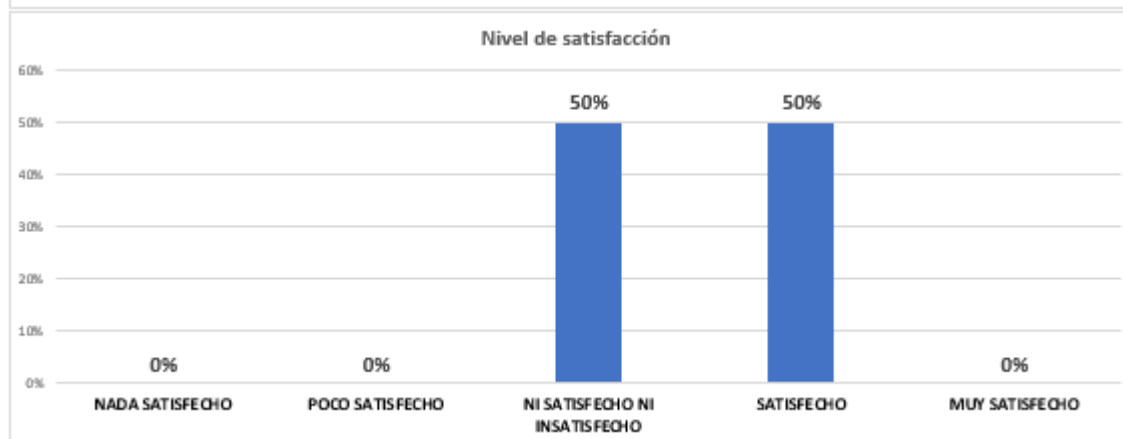
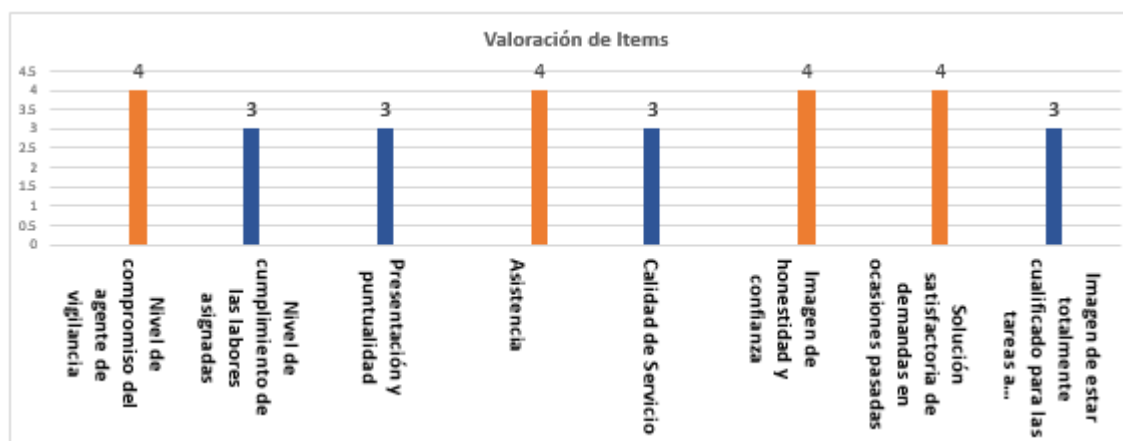
Nombre : Arturo Anticona

Empresa: AYM Transports

Cargo: Gerente

Fecha : 02/11/2018

	1	2	3	4	5
Criterios de evaluación	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad			3		
Asistencia				4	
Calidad de Servicio			3		
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar			3		
	0%	0%	50%	50%	0%



Segunda Encuesta

Encuesta 1

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Mauro Callupe

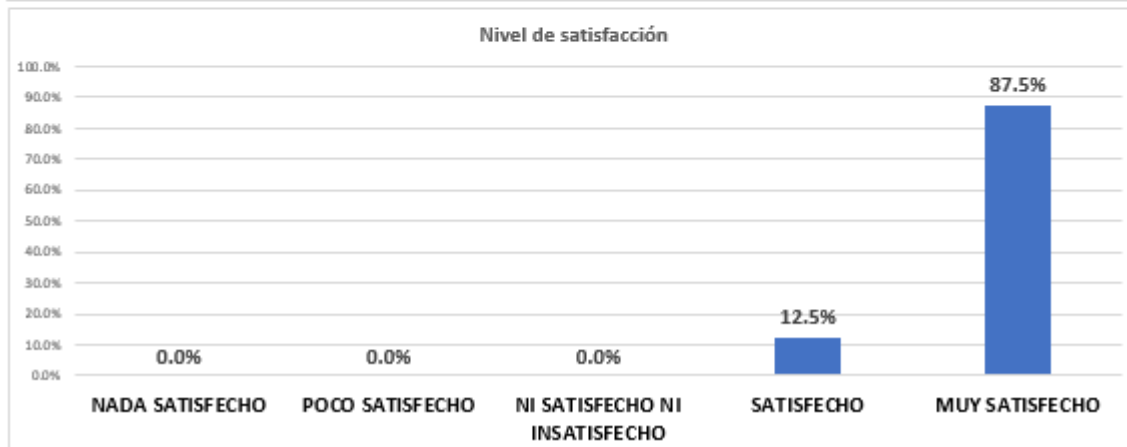
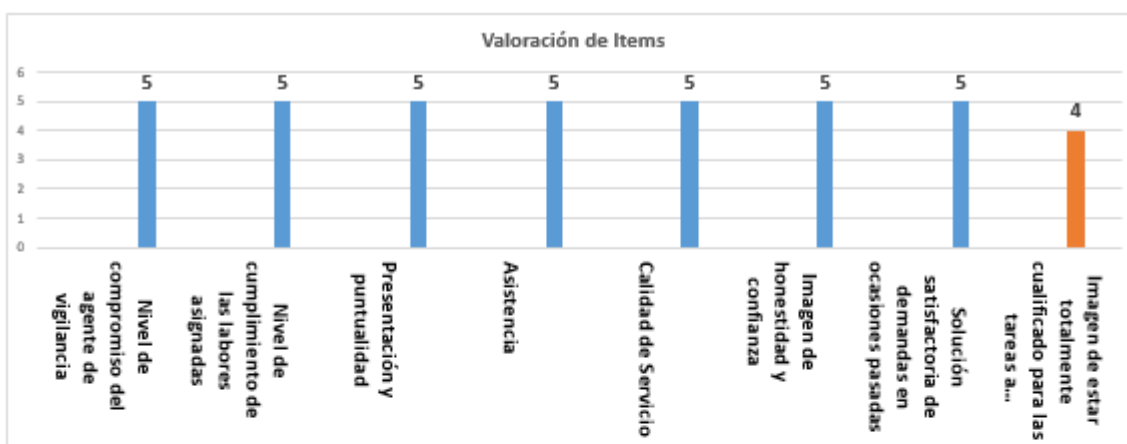
Empresa:

Volvo Chaclacayo

Cargo: Gerente

Fecha : 08/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas					5
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	87.5%



Encuesta 2

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

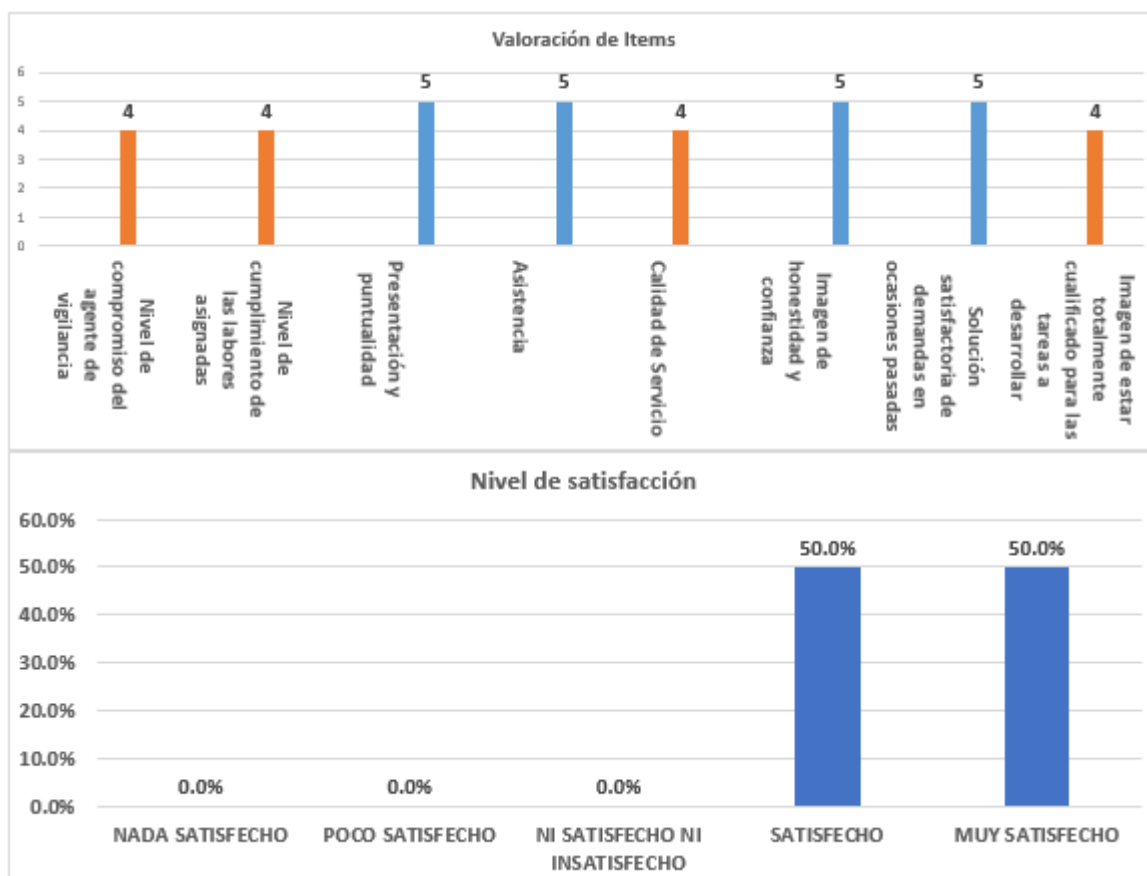
Nombre : Carlos Zamalloa

Empresa: Volvo Santa Anita

Cargo: Gerente

Fecha : 12/03/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%



Encuesta 3

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

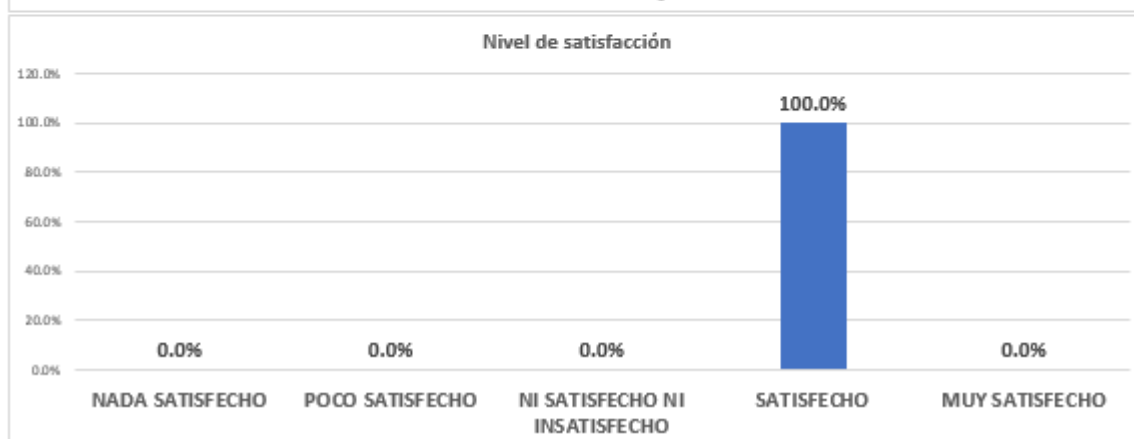
Nombre : Luis Plasencia

Empresa: Volvo Los Olivos

Cargo: Gerente

Fecha : 18/03/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%



Encuesta 4

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

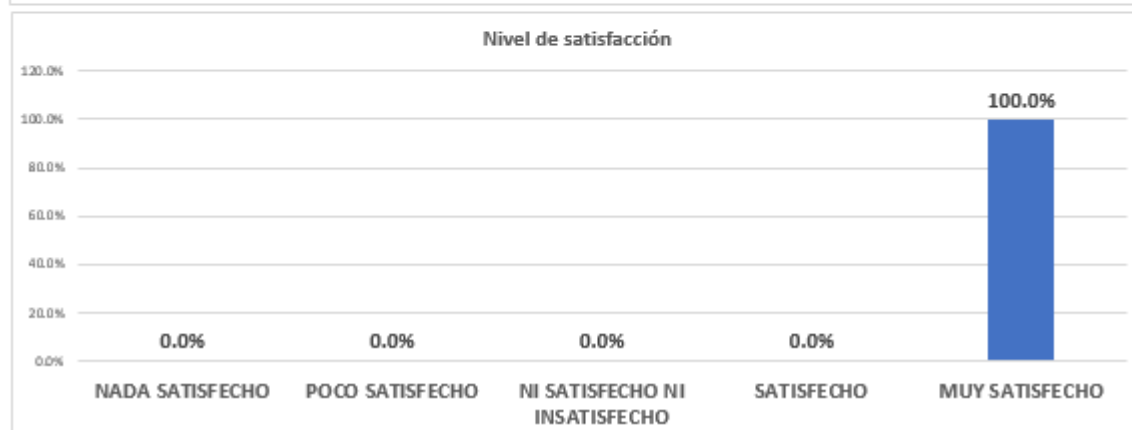
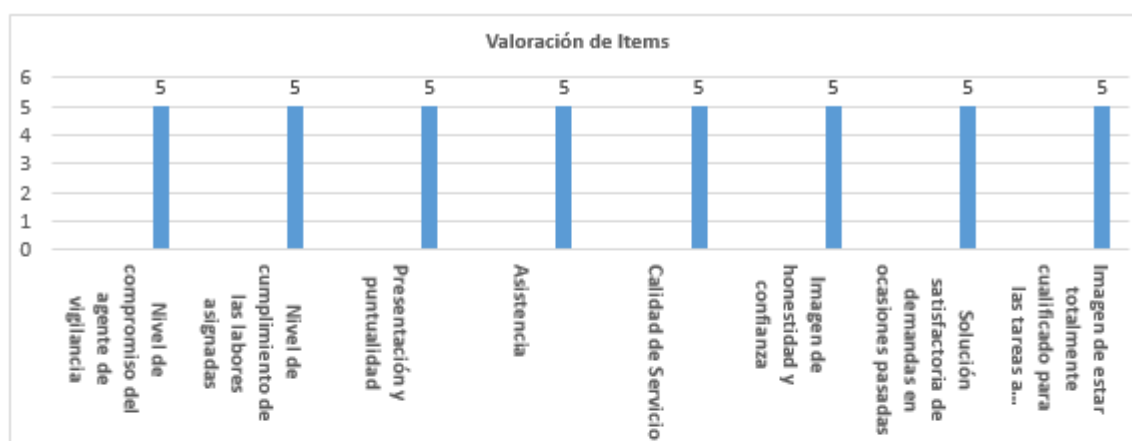
Nombre : Marilú Vergara

Empresa: Volvo Lurin

Cargo: Gerente

Fecha : 22/03/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas					5
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%



Encuesta 5

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

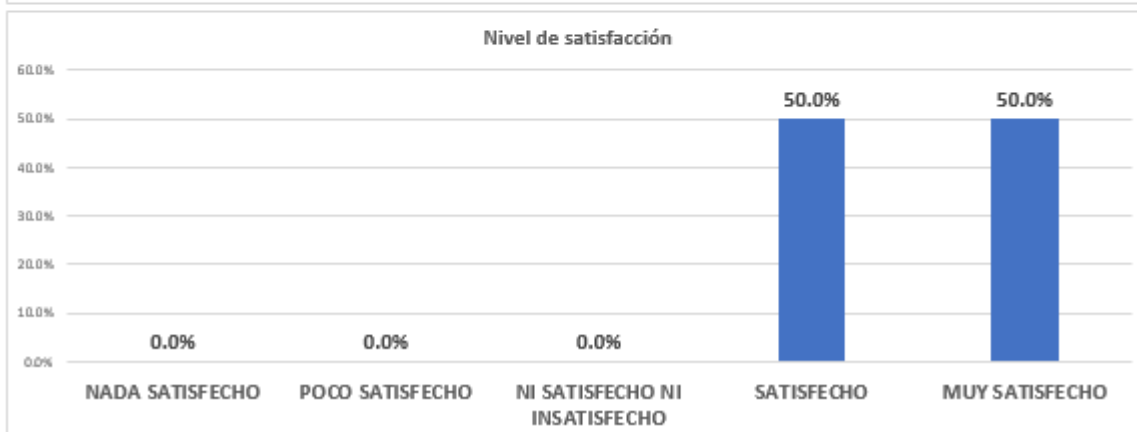
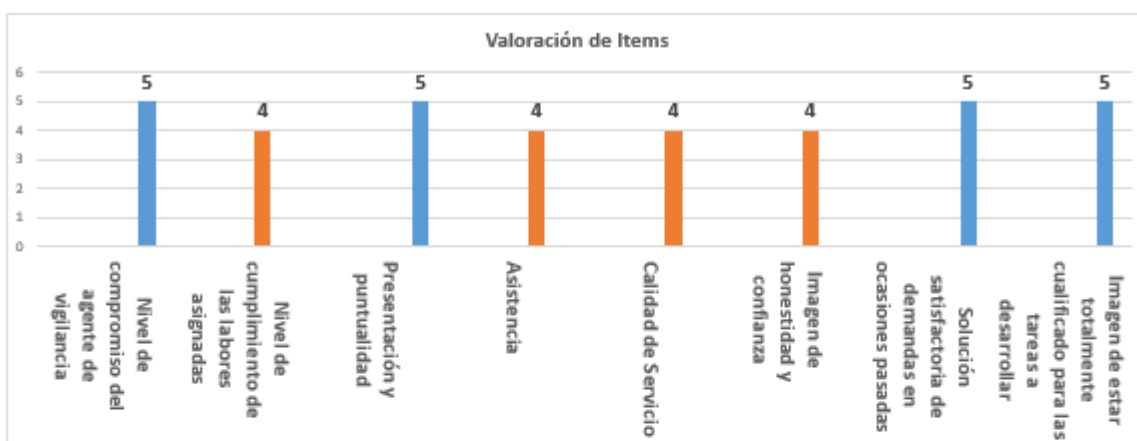
Nombre : Rolando Gómez

Empresa: Volvo Arriola

Cargo: Gerente

Fecha : 26/03/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad					5
Asistencia				4	
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%



Encuesta 6

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

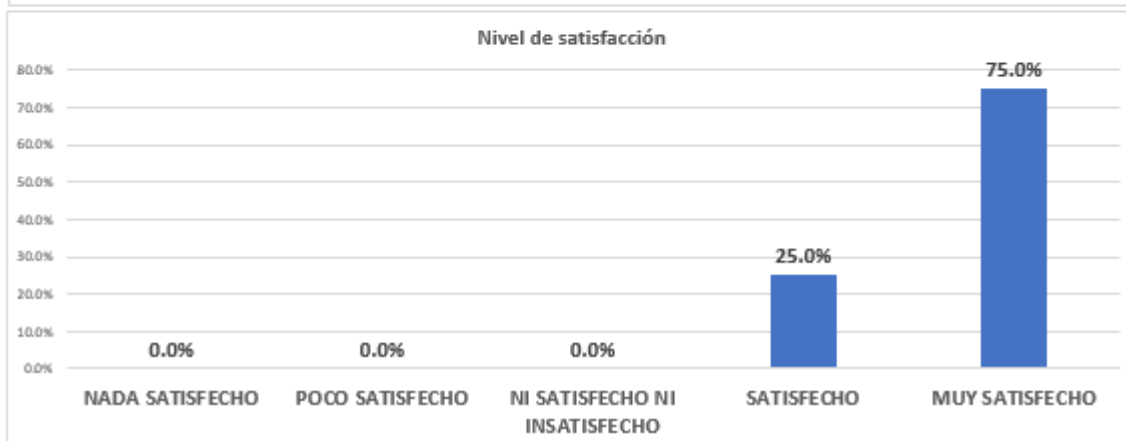
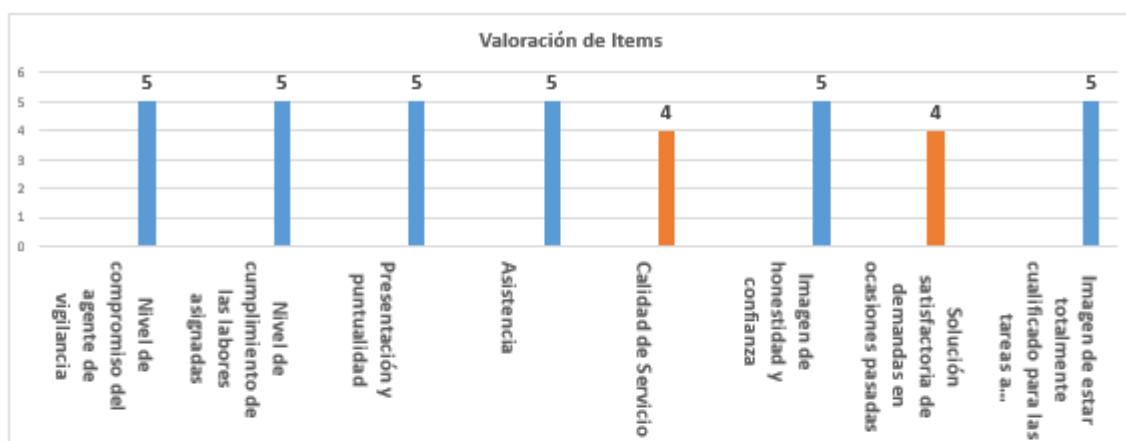
Nombre : Carlos Chigne

Empresa: Brenntag Perú

Cargo: Gerente

Fecha : 18/03/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas					5
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%



Encuesta 7

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

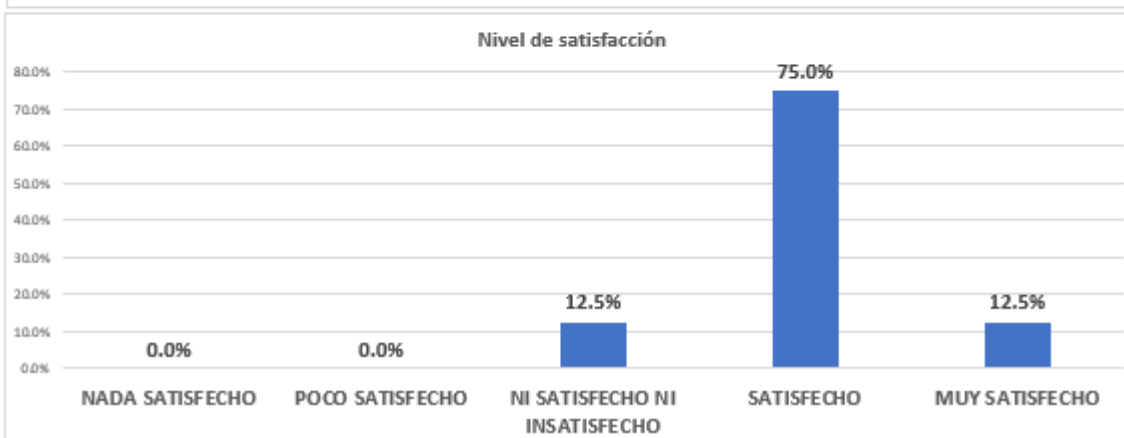
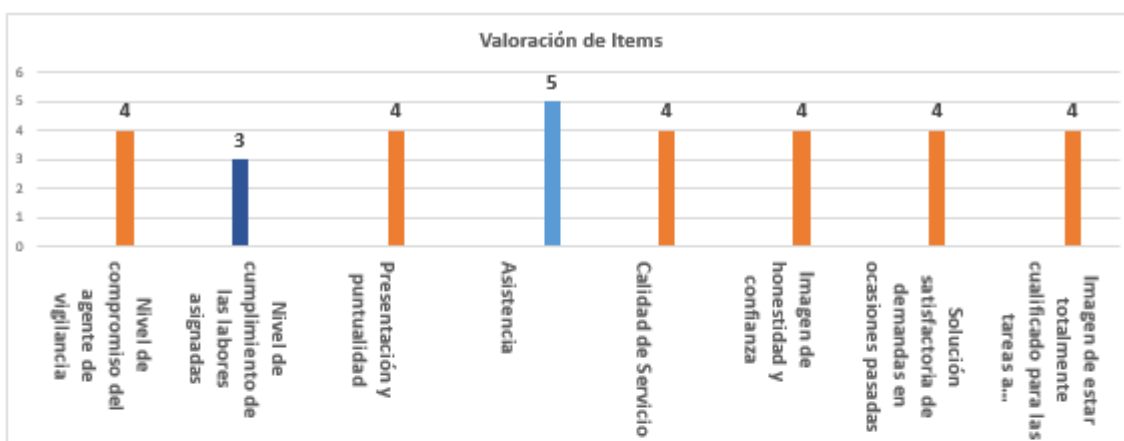
Nombre : Jose Loli

Empresa: Tralsa

Cargo: Gerente

Fecha : 15/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas			3		
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia					5
Calidad de Servicio				4	
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas				4	
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	12.5%	75.0%	12.5%



Encuesta 8

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

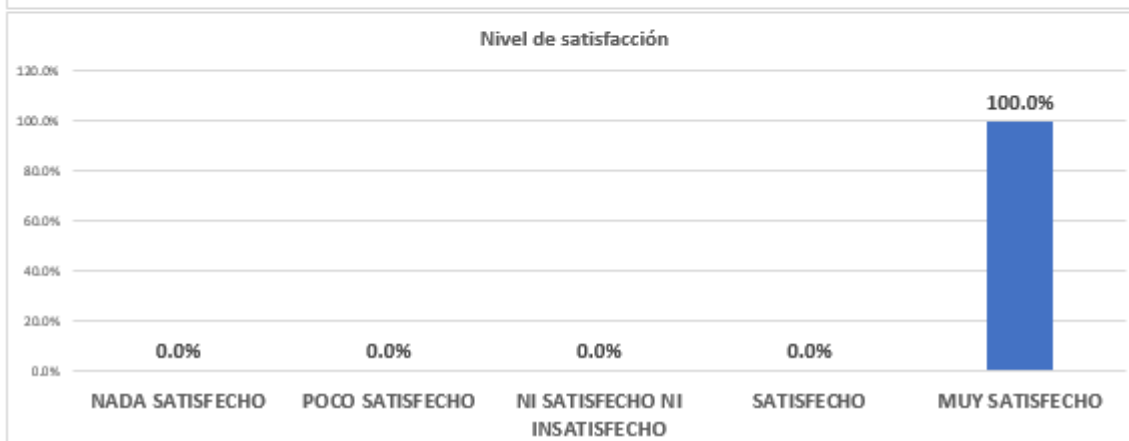
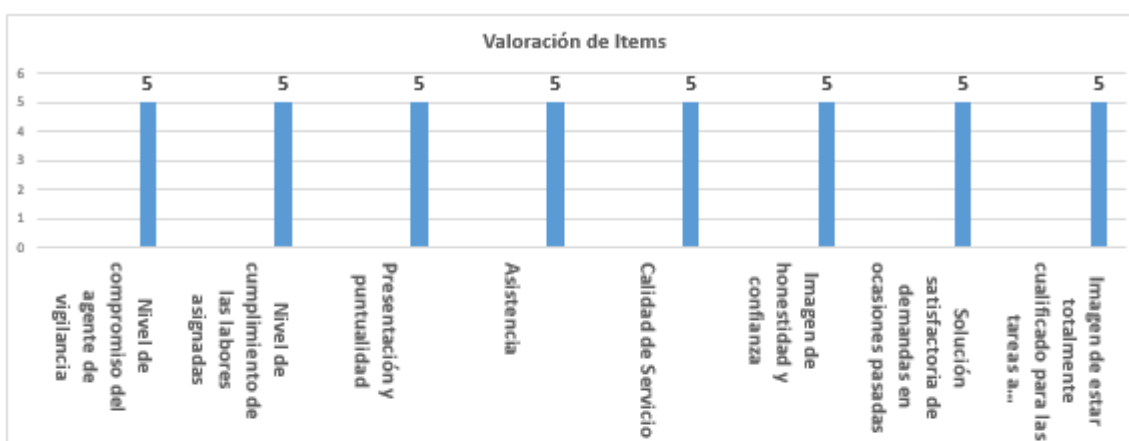
Nombre : Liseth Farfán

Empresa: Martin Engineering

Cargo: Gerente

Fecha : 01/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas					5
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%



Encuesta 9

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Dave McHogan

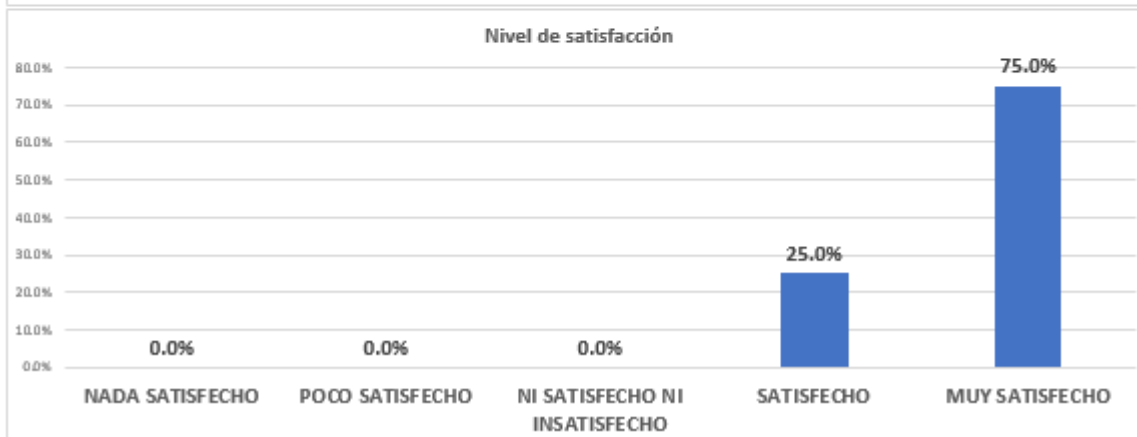
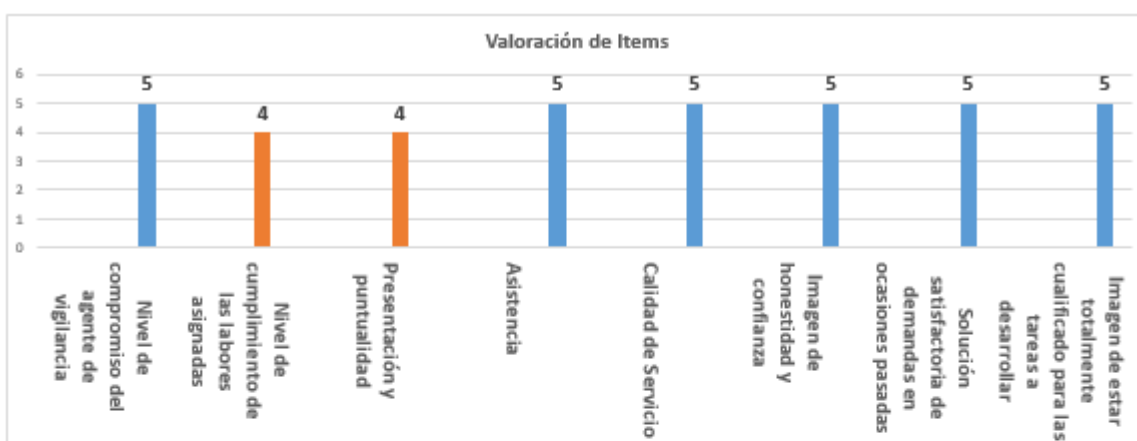
Empresa:

La Molina Christian Schools

Cargo: Gerente

Fecha : 01/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%



Encuesta 10

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

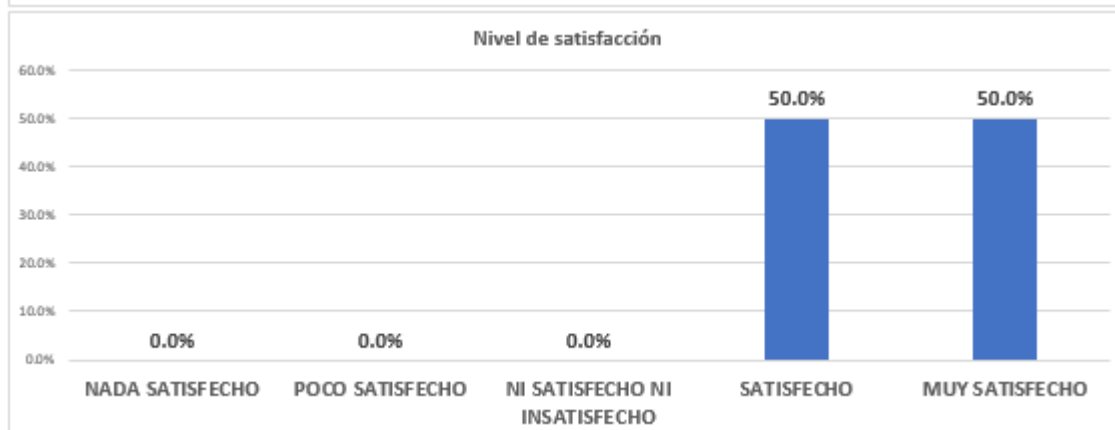
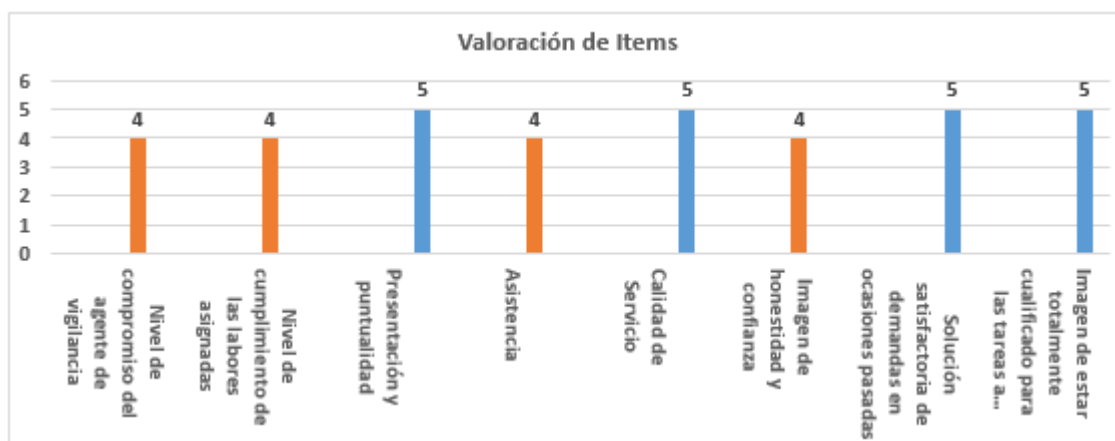
Nombre : Secira Podestá

Empresa: TEC Monterrey

Cargo: Gerente

Fecha : 01/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad					5
Asistencia				4	
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza				4	
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%



Encuesta 11

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

Nombre : Víctor Rodríguez

Empresa: UNITRADE

Cargo: Gerente

Fecha : 01/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	62.5%



Encuesta 12

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

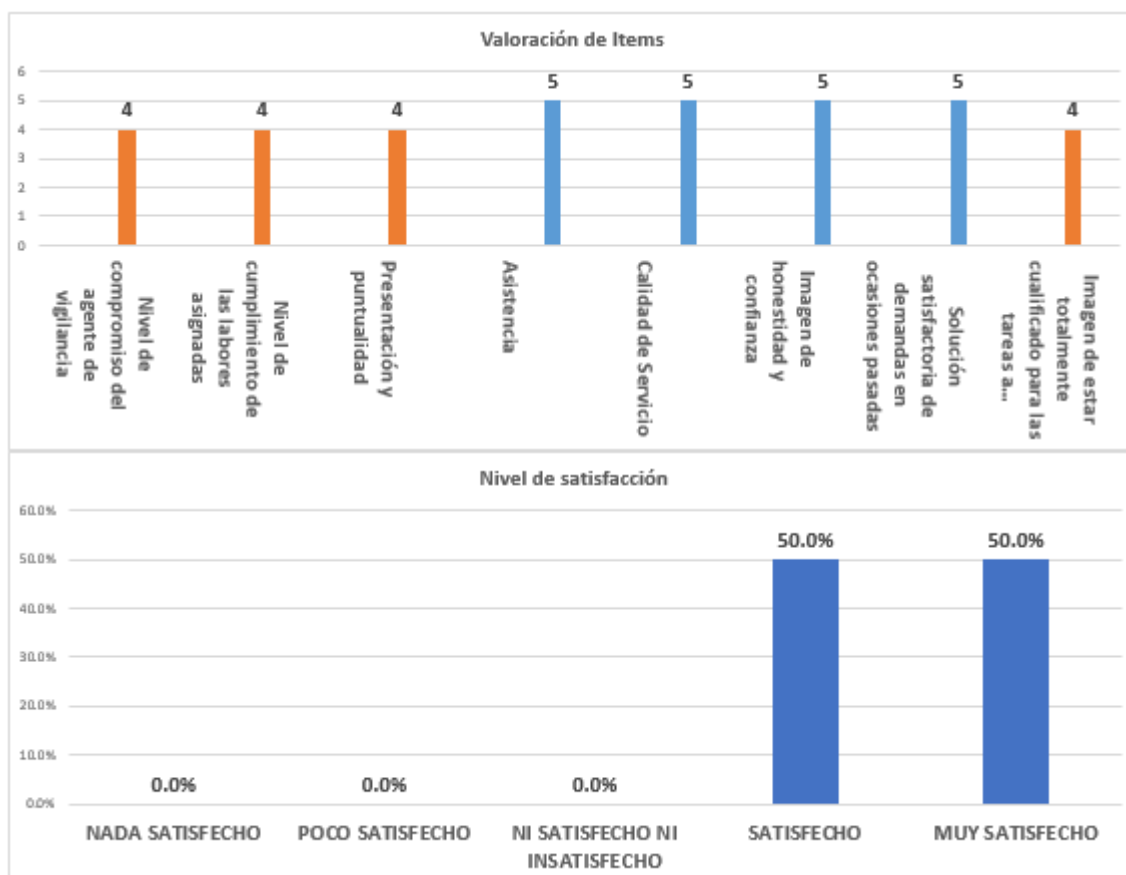
Nombre : Orlando Cerro

Empresa: Real Club San Isidro

Cargo: Gerente

Fecha : 01/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia				4	
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas				4	
Presentación y puntualidad				4	
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar				4	
	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%



Encuesta 13

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

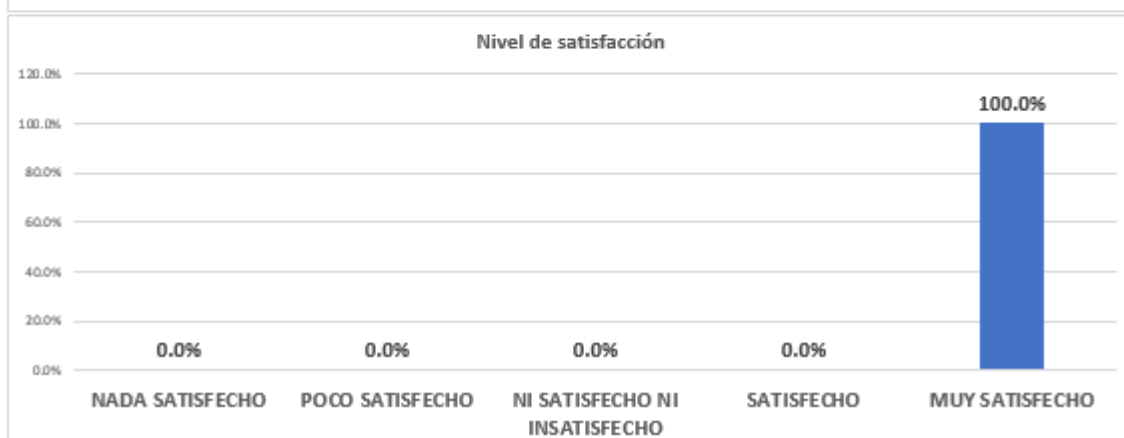
Nombre : Marcos Trujillo

Empresa: ROKER

Cargo: Gerente

Fecha : 01/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas					5
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%



Encuesta 14

Implementación de la política del Security Man

Tabulación de respuestas de las encuestas realizadas

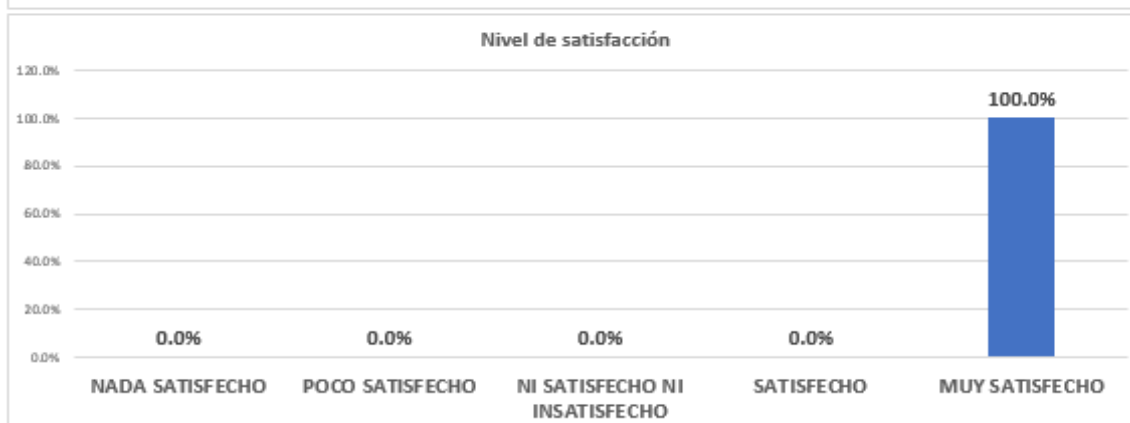
Nombre : Arturo Anticona

Empresa: AYM Transports

Cargo: Gerente

Fecha : 01/04/2019

Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
	NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO
Nivel de compromiso del agente de vigilancia					5
Nivel de cumplimiento de las labores asignadas					5
Presentación y puntualidad					5
Asistencia					5
Calidad de Servicio					5
Imagen de honestidad y confianza					5
Solución satisfactoria de demandas en ocasiones pasadas					5
Imagen de estar totalmente cualificado para las tareas a desarrollar					5
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%



Anexo 3: Formato y entrevistas realizadas al personal de SecurityMan**Formato de la Entrevista.**

1. ¿Es Usted un SecurityMan?
2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?
3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?
4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?
5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?
6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?
7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?
8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?
9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?
10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?
11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?
12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Entrevista 01

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Si, desde el mes de enero, pero voy a ser SecurityMan siempre.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es una nueva forma de trabajo en la que nos reconocen con dignidad, nos tratan con respeto como una familia y que hace que nos sintamos más contentos de trabajar en Seguridad 111.

Es diferente a todas las empresas en las que he trabajado incluso a LiderMan en donde no tienen grados y todos son iguales.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

Creo que es importante tener valores y que nos enseñen cómo ponerlos en práctica. Nosotros queremos aprender a ser mejores y ser ejemplo para nuestros paisanos.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Los valores y los grados que se otorgan conforme uno van ascendiendo. También eso de considerarse un caballero es algo muy bueno porque nosotros somos así.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Mi esposa está muy contenta. Mis amigos no lo saben porque todavía no les he contado pero mis compañeros de trabajo se sienten muy contentos y sus familias también están muy agradecidas con la empresa.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Que es un reconocimiento a la mejora que nosotros tenemos y que es algo que no hay en otras empresas.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

La integridad, la honradez y la responsabilidad.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Si, a nosotros los SecurityMan, nos han ofrecido que podemos tener permiso cuando necesitemos, por ejemplo, para el matrimonio de un familiar o primera comunión de nuestros hijos. Eso es muy valioso porque es importante que un padre de familia esté presente.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Sí, creo que todos los vigilantes deberían ser SecurityMan y eso debería ser para todos para que se sientan bien porque uno pasa mucho tiempo en la labor de vigilancia.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Que lo hagan para las demás empresas de seguridad que lo necesitan.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Debería haber máquinas dispensadoras de llaveros, polos y gorras de SecurityMan porque ahora hay máquinas que dispensan casi de todo hasta café y chocolate.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Que les paguen su remuneración por fuera y no tengan a los trabajadores en planilla. Eso es muy malo porque así uno no tiene ahorros para su jubilación y a veces uno no tiene seguro y cuando tiene un accidente se entera demasiado tarde. También es importante estar asegurado en Essalud sobre todo para la pareja y los hijos menores y si por nuestra pareja sale embarazada para que se pueda atender y uno pueda estar tranquilo trabajando en la empresa sin preocuparse. También porque nuestros hijos puedan enfermarse y puedan atenderse en los hospitales y no en una farmacia ya que muchos van a una botica y le piden al técnico que te recete algo pero el técnico no es doctor y no ha estudiado y uno hasta puede morir si le ponen una inyección y uno puede ser alérgico.

Entrevista 02

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Si soy un Sierra Mike Uno, pero voy a ser Sierra Mike Tres y voy a ser Conductor.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es ser más que un agente de vigilancia particular. Tienes como algo especial que te diferencia de todos los demás agentes que brindan este servicio.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

No se nota en el uniforme porque todos los agentes de vigilancia particular tienen el mismo uniforme que autoriza la SUCAMEC. Es algo que se lleva por dentro y que te hace sentir orgulloso de ser un SecurityMan

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Es importante sentirnos como si fuéramos caballeros de la edad media, con todos los valores y sintiendo que estamos cumpliendo una misión muy valiosa. La empresa por otro lado nos trata muy bien y cumple con nuestros pagos de manera muy honesta. Aquí todos somos honestos.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Mis hijos se sienten muy orgullosos de mí cada vez que les cuento.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Todos nosotros ingresamos como SM1, entonces si pasa el tiempo no te debes quedar como SM1 si no tienes que ir ascendiendo. Yo soy SM1, pero sé que pronto voy a ser SM2 porque estoy estudiando un curso de Excel para poder desenvolverme bien en garita. Quiero que mis hijos se enorgullecen de que soy un SM2 y luego voy a ser SM3 y cuando sea SM3 quiero ser conductor porque creo que es algo muy importante poder ser un conductor y

enseñarle a los demás SM a ser mejores cada día. Ser conductor es mi sueño que voy a alcanzar.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

Creo que el más importante es la integridad porque aquí todos somos muy honestos y eso nos diferencia de otras empresas en las que tanto la empresa como sus trabajadores no son honestos y eso te llena el corazón de vergüenza.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Es importante que nos apoyen con préstamos cuando necesitamos dinero por ejemplo en la época de las matrículas en donde se necesita un poco de dinero adicional. Seguridad 111 nos presta sin intereses a diferencia de un banco o una financiera que te saca el jugo y te pide muchos papeles para poder aprobarte un préstamo por más pequeño que sea. Además, por lo general no se tiene tiempo para estar yendo al banco y aquí tu super te ayuda con el papeleo para la oficina con la señorita Betsy.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Yo ya recomendé a mi primo que actualmente trabaja en la unidad de Volvo Lurín.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Yo quisiera felicitar al Señor Bibolini que creó la cultura SecurityMan. El Señor Bibolini es un líder y un gran ser humano que se preocupa mucho por nosotros y por nuestro bienestar. Él visita a los agentes en sus casas y en navidad y año nuevo hace guardia con nosotros y nos trae chocolate y panetón al puesto de guardia.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Sería bueno contar con casacas de S111 que no sean parte del uniforme para usarlas cuando estamos en la calle y la gente sepa que somos SecurityMan. Yo estoy orgulloso y me gustaría explicarles a todas las personas quiénes somos los SecurityMan.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Cuando hacen que los agentes se “peguen.” Quedarse pegado es hacer dos turnos de 12 horas o sea 24 horas de guardia porque falta relevo. Esto es malo porque al día siguiente uno tiene que hacer su guardia y no puede descansar en absoluto. Uno está cansado y es probable que cometa errores porque se te van a pasar las cosas y vas a quedar mal y todo por culpa de la empresa que no les consigue relevo.

Entrevista 03

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Soy un SecurityMan y estoy muy contento de serlo. Estoy muy agradecido porque soy mejor persona.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es ser el agente de vigilancia profesional que se respeta a sí mismo y es respetado por los clientes y por los usuarios porque cumple la cultura del SecurityMan que es nuestra cultura que nos hace diferentes.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

El profesionalismo y el ser un agente de vigilancia diferente a los demás.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Un SecurityMan es un caballero a carta cabal. Un SecurityMan a diferencia de las otras empresas de seguridad sabe por qué es diferente y conoce cuál es su papel en la sociedad, es un ejemplo para los demás agentes de seguridad de las otras empresas.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Si porque antes no estaba muy seguro de lo que estaba haciendo y por qué lo estaba haciendo. Nuestro Supervisor nos ha explicado que en esta difícil situación que vive nuestro país nosotros somos un ejemplo para la sociedad y para las familias.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Es muy importante que se reconozca el esfuerzo, la dedicación y el compromiso que va mostrando cada uno y así se premia a los mejores. Siempre es importante que haya ventajas para los que hacen las cosas bien, como debería ser en todo el país y con todas las personas.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

El valor más importante es la integridad. Ser íntegro es ser uno mismo de manera real y no ser mentiroso, ni hipócrita ni deshonesto. Así deberíamos ser todos los peruanos y no tendríamos tantos problemas.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Permisos especiales para eventos familiares como bautizos, primera comunión y matrimonio de familiares. Yo le voy a pedir permiso a mi super para mis bodas de plata con mi señora que quiero hacer un pequeño viaje.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Sí, pero tienen que ser evaluados porque lamentablemente no todos tienen madera para ser SecurityMan.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Solamente me gustaría agradecer al Señor Bibolini que es una gran persona y es un líder para todos nosotros.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Sería importante contar con termos para llevar el café con el logo de SecurityMan y también lapiceros de SecurityMan.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Se sabe que las otras empresas no les pagan a los agentes las horas extras en la planilla y les descuentan sus uniformes. También se demoran en pagarles y a veces están esperando hasta dos semanas por sus sueldos y como no tienen para los pasajes llegan tarde y les ponen sanción y eso es muy injusto.

Entrevista 04

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Yo soy un caballero SecurityMan y pertenezco a la mejor empresa Seguridad 111.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es un orgullo para nosotros porque somos diferentes a los demás agentes de vigilancia. Aquí en la empresa somos bien considerados y es una empresa para quedarse definitivamente.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

El buen trato y la consideración de nuestros jefes y el sentir como nos ayuda nuestro Gerente Comercial y de Operaciones, el Señor Bibolini.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

A nosotros nos consideran realmente y tienen en cuenta nuestras necesidades y problemas. Además, en Seguridad 111 nos pagan a tiempo y de manera justa porque en otras empresas les pagan a los agentes por fuera y eso no está bien porque debe estar todo incluido en su planilla.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Mis hijos están orgullosos de mí y siempre les explico porque soy un SecurityMan. Mi hijo mayor también quiere dedicarse a ser SecurityMan y Yo le he dicho que si porque es un trabajo digno.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Así se diferencia a los que se destacan más por sus logros. Es lo justo porque si uno es bueno debe ser premiado y así debería ser todo en la vida.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

Nosotros ante todo somos caballeros como los caballeros de la edad medieval, como los que luchaban en las cruzadas defendiendo los sitios sagrados como Jerusalén.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Cuando uno saca buenas notas en las capacitaciones se nos podría otorgar un reconocimiento público ante nuestros compañeros como cuando se da el ascenso a SM2 o SM3 que es en formación también delante de todos nuestros compañeros porque eso es muy bueno y uno se llena de orgullo que te queda dentro para siempre.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Sí, creo que en todas las empresas deberían tener la cultura de SecurityMan. A mí, un amigo que trabaja en otra empresa de seguridad me pidió prestado el Manual del SecurityMan, pero obviamente no se lo di porque es un tesoro nuestro y para poder leerlo tiene que ser parte de nuestro equipo.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Darles las gracias por ser tan humanos y considerados. Yo estoy muy agradecido de todo corazón.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Sería importante que se pudiera contar con las cámaras tácticas en todas las unidades porque eso nos protege del abuso de los malos clientes o cuando éstos están en estado etílico.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Cuando les cobran por los cursos y cuando les descuentan por los documentos y exámenes. También está mal que les paguen incompleto su sueldo y no les den lo que corresponde.

Entrevista 05

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Sí, soy un orgulloso agente de vigilancia de Seguridad 111 y aquí todos somos SecurityMan.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es ser un agente de vigilancia modelo para que los demás agentes sean como nosotros.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

Un SecurityMan es ordenado, pulcro, responsable y serio y actúa siempre como un caballero.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Los otros agentes son desordenados y muchas veces están a la espera de que el cliente se distraiga para robarle. Hay muchos agentes que están metidos también en vicios, en cambio un SecurityMan se respeta a sí mismo y no tiene estas malas costumbres.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Yo tengo mucho tiempo trabajando en Seguridad 111 pero ahora que soy SecurityMan mi familia se siente orgullosa de mí y saben que aquí me cuidan y velan por mi seguridad y mi bienestar y me siento muy bien y con ganas de hacer grandes cosas como un caballero.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Es un reto que todos debemos seguir para ascender y para crecer de manera profesional.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

La caballerosidad, la honradez y la integridad son los valores más importantes de un SM.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

El evento navideño que se realizó el año pasado fue muy bueno y allí se habló de la cultura SecurityMan que se iba a implementar. Es muy importante permitir que nuestras esposas e hijos se reúnan y darles regalos a nuestros hijos nos hace sentir muy contentos.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Si, sería bueno que se vengan para aquí porque aquí son muy bien considerados.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Agradecerles mucho porque nos hacen sentirnos que somos importantes y mucha gente desprecia a los agentes de vigilancia porque no entienden la trascendencia de su trabajo.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Sería importante que tengamos artículos como gorras y chompas para ponernos en la calle que lleven el logo de SecurityMan para que la gente sepa que somos SecurityMan cuando no estamos trabajando también y nos pregunten qué significa para poder explicarles.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Las empresas no les dan uniforme y se los cobran y también les cobran por su carné de SUCAMEC. Muchas veces también les descuentan sin explicarles y no les dan el Equipo de Protección Personal y en realidad lo que pasa es que no se interesan de verdad en su gente.

Entrevista 06

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Claro por supuesto.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es el agente de vigilancia perfecto. Es el agente formal que tiene todos los derechos de ley pero que además es muy bien considerado por la empresa, como ser humano y como profesional.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

Lo más importante es que la empresa te considere y te valore.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

En las otras empresas los maltratan y tienen mucho DT (Día de Descanso Trabajado) y no les pagan lo que corresponde y los engañan.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Si porque les he contado y les ha llamado mucho la atención ya que al principio no creían porque generalmente las empresas no consideran al vigilante y pensaban que era mentira.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Bueno eso es un reto y en la vida es importante tener retos para así demostrarse a sí mismo de qué está hecho uno.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

Nosotros somos honestos y responsables y somos muy puntuales. La puntualidad es muy importante porque es el respeto a los demás.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Para nuestro cumpleaños sería importante poder tener un día de permiso.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Si porque es una buena empresa y la cultura de SecurityMan es muy buena.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Que deberían aplicarla en todas las empresas, aunque no sean de seguridad porque es importante valorar el trabajo y el esfuerzo que pone cada uno en crecer y mejorar.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Deberíamos tener un día del SecurityMan, así como está el día del agente de vigilancia, pero debería ser diferente solamente para los SecurityMan.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Que no les paguen completo su sueldo y que los hagan trabajar turnos dobles que tampoco les pagan.

Entrevista 07

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Sí, soy un SecurityMan.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Son los agentes de vigilancia que tienen un espíritu de calidad dentro de sí mismos y están dispuestos a mejorar y a hacer las cosas cada vez mejores.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

Es ser diferente a todos los demás. Es ser único y tener la confianza en que se está trabajando de manera profesional y con mucha calidad. Es lo mejor de lo mejor.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Bueno hay de todo y hay muchos agentes que se portan mal pero también están las otras empresas que maltratan a los agentes y quizás por eso es que los agentes faltan a la guardia y a veces abandonan a las empresas por irse a otra empresa de seguridad.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Bueno ellos siempre me dicen que aquí el trato es mucho mejor y que aquí debo quedarme. Mi pareja siempre me dice que tengo suerte de haber llegado a esta empresa y que tengo que cuidarla como oro.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Es una forma de que se vea cuando uno hace un mejor trabajo y entonces es una forma de recordarte a ti mismo lo bueno que eres. Te levanta y te hace querer ser mejor cada vez.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

La caballerosidad y la integridad.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Sería importante considerar campeonatos deportivos de atletismo porque Yo soy un buen corredor y hago también resistencia.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Por supuesto, todos son bienvenidos. Todos deberían unirse al equipo de SecurityMan.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Bueno es importante darle las gracias porque nos están ayudando mucho como personas.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Bueno creo que está bastante bien y sería muy difícil mejorar porque es muy bueno.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Obligarlos a trabajar más tiempo de la cuenta y no pagarles. A veces te hacen ir desde las seis de la mañana y te quedas hasta las ocho de la noche pero solamente reconocen 12 horas y no toman en cuenta el tiempo que uno se encuentra en servicio en la unidad.

Entrevista 08

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Sí, Yo soy un SecurityMan.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Somos una familia de gente que se valora y que quiere mejorar siempre.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

Ser un SecurityMan es un orgullo y es poder trabajar sintiéndose digno y profesional.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Los SecurityMan somos caballeros como los caballeros de la edad media y así somos un ejemplo para todos nuestros compañeros y para todos los agentes de vigilancia.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Sí, siempre conversamos de eso cuando nos reunimos y mi esposa está muy contenta y agradecida con los gerentes de Seguridad 111.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Es muy importante porque se parece a la parte militar en la que ascienden los que son mejores y así pueden liderar a los demás ayudándoles a ser mejores personas y agentes.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

La integridad.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Es importante contar con el reconocimiento y si es público es mucho más valioso porque eso hace que se hinche el pecho de orgullo y satisfacción.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Sí, es 100% recomendable.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Agradecerles mucho y pedirles que lo pongan en las otras empresas de seguridad.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Sería bueno que pudiéramos tener un Club para los SecurityMan en donde se pueda hacer deporte.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Quedarse con sus sueldos y no pagarles lo justo y después los botan si reclaman y los amenazan con denunciarlos a la Sucamec o a la PNP por robos o cosas que en realidad nunca pasaron. Hay muchas malas prácticas, pero lo peor es que no te paguen. A veces se van

demorando una semana y otra semana y a veces se acumula hasta un mes y se hacen los locos y no dicen nada y no contestan el teléfono.

Entrevista 09

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Si soy un orgullo y firme SecurityMan de Seguridad 111.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es una forma de trabajar siendo agente, pero a la vez ser un ejemplo para toda la sociedad.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

Las ventajas del SecurityMan son sus valores y su cultura.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Creo que los otros agentes no tienen un rumbo y no saben cuál es su objetivo en la vida. Ser un SecurityMan te ayuda a ver el objetivo y a trabajar para conseguirlo. Ser un SecurityMan te ordena las cosas y te hace un camino para crecer como persona y como agente.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Sí, Yo siento que están orgullosos.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Es muy importante porque son niveles que uno va subiendo.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

La gentileza y la amabilidad que son la caballerosidad.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Sería bueno un almuerzo de confraternidad.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Si sería bueno.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Darles las gracias.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Sería bueno poder realizar viajes con todo el equipo para conocer el Perú. Podríamos organizarnos con mis compañeros para ponernos como objetivo recorrer todo el Perú porque es importante conocer primero nuestro país, la tierra del SecurityMan.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

El maltrato y la falta de consideración como personas. Hay algunos sitios donde todavía nos siguen diciendo “guachimanes” y eso molesta mucho porque es denigrante.

Entrevista 10

1. ¿Es Usted un SecurityMan?

Sí, todos somos SecurityMan y también hay SecurityWoman.

2. ¿Qué significa ser un SecurityMan?

Es poder realizar el trabajo de vigilancia con dignidad.

3. ¿Cuáles diría Usted que son las ventajas de ser un SecurityMan?

Que somos bien tratados y nos consideran como profesionales.

4. ¿Qué diferencias tiene un SecurityMan con otros agentes de seguridad?

Los otros agentes de seguridad creo que no saben de la cultura de SecurityMan porque si no vendrían para aquí de todas partes para trabajar en Seguridad 111.

5. ¿Usted siente que sus familiares y amigos lo ven de diferente manera ahora que Usted es un SecurityMan?

Yo les he explicado a mis hijos porque creo que es una forma de mejorar a nuestro país que está tan lleno de gente corrupta y sinvergüenza como los políticos.

6. ¿Qué siente acerca de los niveles del SecurityMan, SM1, SM2 y SM3?

Es una forma de reconocer que uno está mejorando y creciendo en la carrera profesional y es importante tener el emblema porque es de plata y oro de verdad.

7. ¿Qué valores recuerda que tiene un SecurityMan?

Son muchos valores, pero creo que uno que resume a casi todos es la caballerosidad.

8. ¿Qué premios cree Usted que debería recibir un SecurityMan que no sean en dinero?

Deberíamos asistir a eventos en los que podamos estar con nuestras familias que se sienten orgullosas de que trabajemos como SecurityMan.

9. ¿Recomendaría a otros agentes de vigilancia que laboran en otras empresas para que se pasen a Seguridad 111 y se vuelvan SecurityMan?

Si, recomendaría a todos, en realidad se ve que nuestros colegas no están motivados desde que caminan arrastrando los pies como si estuvieran arrastrando su vida también. Es muy triste no tener expectativas de desarrollo y crecimiento porque eso te hace sentir que no progresas y siempre estás en el mismo lugar.

10. ¿Qué recomendación podría Usted hacer llegar a las personas que diseñaron la Cultura SecurityMan?

Me gustaría decirles que es excelente y agradecerles por considerarnos porque toda la sociedad nos rechaza y nos ignora.

11. ¿Qué aspectos considera Usted que se pueden mejorar en Seguridad 111 en relación al trato hacia los SecurityMan?

Sería bueno que pudiéramos tener actividades deportivas. A mí me agrada mucho practicar el básquetbol y podríamos averiguar a quiénes les gusta para armar un equipo y competir contra otras empresas de seguridad y ganarles porque nosotros si tenemos un espíritu de equipo, el espíritu del SecurityMan.

12. ¿Cuáles considera Usted que son las malas prácticas que realizan otras empresas de seguridad con los Agentes de Vigilancia Privada?

Otras empresas no les pagan completo y encima se demoran en pagarles a veces hasta una semana y eso es muy injusto porque uno tiene que pagar su cuarto y pagar los servicios en donde uno vive.

