



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Proyecto aplicado donde el endomarketing se presenta como solución a la gran rotación laboral de jóvenes en Domino's Pizza – Santiago de Surco - Lima - Perú**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
**Bachiller en Marketing e Innovación**  
**Bachiller en Comunicación Estratégica**

**PRESENTADO POR:**

Sebastián Vizarreta Luna – Marketing e Innovación  
Ernesto Campos Champín – Marketing e Innovación  
Iván Salcedo Morón – Comunicación Estratégica  
Gianella Alexandra Lomparte Salas – Comunicación Estratégica

**ASESOR:**

Celes Alonso Espinoza Rua

LIMA, PERÚ

2021

**ASESOR:**

- Dr. Celes Alonso Espinoza Rua

**MIEMBROS DEL JURADO:**

- Jorge Cerna Hernández
- Cristian Solís García

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
<b>1. CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL</b> .....	8
1.1. Título del proyecto: .....	8
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario: .....	8
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada: .....	8
1.4. Localización o alcance de la investigación: .....	8
<b>2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN</b> .....	9
2.1. Problema de investigación: .....	9
2.2. Justificación: .....	9
2.3. Viabilidad: .....	11
2.4. Marco referencial de antecedentes de la innovación o investigación aplicada a desarrollar .....	12
2.5. Marco teórico .....	17
1. Antecedentes nacionales .....	17
2. El endomarketing .....	19
2.1. Definiciones del endomarketing .....	19
2.2. Importancia en la evolución del endomarketing .....	20
2.3. Elementos del endomarketing .....	23
2.4. Beneficios del endomarketing .....	25
2. Contratación y retención de los empleados .....	27
3.1. Adaptación al trabajo .....	27
3.2. Comunicación institucional .....	28
4. Compromiso con la organización .....	28
4.1. Inducción al valor del compromiso con la organización .....	29
4.2. Ejemplos de compromiso en la organización .....	29
4.3. Dimensiones de compromiso organizacional .....	30
5. Satisfacción laboral .....	31

5.1. Importancia de la satisfacción laboral.....	31
5.2. Dimensiones de satisfacción laboral.....	32
6. Rotación de personal.....	33
6.1. Tipos de rotación de personal .....	33
6.2. Causas de rotación de personal .....	34
7. Clima organizacional .....	34
7.1. Cultura Organizacional y su desarrollo .....	35
7.2. Cómo implementar y mantenerlo dando beneficios mutuos .....	35
8. Motivación laboral.....	36
3. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS: PROPÓSITO DEL PROYECTO ....	37
3.1. Objetivo General: .....	37
3.2. Objetivos Específicos:.....	37
3.3. Hipótesis General: .....	38
3.4. Hipótesis Específica: .....	38
4. Diseño de la investigación .....	39
4.1. Tipo de investigación: .....	39
4.2. Nivel de investigación: .....	39
4.3. Diseño de la investigación: .....	39
5. Metodología escogida: .....	40
5.1. Cualitativa .....	40
6. Variables:.....	40
6.1. Plan estratégico de endomarketing. (Variable independiente) .....	40
8. Entrevista a trabajadores (3) de la tienda Santiago de Surco, Av. Benavides.....	47
8.1. Entrevistado 1: Fernanda Bendezú Ballabeni - 18 años .....	47
8.2. Entrevistado 2: Angelita Yzique - 23 años.....	49
8.3. Entrevistado 3: Paolo Vela - 22 años.....	51
10. Análisis de entrevista a gerente de capital humano.....	59
10.1 Entrevistado: Jhonatan Pérez Tejeda - Gerente de Capital Humano, Domino's Pizza Perú.....	59
11. Análisis de entrevista a trabajadores (3) de la tienda Santiago de Surco, Av. Benavides. ....	66
11.2 Entrevistado 2: Angelita Yzique - 23 años.....	70

<b>12. Diagnóstico .....</b>	<b>78</b>
<b>Opciones de respuesta: .....</b>	<b>78</b>
<b>12.1. Diagnóstico de entrevistas:.....</b>	<b>78</b>
<b>12.2. Diagnóstico de encuestas: .....</b>	<b>79</b>
<b>13. Plan de trabajo .....</b>	<b>81</b>
<b>13.1.1 Contratación de equipo que aplicará el plan en las tiendas. ....</b>	<b>81</b>
<b>13.1.2 Creación del cronograma de capacitación para la sucursal piloto. ....</b>	<b>82</b>
<b>13.1.3 Supervisión de la aplicación del plan de endomarketing en la sucursal. ....</b>	<b>83</b>
<b>13.1.4. Encuesta de satisfacción laboral a los colaboradores.....</b>	<b>84</b>
<b>13.1.5. Evaluación del ambiente laboral actual.....</b>	<b>85</b>
<b>14. CAPÍTULO III: ESTIMACIÓN DE COSTOS: .....</b>	<b>86</b>
<b>15. CAPÍTULO IV: SUSTENTO DE LA INVESTIGACIÓN: .....</b>	<b>87</b>
<b>15.1. Alcance del proyecto. ....</b>	<b>87</b>
<b>15.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio do formo de comercialización innovadora. ....</b>	<b>87</b>
<b>15.3. Descripción del modelo de negocio con el cual la innovación o investigación aplicada entraría al mercado. ....</b>	<b>88</b>
<b>15.4. Propuesta de valor .....</b>	<b>88</b>
<b>15.6. Fuentes de ingresos .....</b>	<b>89</b>
<b>15.7. Estrategia de penetración en el mercado .....</b>	<b>89</b>
<b>15.8. Alianzas estratégicas.....</b>	<b>89</b>
<b>16. Conclusiones: .....</b>	<b>91</b>
<b>17. Recomendaciones: .....</b>	<b>94</b>
<b>18. Referencias bibliográficas: .....</b>	<b>96</b>

## RESUMEN

En este trabajo se analiza el impacto del endomarketing en el clima laboral, específicamente en la disminución de la rotación de personal, y también en las operaciones de una empresa del rubro de fast foods, la cual es la multinacional, Domino's Pizza. Se presenta un plan de endomarketing dividido en 5 pasos, desde la contratación de un personal especializado en el tema, hasta la nueva percepción que tiene el cliente después de aplicar este plan en una de las sucursales de esta gran cadena. Se trabajó con una muestra de 92 colaboradores de la empresa, divididos entre trabajadores de la misma sucursal piloto y también de diferentes sucursales, esto fue para ampliar nuestro panorama general de la situación de la empresa. Los resultados indican que hay mucho que Domino's Pizza debe comenzar a hacer para fidelizar y retener a sus colaboradores, sin embargo, se tiene una mayoría de la muestra satisfecha con el clima laboral actual que tiene la empresa, con lo que podemos inferir que Domino's Pizza tiene un camino por trabajar, pero este no sería muy extenso.

## **ABSTRACT**

In this thesis we will analyze the impact of endomarketing on the work environment, mainly in reducing staff turnover, and in the operations of a fast food company, which is the multinational Domino's Pizza. Presenting an endomarketing plan which is divided into 5 steps, from the hiring of personnel, to the new perception that the customer has after applying this plan in one of the branches of this large chain. We worked with a sample of 92 employees of the company, divided between workers from the same pilot branch and also from different branches, this was to broaden our overall picture of the situation of the company.

As a result, there is still much that Domino's Pizza must begin to do to build loyalty and retain its employees, however, the majority of the sample is satisfied with the current work environment of the company, so we can infer that Domino's Pizza has a long way to go, but this would not be very extensive.

## **1. CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL**

### **1.1. Título del proyecto:**

- Proyecto aplicado donde el endomarketing se presenta como una posible solución a la gran rotación laboral de jóvenes en Domino 's Pizza - Santiago de Surco - Lima - Perú.

### **1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario:**

- Competitividad y diversificación industrial
- Salud y bienestar social

### **1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada:**

- Rubro de restaurantes

### **1.4. Localización o alcance de la investigación:**

- Lima Metropolitana sur, Distrito de Surco.

## **2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN**

### **2.1. Problema de investigación:**

- Rotación alta en personal joven en Domino 's Pizza - Santiago de Surco - Lima - Perú.

### **2.2. Justificación:**

- **Marco Teórico:**

La rotación de personal en Perú, es una realidad la cual afecta tanto al empleado como al empleador. Muchas personas cuentan con más de 3 empleos por año en puestos similares, los cuales pudieron haber abarcado e inclusive desarrollado para el crecimiento laboral si se hubiera mantenido en una sola empresa la cual les hubiera ofrecido un ambiente grato y una estabilidad tanto profesional como social.

“Según un estudio de Indicadores Saratoga de PricewaterhouseCoopers, el índice promedio de rotación laboral en el Perú alcanza el 20,7%. Se trata de uno de los índices más altos en la región Latinoamericana, cuya media es de 10.9 %.”

(Gavidia, 2021)

- **Social:**

Tenemos presente la existencia de una mala gestión a la hora de retener empleados en las empresas del Perú, sobre todo en empleos o trabajos los cuales son personas jóvenes y en muchos casos primeras labores de los mismos.

Esto se debe a los malos ambientes laborales, el poco interés de las empresas por mantener a sus empleados por períodos extensos y las pocas oportunidades que se les brindan a los mismos.

El endomarketing busca un beneficio mutuo para ambas partes, ya que los colaboradores rendirán de una manera productiva y eficaz si tuvieran un grato ambiente laboral y a su vez oportunidades las cuales motiven además de apoyar el crecimiento tanto del empleado como de la empresa mostrando una imagen de excelencia para los clientes involucrados. Esto se plantea mediante el uso del endomarketing dentro de nuestra organización, lo cual nos ayudará a crear planes de mejora en el ambiente laboral y tener motivados a nuestros colaboradores.

- **Práctico:**

La investigación propone lograr un posible cambio el cual dará como resultado disminuir la rotación de personal en las empresas, mejorar el rendimiento de los colaboradores y mejorar la experiencia del cliente.

Esto además también dará lugar a una posible oportunidad a los colaboradores de mantener una estabilidad tanto laboral como económica, asimismo como de poder

contar con oportunidades para líneas de carrera dentro de la misma empresa, la cual tendría como prioridad el reclutamiento interno en la mayoría de sus áreas, incluyendo las externas. Por ejemplo, en el 2020 el 48% de ejecutivos reconoce la dificultad para contratar y retener personal en Lima - Perú, creando un mejor ambiente laboral en Domino 's Pizza - Lima - Perú.

Con esto no se tendría fuga de talentos, la cual podría generar un estancamiento en el talento humano de la empresa y llevarlo a un momento negativo para esta. También esta metodología podría ser utilizado para todo tipo de negocio dentro del rubro, enfatizando los negocios que tengan atención al público directo, brindándoles una base inicial de cómo mejorar el estado laboral de su organización.

### **2.3. Viabilidad:**

La aplicación del endomarketing busca capacitar y confraternizar a todo colaborador que tenga personal a su cargo y así ayudar a mantener el personal cómodo y satisfecho.

La muestra para el uso del plan de endomarketing enfocará en los trabajadores de la tienda de Domino 's Pizza - Santiago de Surco - Lima Perú, La investigación busca la mejora en el ambiente laboral del negocio y en la percepción de los trabajadores hacia la empresa. Estas acciones están relacionadas con la rama de Marketing incluido en la carrera de Marketing e Innovación y con la carrera de Comunicación Estratégica, ambas alineadas a ISIL.

## **2.4. Marco referencial de antecedentes de la innovación o investigación aplicada a desarrollar**

### **1. Fuente Regional.**

Según Rodrigo Barbagelata García y Raul Sanabria Parra (2020), en su investigación **"Agencia Racamandanka Endomarketing"** (Bogotá, Colombia) se plantea como objetivo difundir la aplicación del endomarketing mediante expertos especializados en el tema, capacitaciones y servicios de gestión de redes sociales para los clientes y con esto, ya no tercerizar este tema. Donde explican el por qué serviría este servicio de consultoría en endomarketing, para esto se realizó un estudio piloto de mercado a 19,401 empresas, entre grandes y micros. La muestra arrojó desde el punto de vista financiero, que el proyecto es viable y rentable, también a la actual mentalidad de los colaboradores que van ingresando a estas empresas, estas acciones de endomarketing son cada vez más necesarias y solicitadas, más aún en Latinoamérica, que es un lugar donde esta corriente no es tan conocida como en otros lugares.

### **2. Fuente Local.**

Según Karely Fernández Guevara y Norely Fernández Guevara (2020), en investigación: **"Rotación de personal y su relación con la satisfacción del cliente en Financiera CrediScotia Jaén"** (La Libertad, Perú) tiene como enfoque determinar la relación entre la rotación del personal y la satisfacción del cliente en la financiera CrediScotia. La metodología utilizada es la

investigación descriptiva correlacional de corte transversal, con un diseño no experimental. Cabe resaltar, se realizó una muestra interna conformada por 18 colaboradores y una muestra externa de 361 colaboradores. Los resultados arrojaron que el nivel de rotación del personal de la financiera CrediScotia es de un 50.56% y esta investigación concluye y demuestra el elevado índice de rotación de personal y la insatisfacción que hay en la empresa. Esta investigación concluye que una rotación excesiva del personal da como resultado mucha insatisfacción en la perspectiva que tienen los clientes sobre la atención en esta financiera.

### **3. Fuente Local.**

Según Marleny Elita Flores Quispe (2019), en su investigación de título: **"La aplicación del endomarketing para saber si influye en el compromiso organizacional de los trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública, específicamente, de Puno" (Puno, Perú)** tuvo como objetivo medir la influencia del endomarketing en los trabajadores de la Sociedad Beneficencia Pública de Puno. Sobre la metodología utilizada: Observación directa, entrevistas, encuestas e indicadores. Una población compuesta por las personas que laboran en la Sociedad de Beneficencia Pública de Puno.

### **4. Fuente Local.**

Según Alipio Riveros Cuellar (2018), en su investigación: **"Endomarketing y calidad de servicio interno del Museo Universitario de Antropología y Arqueología de la Universidad Nacional Federico Villarreal" (Lima, Perú)**

tiene como enfoque determinar en qué medida se relacionan distintas variables del endomarketing con la calidad de un servicio interno. El estudio realizó un tipo de investigación a nivel correlacional, enfoque cuantitativo en un diseño no experimental de corte transversal; esta fue realizada a un total de 205 colaboradores en los que incluyen personal administrativo, directivo de la empresa y estudiantes voluntarios de las facultades del museo.

Se utilizó como herramienta de información la escala de LIKERT con 10 ítem para el endomarketing y 22 para la calidad de servicio interno, esta fue validada por 5 expertos; esto dio resultados negativos tanto para el endomarketing predominando con un 56% de negatividad al respecto de un 53.7% de una débil calidad de servicio interno.

## **5. Fuente Local.**

Según Nilo Becerra García (2018), esta tesis, cuyo título es: **“Rotación de personal y productividad en un área de una empresa de servicios logísticos en la región Callao” (Lima, Perú)** podemos apreciar la relación que se da entre la rotación de personal y la satisfacción del cliente. Esto tiene como intención reducir una para maximizar la otra y cumplir con dicho objetivo. Esta información se logró recopilar por medio de trabajadores encuestados (18) y de clientes (360) y esto nos deja una información previa sobre la gran rotación de colaboradores que había hasta la fecha en la empresa, lo cual no dejaba formar y contar con un personal debidamente capacitado y adecuado para cada servicio que ofrece el banco. La

metodología utilizada en la investigación es descriptiva correlacional de corte transversal.

## **6. Fuente Regional.**

Según Mario Gonzales Fuentes, en su trabajo de título: **“La rotación de personal como un elemento laboral” (Monterrey, N.L., México)** esta investigación también hace referencia al presupuesto que gastan las empresas cada año al capacitar a personal que en poco tiempo se va de la empresa. Informa sobre el esfuerzo humano, económico que se realiza al capacitar y desarrollar a las distintas áreas, y en un plazo de 5 meses, aproximado podría llegar otra oportunidad laboral, decidiendo retirarse. Entendiendo las incomodidades que recaen en la satisfacción que tienen los empleados en su trabajo, es un hecho que la mayoría de los colaboradores se retira sin decir el porqué de su decisión, aunque, mayormente, es por un tema salarial. Es por ello que la investigación plantea realizar estrategias tales como las de tener una lista de prioridades de operaciones que les permitan rediseñar para proyectar planes de capacitación y desarrollo en un tiempo propuesto para optimizar el rendimiento, la estabilidad y minimizando los presupuestos.

## **7. Fuente Regional.**

Según Miguel Angel Mina Benavides (2019), en su trabajo de título: **“Estudio de rotación de personal en una empresa del sector de alimentos y bebidas” (Santiago de Cali, Colombia)** busca indagar sobre variables que

ocasionen el índice de rotación excesiva de personal con el fin de maximizar sus utilidades reduciendo tiempo además de costes en capacitación y formación constante de nuevos ingresos para invertirlo en los trabajadores actuales en la ciudad de Santiago. Se contextualiza a la organización sobre los ámbitos que afectan directamente con el índice de rotación de personal el cual es la actual problemática que afecta a la empresa. Se utilizó una ruta metodológica en colaboración de la empresa Carne y Maduro la cual identificó variables que causan un gran índice de rotación de personal y de esta manera analizarlo para posteriormente compararlo a la actualidad de la empresa, estos involucran variables económicas de la empresa al igual que abarca el tema de la cultura organizacional que se presenta afectada al no ser atendida como debería para lograr una mejora.

Se implementaron indicadores gracias a los datos administrados por la organización lo cual se utilizó como referente para analizar y poder ofrecer los cambios optados por la gerencia para mejorar el rendimiento laboral de sus empleados actuales esto por medio de las nuevas propuestas y planes para la mejora de la imagen de la empresa la cual se compromete a una continua mejora con finalidad de ofrecer un beneficio tanto como trabajador y empleadora

## **8. Fuente Local.**

Marmolejo et al. (2019), **“Diseño de un plan de endomarketing para reducir la rotación de personal del área de transporte de materiales**

**peligrosos en una empresa logística” (Lima, Perú)** explican cómo poder reducir la rotación del personal a través del endomarketing, generando mayor motivación, satisfacción y compromiso laboral. Este plan se llevó a cabo a través de la recolección de datos de encuestas e ingresando a la base de datos de renuncias. En esta elaboración se llegó a la conclusión que, son los jóvenes quienes sienten la inestabilidad laboral ya que no se sienten respaldados tanto como a los colaboradores de mayor edad. Sin embargo, dentro de la investigación, pudieron notar que, a pesar de la inseguridad, constataron que el liderazgo de los jefes de cada provincia tiene un nivel que genera la mejoría laboral, a pesar de esto, no se pudo decir lo mismo de la provincia del Callao. A pesar de ello, se buscó que este plan pueda hacer que el colaborador sienta mayor respaldo, motivación, respeto e identificación con la cultura organizacional dentro de la empresa.

## **2.5. Marco teórico**

### **1. Antecedentes nacionales**

Dentro del marco local, hay trabajos que buscan comprender el tema de la rotación de personal, en esta tesis buscamos también determinar la relación entre la rotación y motivación del personal, la cual se verá reflejada en un cliente mejor atendido y por ende satisfecho en sus expectativas. Aquí descubriremos que la rotación de personal excesiva llegará a perjudicar tanto al cliente interno como externo, y esto dará por resultado una mala gestión de la organización que con inversión y capacitación constante se puede mejorar e incluso transformar para sacar provecho de una manera unánime en la empresa, la cual busca que todos sus empleados

crezcan de manera interna, evitando reclutar personal externo el cual es una inversión mayor por la constantes capacitaciones, contratación y anterior reclutamiento selectivo de este .

***“En los últimos años, el Perú ha sido uno de los países con mayor índice de rotación laboral en toda Latinoamérica. Con un promedio de 20 %, está por encima de la media de la región (10,9 %), según un informe de PWC publicado en un portal local.”(Vargas, 2019).*** Con un tema de pandemia y cuarentena constante, estos dos últimos años las tasas de desempleo y rotación de personal han sufrido muchos cambios imprevistos, los cuales han afectado tanto a empleados como al empleador, éste inclusive padeciendo crisis económicas por el mismo.

Se propone implementar y transformar el área del endomarketing de la empresa con el fin de disminuir la tasa de reducción de personal en la organización, además esta herramienta también busca el incremento de una motivación por parte de nuestros colaboradores, los cuales al verse capaces y predispuestos para aprender y crecer logran contagiar estas emociones con los clientes, los cuales tendrán una experiencia única y satisfactoria con el tiempo.

## **2. El endomarketing**

### **2.1. Definiciones del endomarketing**

Para entender el endomarketing, hay que recopilar distintos puntos de vista de distintos autores especialistas en esta materia, los cuales reforzaremos para tener claro desde un punto general al más específico en lo que buscamos.

El origen de la palabra endomarketing viene del prefijo griego ENDO (acción interior y marketing), que se transfiere al concepto de hacer marketing a través de los productos o servicios, involucrando a los empleados en la generación de estrategias organizacionales (Hernández, 2012).

Según López Dos Santos y Veiga Feitosa (2018), el endomarketing consiste en un conjunto de acciones de mercadeo institucional dirigido al público interno conformado por colaboradores, proveedores, accionistas y vendedores. A pesar de que está correlacionado con el mercadeo, el endomarketing tiene un enfoque diferente. El principal objetivo del endomarketing es poner en equilibrio que todos los colaboradores tengan una visión unánime sobre el negocio de la organización, que incluya elementos como operativa, gestión, objetivos, resultados, productos, servicios además de los mercados en los que actúa.

Este consiste en el conjunto de métodos los cuales buscan afianzar la relación entre la empresa y el colaborador, este propósito se basa en obtener una gestión de excelencia por medio de cada trabajador de la empresa de manera voluntaria y motivada.

Con ello se da sustento ya que al usar esta herramienta de marketing interno se lograría ser una empresa exitosa y bien vista tanto internamente como externa. Se basa en todas las actividades de comunicación interna que buscan promocionar el valor de marca e identidad de marca o empresa que representa. Actualmente los colaboradores son considerados unos de los activos más relevantes dentro de una organización, ya que de estos depende mucho el éxito o fracaso en todas las operativas de la empresa, por eso es tan importante analizar y reflexionar sobre las acciones que se tomen buscando una mejor gestión estratégica y de talento humano para una vez que se reclute este tipo de personal permanezca y crezca junto con la empresa.

## **2.2. Importancia en la evolución del endomarketing**

En todo ámbito la sociedad es bastante dinámica y se encuentra en proceso de cambios y transformación constantemente, esto buscando la mejora tanto en procesos externos como internos. Por esto, es importante tener una comunicación transparente y de confianza entre el empleado y el empleador. En consecuencia, el endomarketing o marketing interno, se convierte en una herramienta de apoyo organizacional que busca incorporar a la comunicación elementos creativos, dinámicos y novedosos, logrando abolir esquemas predeterminados (Sarmiento, 2013).

Con ello se busca generar elementos innovadores que tengan un mayor impacto al generar procesos internos de la empresa los cual ayuda a tener un fuerte soporte como de gestión humana y posicionamiento de marca, el cual genera una

motivación de compromiso, productividad y eficiencia entre los trabajadores de cualquier área.

Para Inkotte (2000) el endomarketing desde el aspecto de su importancia, se aplica a través de tres enfoques: Reconocimiento, conocimiento y sueldo emocional.

- **El reconocimiento:**

Busca entregar una retribución a trabajar más allá de su salario, esto se logra destacando la importancia que tienen todos los empleados como engranajes de la empresa y brindando un reconocimiento periódico a los equipos que colaboren más por un bien común con la empresa, tanto desde equipo de operativa hasta cabezas y líderes de la empresa, todos involucrados y reconocidos por igual con la intención de mantener un compromiso más allá de cumplir su labor.

- **El conocimiento:**

Se basa en tener claros los objetivos de la empresa, las estrategias como camino para lograrlo, las acciones y estrategias las cuales deben accionarse siempre pensando nuevamente en el objetivo general. Esto se logrará cumpliendo una serie de actividades designadas para cada equipo de trabajo tratando de canalizar las energías, habilidades y conocimientos específicos de la gente en la organización hacia el logro de metas tanto de corto como largo plazo. Esto se debe tener claro desde un inicio ya que si la empresa deja claro a donde está yendo, los trabajadores podrán empeñarse por lograr cumplir estas metas, ya que, si la empresa crece por consecuente, ellos también lo harán. También es relevante mencionar que los

objetivos de la empresa deben involucrar a todas las áreas de la empresa ya que cada acción realizada por estas suma a lograr la meta y por ende el objetivo principal de la organización.

- **El sueldo emocional:**

Este punto no se basa en cuánto debe ganar un empleado de tal cargo por sus horas laboradas, sino por su rendimiento y reconocimiento que ha logrado hasta el momento en la empresa. Esto lo debemos analizar con la finalidad de conocer los talentos internos de cada uno de sus empleados y conocer tanto su satisfacción como personas y como profesionales, esto lo podemos ver mejor dejando de lado el dinero que devenga y teniendo presente con mayor detalle el rol que cumple en la organización y cómo esta contribuye para el crecimiento del colaborador, de su equipo, para los líderes y en conjunta la empresa.

Es importante considerar cada enfoque se haya buscado y logrado en torno a la comunicación de los objetivos y reconocimiento que debe brindar la organización, destacando así el endomarketing como una herramienta indispensable para la formación de líderes que crecen desde lo más básico en la operativa de la empresa hasta la toma de importantes decisiones.

### **2.3. Elementos del endomarketing**

El endomarketing busca transformar y mejorar tanto el clima como la cultura laboral de la empresa dividiendo el endomarketing en elementos enlazados a la estandarización de procesos y el mejoramiento continuo del mercado a partir de involucrar variables adicionales a las “4P” del marketing: producto, precio, promoción y plaza (Londoño, 2008). Sin embargo, de manera interna Kotler y Armstrong (2008) propone que se reconozcan como elementos los siguientes elementos:

- **Cliente/Trabajador:**

Conformado por el personal interno busca detectar las preferencias, deseos, necesidades, preocupaciones y demás que conocer a los que consideran a la hora de establecer política y estrategia social. Como prioridad es mejor apearse a técnicas similares para conocer al mismo, sea por encuestas o por los descargos de las entrevistas a los líderes, los cuales también participarán y así sucesivamente sin importar jerarquías o áreas de la empresa.

- **Producto/Empresa:**

Busca demostrar la fortaleza y confianza que debe reflejar en los colaboradores, los cuales deben tenerla como ejemplo de inspiración. Para esto se debe tener una efectiva y firme comunicación sobre las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que la empresa brinda para poder lograr sus objetivos. Estos

basados y con la intención de vincular a clientes y sus colaboradores, esto logrará una motivación de empoderamiento para transformar de manera constructiva para la organización.

- **Promoción/Comunicación:**

La mejor manera de ser eficaz es con una comunicación efectiva, y esta es una tarea que la empresa debe tener clara entre el enlace que va desde el área operativa como en los líderes y en la directiva de la misma. Esto se logra teniendo claros los objetivos, políticas y acciones a seguir siendo imparciales con la jerarquía, es decir vender la idea de una manera transparente, clara y concisa a todos los niveles y áreas de la empresa.

- **Fuerza laboral/Equipo directivo:**

Aquí las piezas claves del equipo son los líderes, directivos y los mandos encargados de motivar al equipo con la finalidad de promover la participación y fidelización de cada uno de los integrantes. Esto se implementa con constantes capacitaciones y el desarrollo tanto del talento humano como en la gestión de los líderes, los cuales deben guiar a la fuerza de equipo para motivar a cumplir y sobrepasar sus metas, además de buscar un bien mayor y así lograr un beneficio masivo para todos los implicados.

## 2.4. Beneficios del endomarketing

Según el autor Hans Hatch (2015) nos comenta: ***“Yo concretaría el beneficio principal como el logro específico de hacer que los empleados se involucren con la compañía. La famosa frase de que se “pongan la camiseta”, incrementen su lealtad. En pocas palabras, generar un clima organizacional sano, en el que los empleados se sienten a gusto y cómodos.***

Por todo lo anterior mencionado y mucho más que se puede ir implementando según como se vaya adaptando a la empresa con esta nueva visión enfocada en el Endomarketing podemos dar a conocer los mayores impactos en beneficios con esta herramienta, como principales tenemos:

- Mejora la comunicación interna y por lo tanto externa de la empresa, dando a lugar una satisfacción tanto como para el cliente, empresa y colaboradores.
- Transfiere tanto los gastos de reclutamiento y selección, capacitación y contratación de nuevo personal, en invertir en capacitar y dar una mejora de clima y cultura organizacional.
- Transforma una buena reputación tanto como empresa y como empleador, la cual se verá beneficiosa para todos de manera de desarrollo y proyección.

- Permite la oportunidad de crecer en el ámbito profesional a personas según sus habilidades y desempeño con la condición de un compromiso constante y beneficiado.
  
- Anticipa a las realidades que se puedan presentar, ya que el personal está preparado para poder expresarse cuando sea necesario y dar su opinión si la situación lo amerita con tal de tener una idea constructiva para la organización.
  
- Evita y contraataca muy bien al fracaso y las amenazas que se puedan presentar ya que contará con profesionales motivados y capacitados para enfrentar cualquier tipo de situación y escenario.
  
- Ayuda a tener un control y constante evaluación progresiva tanto de la empresa como de los empleados y los clientes.
  
- Logra un ambiente de armonía entre distintas áreas de la empresa, ya que al enfocarse en desarrollar los objetivos no hay ningún tipo de competencia o rivalidad, sino por lo contrario una unión y desarrollo por un bien común que busca un crecimiento mutuo.

## **2. Contratación y retención de los empleados**

De acuerdo con Chiavenato (2009:49), la retención de personas en una empresa conlleva enfocarse especialmente a un conjunto de situaciones, entre las cuales destacan los estilos administrativos, las relaciones con los empleados y los programas de seguridad en el trabajo que aseguren la calidad de vida dentro de la organización. Los procesos de retención de los empleados tienen como reto mantener a los participantes satisfechos y motivados dentro y fuera de la empresa. La contratación para más por una minuciosa selección del personal que garantice una alta capacidad profesional y emocional.

### **3.1. Adaptación al trabajo**

Idalberto Chiavenato (2008), considera que, si se logra la adaptación y se consiguen los objetivos, la empresa se considerará eficaz. Lo cierto es que el concepto de adaptación abarca mucho y en las empresas cada vez adquiere mayor importancia para analizar resultados, medir el clima laboral y evaluar el rendimiento y la satisfacción de los empleados. Por ende, existen formas para facilitar el proceso de adaptación pese a los obstáculos como la adaptación en un medio tan cambiante.

En primer lugar, el medio ambiente de trabajo es indispensable para un proceso más rápido de adaptación y hace referencia a diversas variables tales como aspecto físico, el ruido, la iluminación, las condiciones de temperatura, etc. El empleado debe sentirse lo más cómodo posible. En segundo lugar, las características de la tarea o trabajo. Es necesario tener en cuenta la carga o exigencia, la organización

y los niveles de responsabilidad. En tercer lugar, el último factor para lograr la adaptación en el trabajo, surgen las características de la organización y eso cubre la claridad de las funciones, autonomía, introducción de cambios en el lugar de trabajo y políticas de gestión del personal. Si estas condiciones de trabajo se presentan de forma inadecuada dificultará el proceso de adaptación del individuo.

### **3.2. Comunicación institucional**

De acuerdo con Tonelli (2001), La comunicación institucional es un conjunto de reglas, principios, procedimientos y aplicaciones de la comunicación persuasiva que se llevan a cabo en instituciones para influir en los destinatarios de buena forma con el fin de aumentar la productividad en la empresa. Este tipo de comunicación, a nivel interno, te permite conocer la identidad de la institución para después plasmarla en todo el personal que trabaja en ella. De esta forma, genera una cultura y transmite empatía y credibilidad. Justamente, plasmando la comunicación institucional y llegando a ese nivel, los trabajadores creen en la compañía.

### **4. Compromiso con la organización**

Según con Tonelli (2001), refiere el compromiso organizacional como la intensidad de la participación de un trabajador y su identificación con la compañía. Este se caracteriza por la creencia, aceptación de metas, valores de la organización, la disposición a realizar un esfuerzo sustancial en pro a la organización y el deseo firmemente de pertenecer a ella. Cabe resaltar, las organizaciones que cuentan con

equipos comprometidos sufren una tasa de retención del talento superior en un 87% y los empleados son cuatro veces menos propensos a dejar la empresa, según la Corporate Leadership Council.

#### **4.1. Inducción al valor del compromiso con la organización**

Para Robbins y Judge (2009), es necesario incitar el valor del compromiso con la organización para mejorar el rendimiento de los trabajadores. Claramente, valorando el trabajo de los empleados se promueven emociones positivas en la plantilla. Lo recomendable es que los superiores reconozcan los logros de los empleados para que incremente el rendimiento. Asimismo, la confianza es clave, pues cuando un profesional se siente respaldado por la empresa muestra una actitud más proactiva y refuerza el vínculo emocional en la organización. Lo recomendable también es introducir nuevos desafíos o retos para incrementar el entusiasmo en los empleados. Finalmente, la satisfacción y el empoderamiento o sentido de pertenencia generan compromiso con la organización.

#### **4.2. Ejemplos de compromiso en la organización**

Para Robbins y Judge (2009), destaca el compromiso de los empleados y el esfuerzo por dar más de lo solicitado a la empresa. A ello se suma, que el personal priorice los vínculos afectivos y emocionales con la organización y esto produce que el empleado se identifique, totalmente y sin discusión, con la cultura e ideas planteadas de la compañía e incluso generando un sentido de pertenencia.

### **4.3. Dimensiones de compromiso organizacional**

Según Mayer y Allen (2003) la conceptualización del compromiso organizacional se divide en tres dimensiones (Afectivo, de continuidad y normativo) El compromiso afectivo refiere a los lazos emocionales que los individuos forjan con la organización, el apego psicológico y emocional, las expectativas. En este tipo de compromiso el empleado disfruta de su permanencia en la empresa y se sienten orgullosos de pertenecer a ella. El segundo tipo es el compromiso de continuidad (necesidad) señala el reconocimiento de la persona enfocado en costos (financieros, físicos, psicológicos) y las pocas chances de encontrar otro empleo. Es decir, el personal se siente vinculado a la institución, ya que invirtió todo en ese lugar y también siente que sus oportunidades fuera de la compañía se ven reducidas. El tercer y último tipo es el compromiso normativo (deber) En este tipo de compromiso se desarrolla un fuerte sentimiento de permanecer en la entidad, como efecto de experimentar un sentimiento de deuda hacia la organización por haberle dado la oportunidad o recompensa.

## **5. Satisfacción laboral**

De acuerdo a Wright y Bonett (2007), la satisfacción laboral vendría a ser esa pequeña parte de felicidad que uno puede tener en su centro de trabajo. Debido a la fuerte carga laboral y del aumento del personal en las empresas, debemos tomar en cuenta que es la satisfacción laboral, también conocida como el comportamiento que tiene el trabajador hacia su empleo. Este comportamiento se basa netamente en el enfoque que desarrolla el trabajador en su labor, conducta que es definida por la peculiaridad que tienen al querer ser mejores, muchas veces comparando funciones o la forma de trabajar de sus compañeros, teniendo en cuenta que, según Bauman, 2007 la desconfianza social y la intensificación de las relaciones interpersonales, hacen darles mayor importancia a sus intereses, lo que en algún momento genera la creación de grupos de trabajo llenos de competitividad y egoísmo.

Basándonos en ello, podríamos llegar a la conclusión de que sería más complicado sostener relaciones interpersonales de confianza con los demás compañeros.

### **5.1. Importancia de la satisfacción laboral**

Por otro lado, María Antonieta Galván Bonilla nos explica que, es un hecho reconocer que, mientras más satisfacción y comodidad sienta un colaborador en su centro laboral, mayor productividad tendrá. Esto se deberá a la pasión que sientan por trabajar, lo que también generará mayor personal estable que podrá tener la

oportunidad de seguir creciendo profesionalmente, a su vez, serán personas que se atreverán a aceptar retos con la finalidad de aprender cosas nuevas.

## **5.2. Dimensiones de satisfacción laboral**

De acuerdo con lo investigado por Gabriel Cifuentes Martínez y Camila Castillo Inoztrosa, existen 5 tipos de dimensiones, las cuales están nombradas de la siguiente manera:

**Satisfacción de supervisión:** Se refiere a la manera en la que el superior, revisa y maneja las relaciones personales entre los trabajadores y superiores, manteniendo siempre la misma igualdad por parte de la empresa.

**Satisfacción del ambiente físico del trabajo:** Hace referencia a cómo se encuentra el lugar de trabajo, desde los estándares de salubridad, limpieza e higiene, hasta la iluminación y decoración del centro laboral.

**Satisfacción con prestaciones recibidas:** Los colaboradores siempre van a buscar la estabilidad de la empresa, ya sea desde el día de pago concordado, hasta los bonos que se realizan anualmente por ley.

**Satisfacción Intrínseca:** Es el motivo por el cual un colaborador realiza sus funciones sintiendo satisfacción sin esperar algo a cambio.

**Satisfacción en la participación de grupos laborales:** Hace referencia a la manera en la que el grupo vuelve a la empresa más eficiente y productiva

## **6. Rotación de personal**

De acuerdo con lo mencionado por Roberto Mendoza, la rotación del personal se interpreta por el cambio de colaboradores en una empresa, esto se debe a ciertos factores que influyen a lo largo del tiempo que lleve un colaborador en la empresa. Algunas veces puede ser por un tema de crecimiento laboral, otros por el clima laboral o por mejores salarios, lo que sí es cierto, es que la rotación genera una gran inestabilidad tanto salarial como operacional ya que siempre hay una inversión al ingresar un colaborador que termina afectando al negocio si es que la rotación es alta. Sin embargo, esto puede ser medido a través de indicadores, los cuales calcularán los tipos de rotación ya sean por razones voluntarias como involuntarias.

### **6.1. Tipos de rotación de personal**

Roberto Mendoza nos explica los tipos de rotación, estas son:  
Rotación Involuntaria: Nos referimos a el despido de un colaborador debido a su bajo rendimiento y desempeño, también conocida como despido.

Rotación Voluntaria: Se le llama voluntaria, ya que la decisión es tomada directamente por el colaborador, quienes, a través de sustentos, deciden dar un paso al costado.

Rotación indeseable: Esta se da cuando la empresa pierde a un colaborador importante, quién podría afectar la producción en su trabajo.

Rotación deseable: Cuando la empresa despide a un colaborador con la finalidad de poder incluir a una persona con mayor rendimiento para el puesto requerido.

## **6.2. Causas de rotación de personal**

Según el autor Roberto Meza (2017), para poder saber las causas exactas de la rotación, primero se debe realizar un análisis del clima organizacional, en donde podremos reconocer las siguientes causas:

- Salarios bajos o poco competitivos.
- Contratación de personal que no cumple con el perfil solicitado.
- No asistir a las capacitaciones e inducciones realizadas por la empresa.
- Lugar laboral poco favorable.
- No saber transmitir una buena cultura de la empresa.
- Disconformidad con los horarios
- Mal clima laboral.

## **7. Clima organizacional**

Según Natalia Baños de la Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales, el clima organizacional tiene una relación muy cercana al desarrollo de una empresa. Trabajar en un ambiente negativo es perjudicial para una empresa en muchos sentidos, como también, tener un ambiente positivo es muy beneficioso para estas. El endomarketing incluye

dentro de su definición la mejora del clima organizacional de una empresa, guiándolo siempre para el camino positivo de esta.

### **7.1. Cultura Organizacional y su desarrollo**

Según Fernando Adán, Fanny Aponte, Ericka La Rosa y Jorge Trujillo, de la Universidad del Pacífico, la cultura organizacional es lo que atrae a las personas hacia la empresa y lo que los distingue del resto, son los principios y valores que forjan la personalidad de una empresa, estos se ven reflejados en las operaciones de la misma y también en cómo el consumidor los percibe, también tiene un impacto sobre la capacidad de aprendizaje organizacional. Tiene dos focos, el interno y el externo, este primero se enfoca en el personal de la empresa, los procesos, reglas y normativas que deben cumplir dentro de esta; por otro lado, el externo, se enfoca más en la imagen corporativa, por ejemplo, si la empresa participa en proyectos sociales, ambientales o gubernamentales.

### **7.2. Cómo implementar y mantenerlo dando beneficios mutuos**

Según José Salazar Estrada de la Universidad de Guadalajara, esto se implementa de manera interna mediante unas pautas creadas desde el inicio de las actividades de la empresa, asegurándose que día a día la cultura organizacional se vea reflejada en sus colaboradores y procesos y poder así

tener un clima organizacional positivo tanto para la empresa y sus colaboradores.

Hay muchas formas de tener un beneficio mutuo, por ejemplo, tenemos los descuentos corporativos, premios, viajes laborales, bonos por llegar a metas, etc, todo esto le da al colaborador ganas de seguir trabajando de la mejor manera para la empresa para poder obtener estos incentivos, y consecuentemente a esto, la empresa consigue colaboradores más apasionados con su trabajo, y por ende, mejores resultados en sus operaciones.

## **8. Motivación laboral**

Según Maria Antonieta Galván Bonilla de la Universidad Autónoma del estado de Hidalgo, la motivación laboral, es un factor determinante dentro de la sociedad, es donde el hombre puede interactuar y obtener satisfacción propia, es donde él mismo descubre retos y pone en juego sus capacidades para mostrar su intelecto y así también donde las organizaciones laborales pueden crecer y dar a conocer grandes equipos laborales, capaces de competir en diversos ámbitos y ocupar lugares de primer orden, es por eso que es importante que la empresa, reconozca al empleado como parte importante de la misma y que el empleado sea un firme representante de la

misma, con confianza y libertad para una participación eficiente y activa. (Galván, 2017).

Este concepto es muy importante en la actualidad de las empresas de todo el mundo, esto es el principal motor para un empleado de realizar su trabajo con la mayor eficiencia posible, por lo que cualquier empresa quisiera tener una motivación laboral alta en su nivel, ya que esto logrará mejores resultados en las operaciones de la empresa y también una menor fuga de talentos de esta.

### **3. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS: PROPÓSITO DEL PROYECTO**

#### **3.1. Objetivo General:**

La aplicación de un plan de Endomarketing para la disminución de la rotación de personal en Domino 's Pizza - Santiago de Surco - Lima - Perú.

#### **3.2. Objetivos Específicos:**

- Crear un programa de beneficios para sus colaboradores (descuentos corporativos con otras empresas, viajes gratuitos por desempeño laboral, pasantías para trabajar en franquicias extranjeras, etc.)

- Brindar capacitaciones para mejorar la línea de carrera de sus colaboradores.
- Mejora en el clima y cultura organizacional
- La mejora en el clima y cultura organizacional puede servir de ejemplo en otras cadenas y empresas.

### **3.3. Hipótesis General:**

El plan estrategia de Endomarketing logrará la disminución de la rotación del personal de las tiendas Domino 's Pizza – Santiago de Surco – Lima – Perú.

### **3.4. Hipótesis Específica:**

- El plan de endomarketing es fidelizar al colaborador con la empresa por medio de una correcta cultura organizacional.
- El plan de endomarketing generará la disminución de rotación del personal mediante la capacitación constante al personal con el objetivo de realizar líneas de carrera internas.
- El plan de endomarketing implementará beneficios externos e internos a sus colaboradores con la finalidad de apoyar y satisfacer a nuestro personal.
- El plan de endomarketing busca masificar una correcta cultura organizacional en otras sedes y cadenas de Domino 's Pizza.

La disminución de la rotación dependerá si es que la estrategia de endomarketing tiene buen resultado.

## **4. Diseño de la investigación**

### **4.1. Tipo de investigación:**

Para este estudio se decidió utilizar dos tipos de investigación; **correlacional** para así poder medir el grado de relación que existe entre el colaborador, la empresa y el cliente; **explicativa**, para poder complementar la información recibida y así encontrar el trasfondo y causas del problema.

### **4.2. Nivel de investigación:**

El nivel de investigación es **exploratorio**, ya que se utilizan distintos tipos de datos con la finalidad de poder verificar y comparar el porcentaje de rotación, mediante indicadores los cuales nos permitirá estudiar el problema, sin embargo, sus múltiples características, dan la posibilidad de poder encontrar otros métodos.

### **4.3. Diseño de la investigación:**

El tipo de diseño aplicado es el **experimental** debido a que se realizan entrevistas y dinámicas donde se manipulan las preguntas y encuestas para así poder recaudar la información que se busca sobre el clima laboral para los colaboradores, satisfacción para los clientes además de inversión y posicionamiento para la empresa.

## **5. Metodología escogida:**

5.1. Cualitativa

## **6. Variables:**

6.1. Plan estratégico de endomarketing. (Variable independiente)

6.2. Disminución la rotación del personal (Variable dependiente)

**7. Preguntas entrevista a supervisor o gerente - Santiago de Surco, Av. Benavides.**

**Entrevista a Jhonatan Pérez Tejeda - Gerente de Capital Humano, Domino's Pizza Perú**

- 1. ¿Está bien darle más oportunidad a los jóvenes que recién acaban de cumplir la mayoría de edad o piensas que hay una edad mínima para poder trabajar en Domino 's pizza?**

La edad no es un limitante muy aparte de ser jóvenes o gente de edad, yo creo que hay muchas empresas que, sí tienen de cierta manera cierto temor a contratar gente muy joven, quizá por tener poca experiencia, pero también depende mucho del rubro. Nosotros que trabajamos en tema de retail y restaurantes, somos todo lo contrario, buscamos gente joven que tenga actitud, ganas y esa primera oportunidad de tener su primer trabajo. Nosotros nos basamos y tenemos ese enfoque, el tema de la edad no es una limitante, al contrario, es algo favorable.

- 2. ¿Piensas o crees que estudiar y trabajar, es uno de los motivos por los cuales hay rotación del personal?**

Yo creo que no debería ser un factor de rotación porque si uno empieza a trabajar para pagarse sus estudios, en este caso tendrías que mantener el trabajo. Ahora, va a pasar que esta persona va a terminar la carrera y va a tener que volar para poder ejercer su carrera, pero es mínimo porque no es que uno empieza a trabajar desde los 18 años hasta que termina una carrera de 5 años, va en el camino dejando

trabajos o buscando otros, pero no es específicamente porque acabó la carrera. Sería un factor de rotación si es que acabo la carrera y tengo que dejar y no es el común denominador, al contrario, genera menos rotación ya que le da cierta estabilidad de ingreso para poder asumir esa responsabilidad y los gastos que correspondan a sus estudios.

### **3. ¿Cuál es el promedio de edad de los trabajadores en la empresa?**

En Domino's, el promedio es de 18 a 30 años, más que nada en tienda porque los Gerentes de tienda oscilan entre 30 a más.

### **4. Como gerente de tienda ¿te parece complicado trabajar con jóvenes?**

Si, se ha vuelto complicado porque hay un tema generación que ha cambiado la coyuntura y pensamiento de los jóvenes. Bueno, no es que yo sea tan viejo pero mi época generacional era una época en donde todavía nuestros padres tenían cierta necesidad y no te podían dar todo, ha ido mejorando el tema económico en la vida familiar de la gente y ha hecho en este caso a la nueva generación que no tenga esa necesidad. Es más, antes la mayoría estudiaba en colegios nacionales, ahora con tanto colegio particular la mayoría estudia en particular y yo me doy cuenta que por esta falta de cultura quizá, o de educación en las familias de enseñarles a los hijos a tener ciertas necesidades. No me refiero a que no tengas que comer, si no a necesidades como que todos deben aportar o trabajar, se les da muchas facilidades a los niños que ahora son jóvenes y no han visto una situación difícil en casa sino todo lo contrito, la mayoría goza de la oportunidad de tener todo y yo creo

que eso ha hecho que crezcan con ese pensamiento, personalmente si siento que hay mucha inestabilidad. No es, como antes que te quedabas por muchos años en una empresa, ahora si algo no te gusta, chau, son muy sensibles o es lo que siento y es una época generacional distinta por el tema tecnológico, la globalización también ha hecho que todo sea distinto.

**5. ¿Cuáles son los horarios con más carga laboral? ¿En la mañana, tarde o en la noche?**

Es a partir de tarde noche, directamente empieza el **rush**.

**¿Qué es rush?**

Es el momento de operación en donde se carga la cantidad de pedidos, no tengo 1 o 2 se complica porque tengo 15 pedidos, es una venta fuerte y es una palabra que se usa en el mundo culinario.

**6. ¿Crees que los colaboradores están realmente comprometidos con el trabajo?**

Si hay compromiso si no Domino's no podría llegar a las ventas que tenemos, no tendríamos los resultados que tenemos, no creo que haya alguna dejadez en ese sentido, simplemente creo que en el camino se rompe por muchos motivos por el tema del clima, del local o de un tema familiar pero sí creo que la gente esté comprometida.

## **7. ¿Cada cuánto se realizan capacitaciones?**

Bueno, las capacitaciones aquí en tienda si son constantes, se inician en el primer mes o mes y medio que es un entrenamiento que se les da a todos los nuevos y luego el área de capacitación se encarga de hacer evaluaciones constantes, tenemos líderes de área que son los encargados de pulir en entrenamiento, ya que, en sí, el área de capacitación y operaciones va y evalúan las tiendas. El trabajo es bastante operativo entonces cuando van a hacer las inspecciones de operaciones o de capacitaciones, se ven los puntos de mejora y se comienza nuevamente a reforzar y capacitar que igual todos los meses se hace la retroalimentación. Pero no son capacitaciones de liderazgos, son más operativos, como te menciono.

## **8. ¿Hay algún tipo de reconocimientos como el premio “Trabajador del Mes”? ¿Cómo los benefician o premian?**

Tenemos lo que es el colaborador del mes y tenemos el tema de la pizza al año (al cumplir 1 año se llevan una pizza) no hay ahorita beneficios netamente corporativos, estamos implementando poco a poco. Debido a la coyuntura, quedaron muchos planes en stop, creo que el mayor reconocimiento que hemos podido realizar, fueron en esos 2 meses que estuvimos paralizados, en donde continuamos pagando a nuestros colaboradores y no desvinculamos a nadie como en otras empresas si sucedió, o reducir el sueldo. Aquí fue todo lo contrario, aquí asumimos la planilla y bueno creo que en ese momento que fue muy difícil es en donde dices: Oye, esta empresa si puso cara por nosotros y que bueno ahorita quedan los rezagos. Ya no

nos podemos darnos los lujos para otras cosas, porque fueron dos meses de planilla sin ingresos que es pérdida para la empresa y no digo pérdida siendo frío si no perdida porque no lo voy a recuperar nunca y a eso se suman también las mermas del producto, los alquileres que igual se tenían que pagar. Pero bueno, como te comentaba al comienzo, ahorita tenemos solo esos dos beneficios, pero con mi equipo estamos buscando convenios o beneficios para la empresa y colaboradores.

**9. ¿Cómo es el trato o relación con los trabajadores? ¿Vertical o horizontal? ¿Por qué?**

Tenemos un proyecto, se llama cuéntamelo es un buzón que está en todas las tiendas y donde ellos pueden hacernos llegar información de manera anónima. Si hay una gran limitante para este tipo de información, porque no todos los colaboradores hablan o dicen aun siendo nosotros el área de RR.HH., y eso que en la inducción se les explica muchas veces que tienen el número, el correo y muchas formas más de llegar a RR.HH. pero no llegan a nosotros entonces la única manera de que nosotros podamos saber, es mediante cuéntamelo, tocando este tema también es bueno acotar que no lo estaban utilizando por eso ahora lo hemos vuelto virtual, lo acabamos de cambiar y también tenemos las encuestas de salida, en donde están puntuando a los Gerentes de tienda, adicional a ello, hemos implementado las llamadas que hacemos a todas las bajas del mes con la finalidad de preguntar el motivo real de su salida. Entonces ahí si recién están saliendo algunas observaciones en tienda o de los gerentes ya sea sobre el tema del trato y

clima, pero igual hay que tener cuidado no tomarlo tan personal, tenemos que indagar bien. Es muy delicado hablar de eso, porque se suma también la sensibilidad de los jóvenes. Hay que ser muy objetivos, si hemos tenido casos siempre estamos tratando de investigar.

#### **10. ¿Cada cuánto tiempo o cada cuanto día recibes cartas de renuncia?**

En realidad, más que cantidad nosotros manejamos porcentajes de rotación, porque yo puedo decirte que mi cantidad es 20, ¿pero 20 con cuántas tiendas? Entonces hay que medir con porcentajes porque yo te puedo decir que tuve 5 bajas, pero tengo 1 tienda, es distinto decir tengo 25 bajas, pero son de 7 tiendas, ¿me entiendes? No se mide por cantidad si no por porcentaje, entonces nosotros en promedio hemos tenido un 10% o sea, de cada 100 se han ido 10. Ese ha sido el promedio. Este año empezamos bien, ahora, en estos 3 últimos meses se nos ha complicado un poco pero como te digo, es un tema aleatorio porque tienes que medir muchas cosas, no solo es por mes si no el comparativo del año pasado y también ver meses críticos como julio o diciembre, donde la gente cobra la gratificación y se va, son meses que siempre van a tener un pico, por más que tengas buen clima o un great place to work, el colaborador simplemente se va, es parte ya de la cultura del país y nada, como te digo un 10% o un 12% es lo que maneja Domino's.

**8. Entrevista a trabajadores (3) de la tienda Santiago de Surco, Av. Benavides.**

**8.1. Entrevistado 1: Fernanda Bendezú Ballabeni - 18 años**

**1. En general ¿Cómo te sientes en tu ambiente de trabajo?**

F: Soy nueva, ingresé hace 2 meses y es mi primer trabajo, de hecho, me siento bastante animada y cómoda, aunque debo aceptar que algunas veces es un poco cansado salir tan tarde del trabajo.

**2. ¿Qué crees que es para ti más importante, tener un mejor sueldo o clima laboral? ¿Por qué?**

F: Como te comento, recién estoy comenzando a trabajar y creo que eso me hace pensar en que es mejor tener un buen clima laboral ya que eso te anima más a querer seguir aquí, obviamente me gustaría más adelante ganar más, pero para eso, primero debo terminar mis estudios.

**3. ¿Percibes algún beneficio a diferencia de otras empresas?**

F: Bueno, ¿tenemos los beneficios de la ley no? Como estar en planilla, es mi primera experiencia, no podría comparar aún con otros trabajos, pero aquí nos dan por ejemplo un bono que varía de acuerdo a lo que se venda en el mes en tienda.

**4. ¿Te gustaría tener algún beneficio? ¿Cuáles?**

F: He oído que en otras empresas te dan descuentos de comida en tienda, me gustaría que nos dieran ese beneficio.

**5. ¿Estás conforme con todos los beneficios legales de la empresa (Vacaciones, Gratificación, cts.)? ¿Por qué?**

F: Sí, pero por ejemplo tengo entendido que por ser part time, no me corresponden las vacaciones.

**6. En el caso que estés cursando estudios ¿En tienda, son flexibles con tus horarios, se preocupan por ello?**

F: Si, cuando tuve mi primera entrevista comenté que estoy estudiando y bueno me dijeron que podía presentarles mis horarios de estudios para poder cuadrar las horas, yo por ejemplo trabajo en turno noche.

**7. ¿Realizan actividades o dinámicas recreativas en la empresa para el bienestar de sus empleados?**

F: No que yo sepa o por el momento no lo han hecho.

**8. ¿Cómo es la relación o el trato con el gerente o supervisor?**

F: No he tratado directamente con mi gerente de tienda, pero si con los asistentes y son súper buena onda.

**9. ¿Cómo consideras un ambiente de trabajo ideal para tu desarrollo?**

F: Creo que con mayor flexibilidad, apoyo, que busquen sobre todo enseñarte para que tu puedas aprender de ello.

**10. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual renunciarías a tu centro laboral?**

F: Actualmente, por temas de estudios.

**8.2. Entrevistado 2: Angelita Yzique - 23 años**

**1. En general ¿Cómo te sientes en tu ambiente de trabajo?**

A: Bien, o sea llevo 1 año y medio aquí en Domino 's Pizza y hace poco me ascendieron al puesto de Líder, el ambiente es pesado a veces uno tiene que ayudar en todo, pero ya me acostumbré.

**2. ¿Qué crees que es para ti más importante, tener un mejor sueldo o clima laboral? ¿Por qué?**

A: Para mí, ambos van de la mano. El sueldo obviamente te hace querer seguir trabajando, te motiva... Y el clima si suma mucho, aunque poniéndome a pensar, creo que puedes ganar mucho dinero, pero si no te sientes cómoda en ese lugar, el dinero no te va a importar a menos que tengas que realmente necesitar mucho dinero por algún tema en especial.

**3. ¿Percibes algún beneficio a diferencia de otras empresas?**

A: No, lamentablemente Domino's no te da beneficios.

**4. ¿Te gustaría tener algún beneficio? ¿Cuáles?**

A: Sí, sería genial tener algún convenio con institutos y descuentos también.

**5. ¿Estás conforme con todos los beneficios legales de la empresa (Vacaciones, Gratificación, cts.)? ¿Por qué?**

A: Si, puedo rescatar eso aquí, si cumplen con nuestros pagos, aunque algunas veces tardan un poco.

**6. En el caso que estés cursando estudios ¿En tienda, son flexibles con tus horarios, se preocupan por ello?**

A: Yo trabajo como full time y actualmente no me encuentro estudiando, pero cuando he tenido que pedir permiso para algún tema, si me lo han dado.

**7. ¿Realizan actividades o dinámicas recreativas en la empresa para el bienestar de sus empleados?**

A: No, pero sería buena idea hacerlo.

**8. ¿Cómo es la relación o el trato con el gerente o supervisor?**

A: Mi gerente es una persona bastante empática y comprensiva, no tengo problemas con él.

**9. ¿Cómo consideras un ambiente de trabajo ideal para tu desarrollo?**

A: En donde nos den más capacitaciones para seguir mejorando.

**10. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual renunciarías a tu centro laboral?**

A: Quizá si encuentro alguna oferta mejor.

### **8.3. Entrevistado 3: Paolo Vela - 22 años**

#### **1. En general ¿Cómo te sientes en tu ambiente de trabajo?**

P: Muy bien, creo que nos llevamos a compenetrar entre todos porque la mayoría tenemos la misma edad, tenemos un buen trato y sabemos cómo llevar las cosas.

#### **2. ¿Qué crees que es para ti más importante, tener un mejor sueldo o clima laboral? ¿Por qué?**

P: Ambos son importantes para el grupo y como persona individualmente porque al tener un buen clima laboral, hace que puedas realizar bien tus labores dentro del trabajo y eso que hace que la empresa se beneficie y al tener buen sueldo también trabajas con una motivación extra porque sabes que llegará fin de mes o quincena y tendrás como cancelar tus cosas y vivir tranquilo.

#### **3. ¿Percibes algún beneficio a diferencia de otras empresas?**

P: Si, es totalmente distinto a otras empresas, ya que he tenido la oportunidad de trabajar en otras y no es como Domino's que por ejemplo te dan moto, te dan gasolina y bueno eso hace que ahorres bastante en otros aspectos tuyos, es favorable.

#### **4. ¿Te gustaría tener algún beneficio? ¿Cuáles?**

P: Sí, yo soy driver y estoy bien con los beneficios, recibo dos bonos adicionales a mi sueldo base y a lo que cobro por pedido, seguro podrían mejorar, pero actualmente toda marcha acorde.

**5. ¿Estás conforme con todos los beneficios legales de la empresa (Vacaciones, Gratificación, cts.)? ¿Por qué?**

P: Soy part time, no tengo muchos beneficios.

**6. En el caso que estés cursando estudios ¿En tienda, son flexibles con tus horarios, se preocupan por ello?**

P: Por el momento ya no estoy cursando ningún curso, pero tengo compañeros que sí están trabajando y estudiando a la vez y les dan todas las facilidades.

**7. ¿Realizan actividades o dinámicas recreativas en la empresa para el bienestar de sus empleados?**

P: No muy seguido la verdad, lo hacen una que otra vez, pero creo que el bienestar de los empleados va de la mano del clima laboral y como comentaba en un inicio todos tenemos la misma edad entonces sabemos tratarnos bien y mientras eso suceda todo estará bien.

**8. ¿Cómo es la relación o el trato con el gerente o supervisor?**

P: Muy buena, es muy comprensible sabe decirnos las cosas cuando estamos haciendo algo mal o cuando hacemos bien y creo que por ese lado es muy bueno.

**9. ¿Cómo consideras un ambiente de trabajo ideal para tu desarrollo?**

P: En donde te den la oportunidad de poder hacer línea de carrera.

**10. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual renunciarías a tu centro laboral?**

P: Creo que el ambiente laboral, cuando no te sientes bien en algún lugar creo que es el motivo principal para que una persona tenga que renunciar.

## 9. Recojo de información en tiendas

Opciones de respuesta:

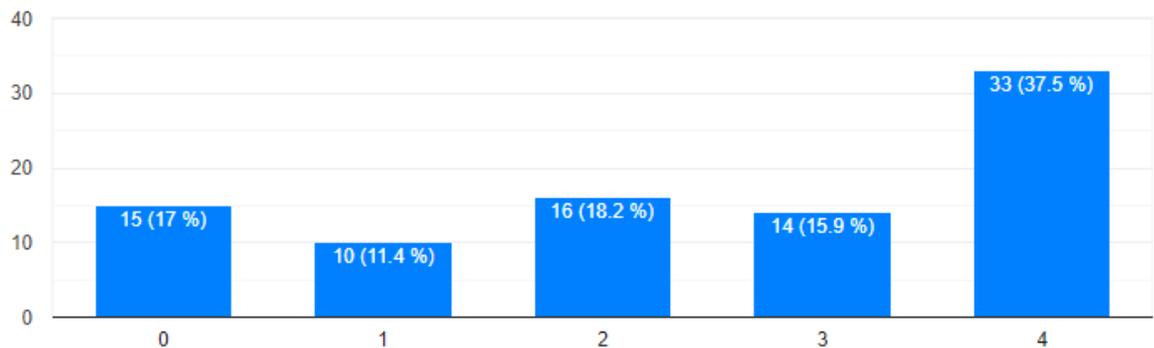
0 1 2 3 4

Nunca      Siempre

### 1. ¿Promueve el buen clima laboral?

Promueve el buen clima laboral:

88 respuestas

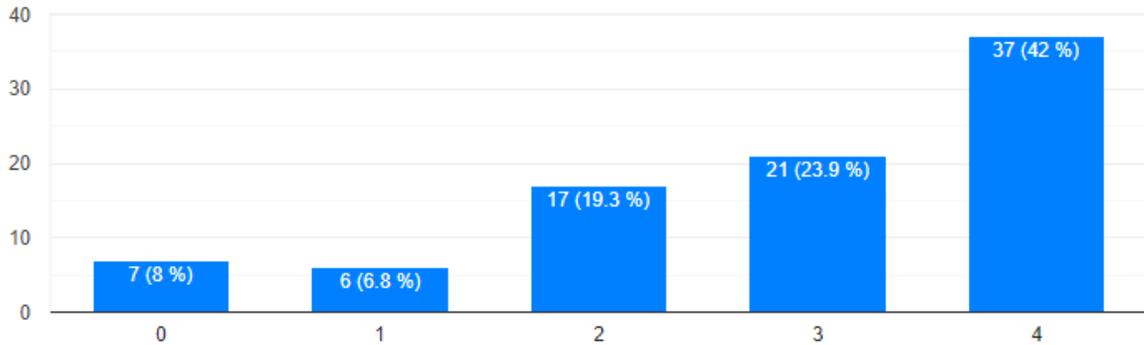


**Análisis:** Podemos ver que un poco más de un tercio de los encuestados piensa que la empresa promueve de manera activa el buen clima laboral, ahora, vemos que más de la mitad piensa que esto no se da de manera constante y que un porcentaje importante piensa que nunca promueven el buen clima.

## 2. ¿Promueve la capacitación que se necesita?

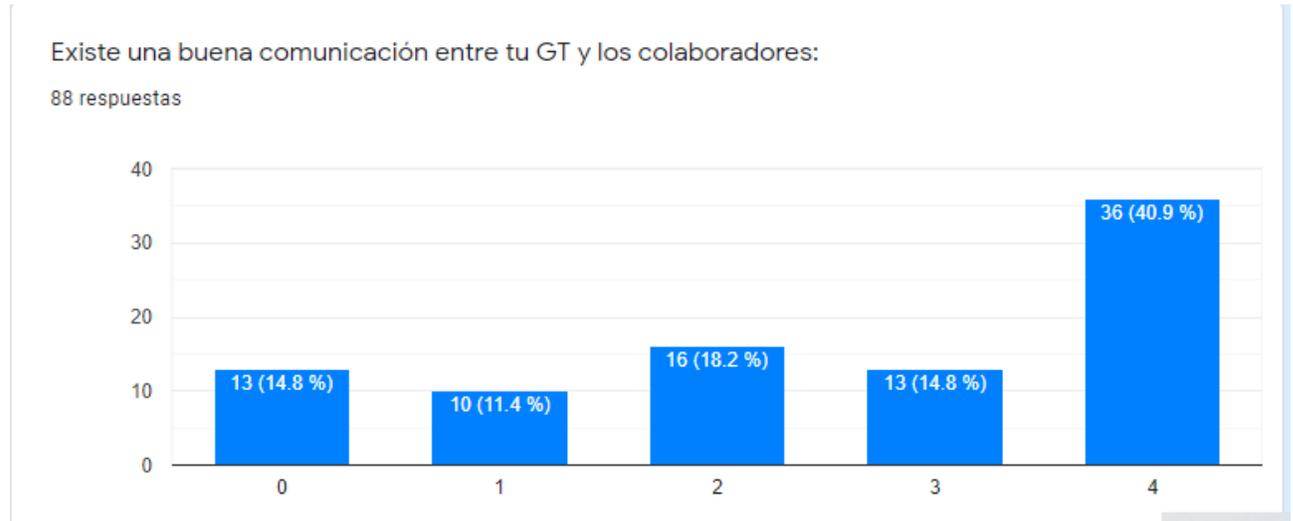
Promueve la capacitación que se necesita:

88 respuestas



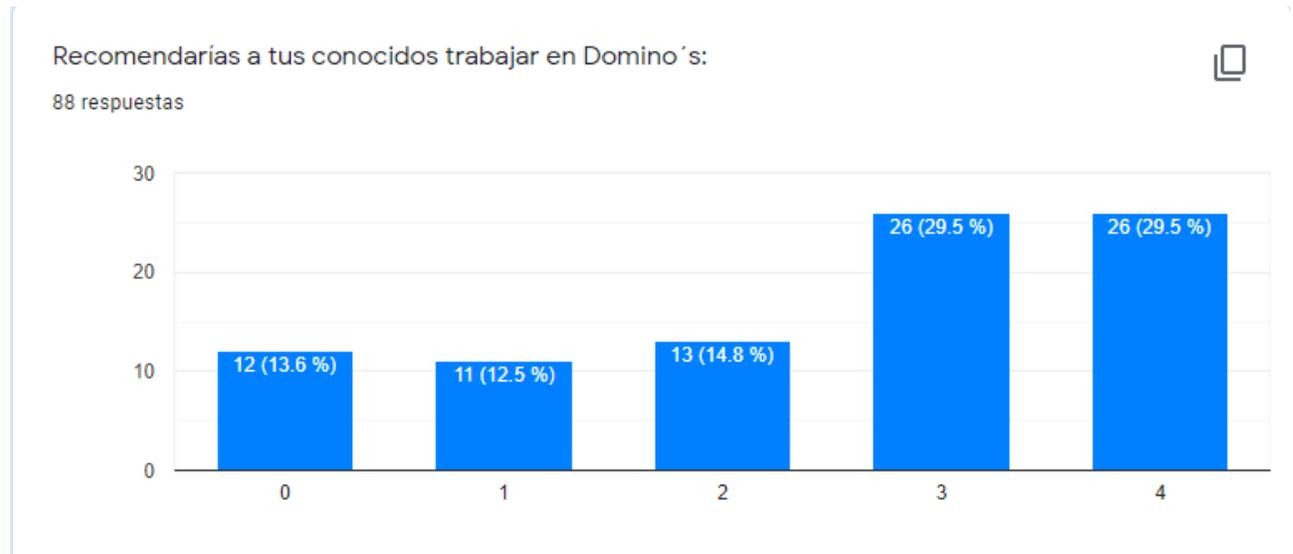
**Análisis:** Tenemos proporciones muy parecidas a la pregunta anterior, por lo que podríamos suponer que estas opiniones difieren según el puesto que tenga el colaborador, ya que el clima laboral va de la mano con la percepción de ser capacitados por su misma empresa.

### 3. ¿Existe una buena comunicación entre tu GT y los colaboradores?



**Análisis:** Nuevamente vemos porcentajes parecidos. Sin embargo, sigue primando la respuesta del “Siempre”. Justamente, aquí podemos ver qué se tiene un alcance bueno para muchos trabajadores hacia su gerente, tal vez, debido al puesto de cada uno, este trato o comunicación sea mayor o menor por las mismas tareas que deben realizar.

#### 4. ¿Recomendarías a tus conocidos trabajar en Domino's?

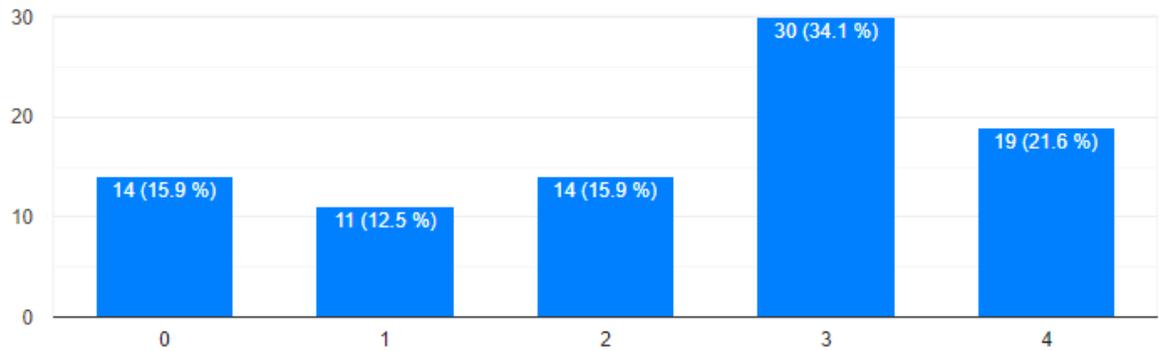


**Análisis:** En este análisis podemos observar que son más las personas que si recomendarían a sus conocidos. Cabe resaltar, la mayoría de los colaboradores son jóvenes estudiantes que recién están teniendo su primera oportunidad laboral, lo que les favorece ya que al tener todos la misma edad pueden llegar a tener un buen clima laboral debido a que manejan un trato igual.

## 5. ¿Te parece adecuado el salario por las tareas que realizaste?

Te parece adecuado el salario por las tareas que realizaste:

88 respuestas



**Análisis:** De acuerdo con lo observado, podemos llegar a la conclusión de que un gran porcentaje de colaboradores se sienten satisfechos con el sueldo recibido, esto podría ser debido a que en Domino's ofrecen bonos adicionales al salario que reciben de manera fija. Estos bonos pueden llegar a ser elevados de acuerdo con la venta que se de en el mes o de la cantidad de pedidos que podría realizar un motorizado.

## **10. Análisis de entrevista a gerente de capital humano**

### **10.1 Entrevistado: Jhonatan Pérez Tejeda - Gerente de Capital Humano, Domino's Pizza Perú**

- 1. ¿Está bien darle más oportunidad a los jóvenes que recién acaban de cumplir la mayoría de edad o piensas que hay una edad mínima para poder trabajar en Domino 's pizza?**

La edad no es un limitante muy aparte de ser jóvenes o gente de edad, yo creo que hay muchas empresas que, sí tienen de cierta manera cierto temor a contratar gente muy joven, quizá por tener poca experiencia, pero...

**Análisis de la respuesta:** Tiene una actitud muy abierta sobre el tema de la edad necesaria para trabajar, está de acuerdo en que la edad no es un limitante y que dependiendo del rubro se debe evaluar qué rango de edad sería el mejor para ellos, en este caso, Domino's opta por un perfil joven.

- 2. ¿Piensas o crees que estudiar y trabajar, es uno de los motivos por los cuales hay rotación del personal?**

Yo creo que no debería ser un factor de rotación porque si uno empieza a trabajar para pagarse sus estudios, en este caso tendrías que mantener el trabajo. Ahora, va a pasar que esta persona va a terminar la carrera...

**Análisis de la respuesta:** No piensa qué es un factor de rotación de personal, ya que la persona no continúa en el trabajo durante sus 5 años de carrera, siempre se presentan otras oportunidades en el camino. Además, si la persona trabaja para pagarse sus estudios, esto sería algo que disminuya la rotación de personal, no que la aumente.

### **3. ¿Cuál es el promedio de edad de los trabajadores en la empresa?**

En Domino's, más que nada en tienda, es de 18 a 30 años, ya que los Gerentes de tienda oscilan entre 30 años a más.

**Análisis de la respuesta:** Podemos observar que el rango de edad varía según sea un puesto de atención al público o uno administrativo, igual podemos observar que concentran en un rango de edad de personas jóvenes.

### **4. Como gerente de tienda ¿Te parece complicado trabajar con jóvenes?**

Si, se ha vuelto complicado porque hay un tema generación que ha cambiado la coyuntura y pensamiento de los jóvenes. Bueno, no es que yo sea tan viejo pero mi época generacional era una época...

**Análisis de la respuesta:** Nuestro entrevistado se enfoca mucho en el tema de generaciones, para este, esta generación, debido a las comodidades que actualmente se ven más que en su época, se ha vuelto más sensible a alguna situación incómoda hacia ellos, por lo que su primer pensamiento es irse y buscar otra cosa, cosa que según él, para su generación, esto era un lujo que la mayoría no se daba y que la solución a estas situaciones incómodas era el aguantar hasta poder tener un ascenso o encontrar un puesto mejor en otro lado.

**5. ¿Cuáles son los horarios con más carga laboral? ¿En la mañana, tarde o en la noche?**

Es a partir de tarde noche, directamente empieza el rush...

**Análisis de la respuesta:** Sin lugar a duda, el entrevistado indica que los horarios con más carga laboral comienzan en la noche. Justamente, al mencionar el rush, nos damos cuenta que incrementan los pedidos, se vuelve una venta fuerte y crece la demanda del producto.

**6. ¿Crees que los colaboradores están realmente comprometidos con el trabajo?**

Sí, veo compromiso, pues sin eso no tendríamos los resultados que tenemos en Domino's. No veo dejadez, simplemente creo que en el camino se rompe por muchos motivos por el tema del clima laboral y por algunos temas familiares.

**Análisis de la respuesta:** Noto que, efectivamente, si hay compromiso en Domino's. Además, el gerente enfatiza que no hay dejadez o desinterés laboral, sino que en algunas ocasiones se rompe el 'molde' debido a motivos externos como el clima laboral o algunos problemas familiares. Sin embargo, todo está dentro de lo normal, pues en todas las empresas suceden cosas así.

**7. ¿Cada cuánto tiempo se realizan capacitaciones?**

Bueno, las capacitaciones aquí en tienda si son constantes, se inician en el primer mes o mes y medio y consiste en un entrenamiento que se les da a todos los nuevos y luego el área de capacitación se encarga de hacer evaluaciones constantes. No son capacitaciones de liderazgo, sino operativas...

**Análisis de la respuesta:** El gerente deja claro que en Domino's recurren continuamente a las capacitaciones e incluso hay capacitaciones introductorias para los nuevos y también existe un área especializada que se enfoca solamente en capacitaciones, se encarga de tomar evaluaciones constantes y entrenamientos debido a que el trabajo en Domino's es muy operativo.

**8. ¿Hay algún tipo de reconocimientos como el premio “Trabajador del Mes”? ¿Cómo los benefician o premian?**

Tenemos el colaborador del mes y tenemos el tema de la pizza al año (al cumplir 1 año se llevan una pizza) no hay ahorita beneficios netamente corporativos, estamos implementando...

**Análisis de la respuesta:** Nos comenta el entrevistado que, debido a la coyuntura, se perdieron bastantes convenios y beneficios corporativos que tenían fijos anteriormente. Esto lo justifica con que quedaron inactivos durante 2 meses por completo y aun así, mantuvieron a su personal en planilla y se les hizo el pago correspondiente a pesar de mermas y pérdida de servicios que siguen siendo gastos fijos.

**9. ¿Cómo es el trato o relación con los trabajadores? ¿Vertical o horizontal? ¿Por qué?**

Tenemos un proyecto, se llama cuéntamelo es un buzón que está en todas las tiendas y donde ellos pueden hacernos llegar información de manera anónima. Si hay una gran limitante ...

**Análisis de la respuesta:** Aquí entendemos que el área de RRHH al ver que no tenía ni una sola recomendación llegada por los trabajadores, optaron por un buzón en físico, que después se volvería digital, con el fin de llegar a más personas llamado “Cuéntamelo” el cual busca valorar y enterarse de las críticas constructivas para la mejora ,es de manera anónima y busca estar informados y al tanto sobre la calificación de la empresa como tal y también de los líderes que la organización ,como el área de back office y gerencia.

## 10. ¿Cada cuánto tiempo o cada cuanto día recibes cartas de renuncia?

En realidad, más que cantidad nosotros manejamos porcentajes de rotación, porque yo puedo decirte que mi cantidad es 20, ¿pero 20 con cuántas tiendas? Entonces

...

**Análisis de la respuesta:** El entrevistado nos comenta que su dinámica es manejarlo con porcentajes en cada tienda el tema de la rotación de personal. Nos comenta también que, de cada 100 personas, se retiraron 10, pero que actualmente, debido a la coyuntura, no pueden analizar números a diferencia del año pasado ya que las situaciones eran bastante distintas, por lo que el resultado podría ser ambiguo.

## **11. Análisis de entrevista a trabajadores (3) de la tienda Santiago de Surco, Av. Benavides.**

### **11.1 Entrevistado 1: Fernanda Bendezú Ballabeni - 18 años**

#### **1. En general ¿Cómo te sientes en tu ambiente de trabajo?**

F: Soy nueva, ingresé hace 2 meses y es mi primer trabajo, de hecho, me siento bastante animada y cómoda aunque debo aceptar que algunas veces es un poco cansado salir tan tarde del trabajo.

**Análisis de la respuesta:** Nuestra entrevistada nos comenta que tiene poco tiempo laborando, se siente motivada al empezar y a su vez cansada, ya que es su primer trabajo y aun sigue acostumbrándose a los horarios.

#### **2. ¿Qué crees que es para ti más importante, tener un mejor sueldo o clima laboral? ¿Por qué?**

F: Como te comento, recién estoy comenzando a trabajar y creo que eso me hace pensar en que es mejor tener un buen clima laboral ya que eso te anima más a querer seguir aquí, obviamente me gustaría más adelante ganar más, pero para eso, primero debo terminar mis estudios.

**Análisis de la respuesta:** A pesar de ser el primer trabajo de Fernanda, nos comenta que el clima laboral debería ser indispensable para seguir creciendo en la empresa, además de obtener su título y por consiguiente, hacer crecer su rango salarial.

### **3. ¿Percibes algún beneficio a diferencia de otras empresas?**

F: Bueno, ¿tenemos los beneficios de la ley no? Como estar en planilla, es mi primera experiencia, no podría comparar aún con otros trabajos, pero aquí nos dan por ejemplo un bono que varía de acuerdo a lo que se venda en el mes en tienda.

**Análisis de la respuesta:** Acá nuestra entrevistada nos comenta sobre contar con la plantilla es un beneficio que no muchas empresas dan cómo primer trabajo, además menciona sobre un bono variable de acuerdo con el cumplimiento de la meta de productividad de la tienda.

### **4. ¿Te gustaría tener algún beneficio? ¿Cuáles?**

F: He oído que en otras empresas te dan descuentos de comida en tienda, me gustaría que nos dieran ese beneficio.

**Análisis de la respuesta:** Podemos ver que no conoce sobre los beneficios externos de la empresa, pero compara con otros restaurantes que cuentan con descuentos en productos en tiendas de su misma empresa o externas.

**5. ¿Estás conforme con todos los beneficios legales de la empresa (Vacaciones, Gratificación, cts.)? ¿Por qué?**

F: Sí, pero por ejemplo tengo entendido que por ser part time, no me corresponden las vacaciones.

**Análisis de la respuesta:** La entrevistada nos comenta qué tiene un contrato de medio tiempo, el cual no cuenta con el beneficio de vacaciones, pero los demás beneficios de ley se mantienen.

**6. En el caso que estés cursando estudios ¿En tienda, son flexibles con tus horarios, se preocupan por ello?**

F: Si, cuando tuve mi primera entrevista comenté que estoy estudiando y bueno me dijeron que podía presentarles mis horarios de estudios para poder cuadrar las horas, yo por ejemplo trabajo en turno noche.

**Análisis de la respuesta:** Fernanda nos comenta que desde la etapa de reclutamiento tuvo mención sobre la flexibilidad que respetan con el tema de horarios académicos, los cuales se respetan y acomodan a la necesidad.

**7. ¿Realizan actividades o dinámicas recreativas en la empresa para el bienestar de sus empleados?**

F: No que yo sepa o por el momento no lo han hecho.

**Análisis de la respuesta:** Nos comenta que no conoce sobre dinámicas que busquen el bienestar de sus empleados, hay que tener en cuenta que solo lleva 60 días en la empresa.

**8. ¿Cómo es la relación o el trato con el gerente o supervisor?**

F: No he tratado directamente con mi gerente de tienda, pero si con los asistentes y son súper buena onda.

**Análisis de la respuesta:** No se ha presentado un gerente directamente con los empleados nuevos en 60 días de labor. Sin embargo, nos comenta que hay una buena comunicación con los supervisores y asistentes del área.

**9. ¿Cómo consideras un ambiente de trabajo ideal para tu desarrollo?**

F: Creo que con mayor flexibilidad, apoyo, que busquen sobre todo enseñarte para que tu puedas aprender de ello.

**Análisis de la respuesta:** Podemos ver la motivación que tiene la nueva integrante en seguir creciendo en la empresa y para seguir así, menciona lo indispensable que

es la flexibilidad en horarios y apoyo sobre asesoramiento constante sobre su operativa.

**10. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual renunciarías a tu centro laboral?**

F: Actualmente, por temas de estudios.

**Análisis de la respuesta:** Fernanda nos menciona qué tiene como prioridad sus estudios antes que el puesto de trabajo.

**11.2 Entrevistado 2: Angelita Yzique - 23 años**

**1. En general ¿Cómo te sientes en tu ambiente de trabajo?**

A: Bien, o sea llevo 1 año y medio aquí en Domino 's Pizza y hace poco me ascendieron al puesto de Líder, el ambiente es pesado a veces uno tiene que ayudar en todo, pero ya me acostumbré.

**Análisis de la respuesta:** Angelita nos menciona que lleva más de año y medio en la empresa y que hace poco logró escalar al puesto de líder en su tienda, nos cuenta que fue cansado adaptarse, pero finalmente logró acostumbrarse de manera satisfactoria.

**2. ¿Qué crees que es para ti más importante, tener un mejor sueldo o clima laboral? ¿Por qué?**

A: Para mi, ambos van de la mano. El sueldo obviamente te hace querer seguir trabajando, te motiva... Y el clima si suma mucho, aunque poniéndome a pensar, creo que puedes ganar mucho dinero, pero si no te sientes cómoda en ese lugar, el dinero no te va a importar a menos que tengas que realmente necesitar mucho dinero por algún tema en especial.

**Análisis de la respuesta:** Nos menciona que es una prioridad el clima laboral y el salario, pero igual debería haber un equilibrio entre ambos, pero esto va a depender de la situación de la persona.

**3. ¿Percibes algún beneficio a diferencia de otras empresas?**

A: No, lamentablemente Domino's no te da beneficios.

**Análisis de la respuesta:** Nos comenta no tener ningún beneficio externo de su labor.

**4. ¿Te gustaría tener algún beneficio? ¿Cuáles?**

A: Sí, sería genial tener algún convenio con institutos y descuentos también.

**Análisis de la respuesta:** Acá podemos ver nuevamente que los empleados tienen expectativa al relacionar a otras empresas del mismo rubro que brindan descuentos y convenios con otras empresas.

**5. ¿Estás conforme con todos los beneficios legales de la empresa (Vacaciones, Gratificación, cts)?? ¿Por qué?**

A: Si, puedo rescatar eso aquí, si cumplen con nuestros pagos, aunque algunas veces tardan un poco.

**Análisis de la respuesta:** Aquí vemos lo satisfecha que está por los beneficios de ley ofrecidos, menciona también ocasiones en las que demoran en hacer el depósito de sus sueldos.

**6. En el caso que estés cursando estudios ¿En tienda, son flexibles con tus horarios, se preocupan por ello?**

A: Yo trabajo como full time y actualmente no me encuentro estudiando, pero cuando he tenido que pedir permiso para algún tema, si me lo han dado.

**Análisis de la respuesta:** Nos menciona que ella no ha tenido la experiencia de solicitar flexibilidad de horarios ya que no estudia, pero que tiene presente que a sus compañeros si se les apoya y en casos excepcionales, también le han brindado facilidades.

**7. ¿Realizan actividades o dinámicas recreativas en la empresa para el bienestar de sus empleados?**

A: No, pero sería buena idea hacerlo.

**Análisis de la respuesta:** Habiendo laborado más de un año la empresa nunca brindó algún taller o actividades que buscan el bienestar de sus empleados.

**8. ¿Cómo es la relación o el trato con el gerente o supervisor?**

A: Mi gerente es una persona bastante empática y comprensiva, no tengo problemas con él.

**Análisis de la respuesta:** Nos recalca la buena relación que tiene con su superior.

**9. ¿Cómo consideras un ambiente de trabajo ideal para tu desarrollo?**

A: En donde nos den más capacitaciones para seguir mejorando.

**Análisis de la respuesta:** A Angelita le gustaría que las capacitaciones sean más constantes para continuar aprendiendo y mejorando como trabajadora.

**10. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual renunciarías a tu centro laboral?**

A: Quizá si encuentro alguna oferta mejor.

**Análisis de la respuesta:** Aquí podemos apreciar que, con una mejor propuesta de trabajo, sin lugar a duda, concluiría su puesto para empezar en otra empresa.

### 11.3 Entrevistado 3: Paolo Vela - 22 años

#### 1. En general ¿Cómo te sientes en tu ambiente de trabajo?

P: Muy bien, creo que nos llevamos a compenetrar entre todos porque la mayoría tenemos la misma edad, tenemos un buen trato y sabemos cómo llevar las cosas.

**Análisis de la respuesta:** Nos menciona que el buen clima laboral probablemente se deba a que todos manejan un promedio de edades muy cercanas, por lo cual mantienen un buen trato y conllevan de manera correcta cualquier situación.

#### 2. ¿Qué crees que es para ti más importante, tener un mejor sueldo o clima laboral? ¿Por qué?

P: Ambos son importantes para el grupo y como persona individualmente porque al tener un buen clima laboral, hace que puedas realizar bien tus labores dentro del trabajo y eso que hace que la empresa se beneficie y al tener buen sueldo también trabajas con una motivación extra porque sabes que llegara fin de mes o quincena y tendrás como cancelar tus cosas y vivir tranquilo.

**Análisis de la respuesta:** Nos comenta, como los demás colaboradores, la importancia del clima laboral y qué este va de la mano con el salario, el cual se verá reflejado si todos trabajan de manera correcta y con la motivación presente. Aquí vemos cómo el sueldo es relevante pero no indispensable si les ofrecen un buen trato en su puesto.

### 3. ¿Percibes algún beneficio a diferencia de otras empresas?

P: Si, es totalmente distinto a otras empresas yo que he tenido la oportunidad de trabajar en otras y no es como Domino's que por ejemplo te dan moto te dan gasolina y bueno eso hace que ahorres bastante en otros aspectos tuyos, es favorable.

**Análisis de la respuesta:** En este caso vemos reflejado el aspecto de movilidad con el transporte brindado por la empresa, al igual que el consumo de este. Esto es externamente al pago que ofrece la empresa.

### 4. ¿Te gustaría tener algún beneficio? ¿Cuáles?

P: Si, yo soy driver y estoy bien con los beneficios, recibo dos bonos adicionales a mi sueldo base y a lo que cobro por pedido, seguro podrían mejorar, pero actualmente toda marcha acorde.

**Análisis de la respuesta:** Paolo nos comenta lo satisfecho que está con sus beneficios como driver, menciona que siempre debe haber mejora, pero está conforme con lo que actualmente mantiene.

**5. ¿Estás conforme con todos los beneficios legales de la empresa (Vacaciones, Gratificación, cts.)? ¿Por qué?**

P: Soy part time, no tengo muchos beneficios.

**Análisis de la respuesta:** Nos comenta que al contar con planilla y contrato bajo la modalidad de medio tiempo, no cuenta con varios de estos beneficios.

**6. En el caso que estés cursando estudios ¿En tienda, son flexibles con tus horarios, se preocupan por ello?**

P: Por el momento ya no estoy cursando ningún curso, pero tengo compañeros que sí están trabajando y estudiando a la vez y les dan todas las facilidades.

**Análisis de la respuesta:** Nos comenta que en su caso no requiere de flexibilidad horarios puesto a que no estudia, pero en sus compañeros si se presentan y les brindan facilidades del caso.

**7. ¿Realizan actividades o dinámicas recreativas en la empresa para el bienestar de sus empleados?**

P: No muy seguido la verdad, lo hacen una que otra vez, pero creo que el bienestar de los empleados va de la mano del clima laboral y como comentaba en un inicio todos tenemos la misma edad entonces sabemos tratarnos bien y mientras eso suceda todo estará bien.

**Análisis de la respuesta:** Nos menciona que el clima laboral está bien, pero respecto a actividades o dinámicas sobre el bienestar de los colaboradores, son muy escasas.

**8. ¿Cómo es la relación o el trato con el gerente o supervisor?**

P: Muy buena, es muy comprensible sabe decirnos las cosas cuando estamos haciendo algo mal o cuando hacemos bien y creo que por ese lado es muy bueno.

**Análisis de la respuesta:** Nos comenta Paolo que hay buena comunicación y transparencia con sus superiores.

**9. ¿Cómo consideras un ambiente de trabajo ideal para tu desarrollo?**

P: En donde te den la oportunidad de poder hacer línea de carrera.

**Análisis de la respuesta:** Aquí resalta como prioridad el tener la oportunidad para escalar a mejores cargos y puestos en la empresa.

**10. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual renunciarías a tu centro laboral?**

P: Creo que el ambiente laboral, cuando no te sientes bien en algún lugar creo que es el motivo principal para que una persona tenga que renunciar.

**Análisis de la respuesta:** Nos deja muy claro que, sin un buen ambiente laboral, no habría duda alguna a la hora de dejar de prestar servicios para la empresa de manera inmediata.

## 12. Diagnóstico

Opciones de respuesta:

	0	1	2	3	4	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Siempre

### 12.1. Diagnóstico de entrevistas:

- Podemos observar que el gerente tiene una postura muy positiva hacia sus colaboradores jóvenes actuales, sin embargo, como vemos en su respuesta de la pregunta 4: Como gerente de tienda ¿Te parece complicado trabajar con jóvenes?, podemos ver que tiene un cierto prejuicio a la generación actual de trabajadores, teniendo un concepto sobre ellos de más liberales al momento de mantener un trabajo o menos dispuestos a aguantar actitudes o situaciones donde no se sientan cómodos del todo.
- En el caso de los colaboradores de la sucursal, podemos ver que el punto más resaltante para ellos tres, al ser jóvenes, es tener oportunidades de

crecimiento laboral en la empresa y que esta también sea consciente de los horarios de estudios de ellos, ven muy importante la flexibilidad de horarios en un trabajo.

- En el caso de los beneficios extras a los colaboradores, estos sienten que sería un punto a favor para la empresa el implementarlos, ya que actualmente no cuentan con ninguno, por ejemplo, les gustaría tener descuentos para instituciones educativas, este fue el tipo de descuento más comentado entre los entrevistados.
- La flexibilidad de horarios fue uno de los puntos más positivos vistos en las respuestas de los colaboradores, ya que si sienten el apoyo de la empresa al permitirles escoger horarios de acuerdo con sus disponibilidades.

## **12.2. Diagnóstico de encuestas:**

- Observamos que en las 5 preguntas, el porcentaje más alto de todos es la respuesta más positiva, tanto en temas de clima laboral hasta el salario, por lo menos un poco más de la tercera parte de los 88 encuestados tienen una respuesta muy buena hacia la empresa, y si consideramos las respuestas de regular (2), bueno (3) hasta muy bueno (4), tenemos más de la mitad.
- La pregunta número 2 fue la que más respuestas positivas tuvo, por lo que podemos concluir que Domino's si ofrece una capacitación constante a sus colaboradores y promueven su crecimiento profesional.

- En la pregunta 5, vemos que la tercera parte de los encuestados tienen una aceptación positiva hacia el salario que reciben. Por ejemplo, en el caso de los motorizados, estos están más que satisfechos con sus pagos debido a que a pesar de tener un sueldo fijo, también reciben 2 bonos adicionales fuera de lo que pueden recibir por pedido.

### 13. Plan de trabajo

#### 13.1. Plan de acción o esquema de plan de endomarketing

##### 13.1.1 Contratación de equipo que aplicará el plan en las tiendas.

#### Indicadores claves:

● Número de contrataciones mensuales.
● Rango de edades actuales en la empresa.
● Rango salarial por puesto en la empresa.
● Tiempo de contrato aproximado para cada puesto en la empresa.
● Contrato con opción a renovar y adendas por la línea de carrera.
● Cantidad de hombres y mujeres laborando actualmente en la empresa.

**Responsable:** El responsable de realizar esta acción sería el jefe de Gestión del Talento Humano.

**Tiempo:** Se dará durante todo el mes de noviembre del 2021

**Medidas a aplicar:** En esta actividad se debe contratar personal especializado en Endomarketing para empresas, ya que necesitamos expertos en este tema para

poder iniciar un cambio de la mejor manera en la organización. Estos expertos tomarán en cuenta los diversos indicadores para llevar a cabo un plan de capacitación.

### **13.1.2 Creación del cronograma de capacitación para la sucursal piloto.**

#### **Indicadores claves:**

● Número de colaboradores actuales en la sucursal (Benavides, Santiago de Surco).
● Horarios de rotaciones de personal en la sucursal (Benavides, Santiago de Surco).
● Evaluaciones al personal al término de las capacitaciones.

**Responsable:** El responsable de realizar esta acción sería el personal que se contrató anteriormente especializado en Endomarketing.

**Tiempo:** Se dará durante todo el mes de diciembre del 2021.

**Medidas a aplicar:** Se realizará 1 capacitación de 2 horas todos los miércoles, en la cual se enseñará y evaluará la capacidad de colaborador al desenvolverse con los clientes, así como la agilidad y rapidez en la preparación de la producción. Adicionalmente, se promoverá el trabajo en equipo y el apoyo hacia los

colaboradores como parte del equipo.

### 13.1.3 Supervisión de la aplicación del plan de endomarketing en la sucursal.

#### Indicadores claves:

<ul style="list-style-type: none"><li>● Encuesta actual de satisfacción del cliente previo a estas nuevas funciones.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Reporte semanal sobre las operaciones de la sucursal (Benavides, Santiago de Surco).</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Reporte mensual sobre el avance de cada colaborador respecto a los nuevos puntos.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Reporte mensual del rendimiento del colaborador en sus actividades diarias.</li></ul>

**Responsable:** El responsable de realizar esta acción sería el gerente de la tienda elegida

(Benavides, Santiago de Surco)

**Tiempo:** Se dará entre el mes de enero y junio del 2022 (6 meses)

**Medidas a aplicar:** El gerente de la tienda donde se capacitó al personal con este plan, debe cerciorarse de que se cumplan las pautas del plan de Endomarketing

durante los primeros 6 meses mediante el uso de encuestas semanales, reportes actitudinales sobre los colaboradores participantes y reportes de rendimiento de las diferentes tareas de la tienda.

#### **13.1.4. Encuesta de satisfacción laboral a los colaboradores.**

##### **Indicadores claves:**

- Resultados de las encuestas.

**Responsable:** El responsable de realizar esta acción sería la coordinadora de Gestión del Talento Humano.

**Tiempo:** Se dará durante el mes de Julio del 2022.

**Medidas a aplicar:** Se realizará una serie de preguntas a los trabajadores actuales utilizando un formulario en el cual calificarán con puntuación a su gerente de tienda, asimismo se realizarán llamadas al personal cesado, con la finalidad de saber el motivo real de su salida y de evaluar su experiencia durante el tiempo que trabajó.

### 13.1.5. Evaluación del ambiente laboral actual.

#### Indicadores claves:

<ul style="list-style-type: none"><li>● Encuesta de satisfacción a los clientes sobre la percepción actual del servicio brindado en la sucursal (Benavides, Santiago de Surco).</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Percepción de los colaboradores acerca de su futuro en la empresa.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Beneficios percibidos por los colaboradores.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Relaciones actuales entre compañeros.</li></ul>

**Responsable:** El responsable de realizar esta acción sería la coordinadora de Gestión del Talento Humano.

**Tiempo:** Se dará durante el mes de agosto del 2022.

**Medidas a aplicar:** Conocer la opinión y visión actual de los colaboradores hacia la empresa después de haber puesto en práctica los nuevos métodos en su sucursal (Benavides, Santiago de Surco). Esto podrá realizarlo mediante encuestas a los clientes, entrevistas a los colaboradores sobre sus percepciones del futuro de la tienda y también con diversas evaluaciones, todo esto ayudará a tener un panorama claro y ver si el plan de endomarketing propuesto tuvo resultados, ya sean positivos, negativos o si no tuvo impacto alguno.

#### 14. CAPÍTULO III: ESTIMACIÓN DE COSTOS:

##### Cuadro de costos

Para la elaboración e implementación del nuevo plan de endomarketing en la sucursal escogida, se requerirá el servicio de un especialista en endomarketing.

Adicional a este, se utilizarán recursos básicos y también material extra para poder llevar a cabo el plan.

RECURSOS	CANTIDAD	UNIDAD	MESES	IMPORTE	TOTAL
Especialista en endomarketing	1	Unidad	2 meses	S/ 3,000.00	S/ 6,000.00
Luz	1	Unidad	8 meses	S/100.00	S/ 800.00
Internet	1	Unidad	8 meses	S/ 90.00	S/720.00
Impresiones	100	Unidad	10 meses	S/ 1.00	S/ 100.00
Laptop	2	Unidad	10 meses	S/ 1,500.00	S/3,000.00
<b>TOTAL</b>					<b>S/10,620.00</b>

## **15. CAPÍTULO IV: SUSTENTO DE LA INVESTIGACIÓN:**

### **15.1. Alcance del proyecto.**

El fin de este trabajo de investigación es poder relacionar tres ámbitos, estos son el Endomarketing, la rotación de personal y la satisfacción del cliente.

Aquí podremos demostrar la eficiencia que se puede establecer disminuyendo la rotación del personal por medio de acciones de marketing interno que busquen la mejora y el crecimiento del colaborador, por ende, esto mejorará la satisfacción del cliente externo, lo cual terminará beneficiando a la empresa y así podrá seguir invirtiendo tanto en ella como en sus empleados.

### **15.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio do formo de comercialización innovadora.**

La población segmentada en este estudio es la siguiente:

Personas jóvenes de 18 a 25 años, ambos sexos, que residan en toda Lima Metropolitana, con o sin experiencia laboral previa y busquen crecer dentro de la empresa en la que están laborando o piensan postular y que a la par esta se adecue a su disponibilidad de horario.

### **15.3. Descripción del modelo de negocio con el cual la innovación o investigación aplicada entraría al mercado.**

Este mercado busca un modelo de negocio que no solo sea flexible, sino también moderno, por lo mismo, debe contar con estrategias internas y digitales. Este negocio ha vuelto a empezar su operativa debido a la coyuntura que atraviesa actualmente en el país por la pandemia debido al COVID-19, esto ha obligado a reestructurar a su personal presencial y volver a empezar su operativa después de mucho tiempo en inactividad.

Por lo mismo, ha tenido que adaptarse al entrar al mercado, pero más que verlo como un tema complejo, esta transformación busca modernizar y mejorar toda el área de endomarketing, buscando una inversión que logre satisfacer de una manera más eficiente al mercado al cual apunta y, naturalmente, buscar mejoras y crecimientos en la empresa explotando y apostando por el capital humano.

### **15.4. Propuesta de valor**

Este estudio busca un crecimiento de la empresa y todos los que la conforman por medio de un plan de marketing interno, el cual desarrollará las competencias de sus trabajadores para así invertir en los mismos enfocándose en un crecimiento mutuo buscando como objetivo. Se quiere tener una motivación y satisfacción

completa tanto en el cliente interno, como externo que involucra a la organización en mención. Este estudio abarca la importancia y eficiencia de desarrollar e implementar un área que se enfoque en sus colaboradores, lo cual, a un largo plazo, se podrán ir viendo las mejoras y crecimiento de la empresa y la marca.

#### **15.6. Fuentes de ingresos**

Se utilizarán fondos de la empresa, los cuales serán invertidos en estas mejoras, ya que se reducirá los costos por reclutamiento y selección de nuevo personal, contratación y capacitación de este, siendo el enfoque los empleados existentes.

#### **15.7. Estrategia de penetración en el mercado**

Al tener un proyecto con un enfoque interno no presentamos ningún tipo de acción hacia el mercado externo, por lo que no contamos con una estrategia de penetración de mercado.

#### **15.8. Alianzas estratégicas**

Se buscará conseguir alianzas con otras empresas con la finalidad de buscar un apoyo mutuo entre organizaciones con la intención de brindar beneficios y oportunidades de mejora para nuestros colaboradores. Esto por ejemplo sería un porcentaje de descuento en entidades educativas, descuentos y promociones en

tiendas y restaurantes de consumo masivo, entre otras ideas que puedan implementarse para así darle una experiencia única y especial al colaborador a la hora de trabajar para la empresa. Aquí también podemos ofrecer trueques, dando descuentos y promociones para la organización que busque una alianza con nosotros, y de esta forma, salir beneficiados de manera mutua, sin llegar a una inversión netamente económica para acceder a estas oportunidades exclusivas.

## **16. Conclusiones:**

16.1. De acuerdo con lo desarrollado, podemos concluir que cualquier tipo de beneficio extra al colaborador, es un incentivo muy grande para que éste labore de manera más cómoda.

16.2. Con nuestro plan de endomarketing cubrimos un poco la falta de capacitaciones en la empresa, dado que, para realizar los cambios en la sucursal, los colaboradores de esta serán capacitados por especialistas en el tema del endomarketing, cosa que enriquecerá su vida profesional tanto dentro de Domino's como en cualquier otra empresa.

16.3. Gracias al plan de endomarketing que estamos probando en esta sucursal de la empresa, los puntos como el clima laboral y la cultura organizacional son resueltos de manera muy efectiva, ya que al tratarse de los principales focos que tiene el endomarketing para resolver, estos puntos ya están siendo atendidos y mejorados gracias a nuestras nuevas acciones.

16.4. Podemos inferir que el éxito de nuestro plan de endomarketing en la sucursal de Santiago de Surco de Domino's puede ser llevado a cabo en el resto de las sucursales para de igual manera mejorar el ambiente laboral de estos, y claro, también puede ser replicable en otras marcas o empresas dentro del rubro de restaurantes de comida rápida.

16.5. El impacto económico que tendría el plan de endomarketing resolvería los siguientes puntos:

- Costos de publicación de nuevos puestos en plataformas digitales: En promedio entre todas las plataformas digitales actuales (Bumerang, Computrabajo, LinkedIn, etc), publicar un puesto laboral con el mayor alcance puede salir mensualmente s/ 1000.00 soles.

- Tiempo promedio que se destina al proceso de contratación de nuevo personal: Entre la espera de llegada de currículums por las plataformas, el análisis de estos, llamadas, cronograma de citas para entrevista, filtro de antecedentes de la persona, inducción y capacitación, creación de contratos y firmas finales, todos estos pasos pueden tomar una semana en promedio, sin embargo esto varía según el perfil requerido para el puesto.

Debido a todo esto, la empresa podría empezar a tener un retorno de inversión al año de implementar este nuevo plan de endomarketing.

## **17. Recomendaciones:**

17.1. Se recomienda contratar a un especialista muy reconocido en endomarketing, ya que este es el pilar para que el proyecto se realice de la mejor manera durante los meses de aplicación.

17.2. Incentivar con premios al final de todo el plan al colaborador que más participó o que mejor aplicó estas nuevas acciones en la empresa.

17.3. Elegir una hora dentro del horario laboral de cada colaborador para realizar las capacitaciones para la aplicación del plan, esto es para que no se utilice tiempo fuera del horario laboral de cada colaborador y así evitar incomodidad de estos.

17.4. Realizar un constante monitoreo y auditar que se estén cumpliendo todos los puntos de mejora, con la finalidad de mantener una eficacia según lo planeado en cada área.

17.5. Generar el Team Building o el trabajo en equipo.

17.6 Las capacitaciones mensuales se generarán con la finalidad de potenciar las habilidades de los colaboradores.

## 18. Referencias bibliográficas:

- Barbagelata García, R. F., y Sanabria Parra, R. (2020). *Agencia Racamandaka Endomarketing* [Trabajo de magíster, Universidad EAN]. Recuperado de: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10186/BarbagelataRodrigo2020.pdf;jsessionid=193DE36767505AEA044758A6A4BEA229?sequence=1>
- Guevara Fernández, K., y Guevara Fernández, N. (2020). *Rotación de personal y su relación con la satisfacción del cliente en Financiera Crediscotia Jaén – 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7031/Guevara%20Fern%C3%A1ndez%20Karely%20&%20Guevara%20Fern%C3%A1ndez%20Norely.pdf?sequence=1>

- Flores Quispe, M. E. (2019). *El endomarketing y su influencia en el compromiso organizacional de los trabajadores de la sociedad de beneficencia pública de Puno, periodo 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. Recuperado de: [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12100/Flores\\_Quispe\\_Marleny\\_Elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12100/Flores_Quispe_Marleny_Elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Riveros Cuéllar, A. (2019). *Endomarketing y calidad de servicio interno del Museo Universitario de Antropología y Arqueología de la Universidad Nacional Federico Villareal, 2018* [Tesis de magíster, Universidad San Martín de Porres]. Recuperado de: [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4597/riveros\\_ca.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4597/riveros_ca.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Becerra Garcia, N. (2018). *Rotación de personal y productividad en un área de una empresa de servicios logísticos en la región Callao, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Recuperado de:

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35447/Becerra\\_GN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35447/Becerra_GN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Gonzáles Ríos, M. (2006). *La rotación de personal como un elemento laboral* [Tesis de magíster, Universidad Autónoma de Nuevo León]. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/1718/1/1020154556.PDF>
- Mina Benavides, M. A. (2019). *Estudio de rotación de personal en una empresa del sector de alimentos y bebidas* [Trabajo de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. Recuperado de: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10965/T08497.pdf;jsessionid=DEAF06446D303127E0098639511BB9?sequence=4>
- Cañari Marmolejo, M. M., Gamboa López, V. K., y López Ruiz, P. B. (2018). *Diseño de un plan de endomarketing para reducir la rotación de personal del área de transporte de materiales peligrosos en una empresa logística* [Trabajo de magíster, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Recuperado de:

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624839/CA%  
c3%91ARI%20 MM.pdf?sequence=10&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624839/CA%c3%91ARI%20MM.pdf?sequence=10&isAllowed=y)

- Vargas Masías, P. (setiembre 2, 2019). *Rotación laboral en el Perú: ¿qué hacer para disminuirla? Conexión Esan*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/09/rotacion-laboral-en-el-peru-que-hacer-para-disminuirla/>
- Grande Tello, S. (2020). El endomarketing y la productividad de los trabajadores de la empresa Tigre Perú S.A. en Lima, 2018. [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Recuperado de: [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7703/grande\\_scg.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7703/grande_scg.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Buitrago, A., y Rey, J. (octubre, 2020). *Impacto del endomarketing en la generación de valor en las organizaciones del siglo XXI* [Trabajo de grado, Universidad EAN]. Recuperado de:

[BuitragoAdriana2021.pdf;jsessionid=4010BF9A8A95FD14989750C6356D1](#)

[454 \(ean.edu.co\)](#)

- Galvan Bonilla, M.A. (2017). Motivación laboral. [Trabajo de grado, Universidad Autónoma del estado de Hidalgo]. Recuperado de: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa2/n7/r3.html>
- Yañez Gallardo, R., Arenas Carmona, M., y Ripoll Novales, M. (julio-diciembre, 2010). El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral general, *Liberabit*, 16(2),193-202. [Universidad de Concepción, Concepción, Chile]. Recuperado de: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272010000200009&script=sci\\_arttext&tlnq=en](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272010000200009&script=sci_arttext&tlnq=en)
- Gamboa, E. (2010). *Definición de Satisfacción Laboral*. *Kelcorsc Wordpress*. Recuperado de: <https://kelcorsc.wordpress.com/definicion-de-satisfaccion-laboral/>

- Mendoza, R. (mayo-agosto, 2003). *¿Sabe cuánto le cuesta la rotación de personal? Revista Escuela de Administración de Negocios, (48), 104-109.*

Recuperado

de:

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/255/246>

- Castillo Hinojosa, C. y Cifuentes Martínez, G. (s.f.). Título del documento

[Tesis de pregrado, Universidad de Concepción] Recuperado de:

<http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/2400/3/Castillo%20->

[%20Cifuentes.pdf](http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/2400/3/Castillo%20-%20Cifuentes.pdf)

- Salazar Estrada, J., Guerrero Pupo, J., Machado Rodríguez, Y. y Cañedo

Andalía, R. (2009). *Clima y cultura organizacional: dos componentes*

*esenciales en la productividad laboral. Acimed: revista cubana de los*

*profesionales de la información y la comunicación en salud, 20(4), 67-75.*

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/42582893\\_Clima\\_y\\_cultura\\_organizational\\_Dos\\_componentes\\_esenciales\\_en\\_la\\_productividad\\_laboral](https://www.researchgate.net/publication/42582893_Clima_y_cultura_organizational_Dos_componentes_esenciales_en_la_productividad_laboral)

[zacional\\_Dos\\_componentes\\_esenciales\\_en\\_la\\_productividad\\_laboral](https://www.researchgate.net/publication/42582893_Clima_y_cultura_organizational_Dos_componentes_esenciales_en_la_productividad_laboral)

- Baños, N. (2011). *Influencia del clima laboral en el desarrollo empresarial del supermercado Plaza Vea de la ciudad de Ica en el año 2010* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, Perú].

Recuperado de: <https://www.monografias.com/docs/Influencia-Del-Clima-Laboral-En-EI-Supermercado-PKJDLFCZBY>

- Adán, F. - Aponte, F. - La Rosa, E. y Trujillo, J. (2021). El impacto de la cultura organizacional sobre la capacidad de aprendizaje organizacional en una empresa retail del Perú. Universidad del Pacífico. Recuperado de:

<https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/3157>