



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA  
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN PLANIFICACIÓN DE  
PROCESOS ESTRATÉGICOS DE RECURSOS HUMANOS**

**PROYECTO DE INNOVACIÓN: PLAN DE MOTIVACIÓN  
ORGANIZACIONAL PARA EL FRENO DE LAS RENUNCIAS  
CONSTANTES EN LAS ÁREAS DE RECURSOS HUMANOS DE LAS  
EMPRESAS DIRIGIDAS AL RUBRO DE LA “FAST FOOD”**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Planificación de  
Procesos Estratégicos de Recursos Humanos**

**DIAZ ESPINO OSCAR RENATO  
0009-0008-6920-4833**

**Ica – Perú**

**2022**

## INDICE GENERAL

<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>7</b>
<b>INDICE GENERAL .....</b>	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO 1: IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD .....</b>	<b>8</b>
1.1 SELECCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD A RESOLVER .....	8
<i>Problema 1: El grado de insatisfacción laboral dentro de las empresas dirigidas a la comida rápida como fuente de alta deserción del personal. ....</i>	<i>8</i>
<i>Problema 2: El mal servicio brindado al cliente por falta de un buen Clima organizacional en las empresas dedicadas a la comida rápida. ....</i>	<i>10</i>
<i>Problema 3: La falta de comunicación efectiva como fuente de problemáticas en las áreas de las empresas dirigidas a la comida rápida.....</i>	<i>12</i>
1.2 MATRIZ .....	15
1.3 ÁRBOL DEL PROBLEMA.....	16
1.4 VALIDACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
1.5 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA: CLIENTES .....	20
1.6 CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS: PROCESO EXPLORATORIO.....	22
1.7 DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE .....	23
<b>CAPÍTULO 2: DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR .....</b>	<b>24</b>
2.1 APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DESIGN THINKING .....	24
<i>PRIORIZACIÓN:.....</i>	<i>24</i>
<i>INVOLUCRARSE:.....</i>	<i>25</i>
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR VALIDADO.....	32
<i>STORY BOARD .....</i>	<i>32</i>
MALLA RECEPTORA DE INFORMACIÓN .....	40
<b>CAPITULO 3: LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO .....</b>	<b>41</b>
3.1 LANDING PAGE: .....	42
3.1.1 <i>Página de INSTAGRAM.....</i>	<i>43</i>
3.1.2 <i>ENCUESTA.....</i>	<i>44</i>
3.1.3 <i>Página de LINKEDIN.....</i>	<i>45</i>

3.1.4	<i>Página de TIKTOK</i> .....	46
<b>CAPITULO 4:</b>	<b>APLICACIÓN DE LA METODOLOGIA DE LA LEAN STARTUP</b> .....	<b>46</b>
4.1	RED SOCIAL: INSTAGRAM .....	46
4.2	RED SOCIAL: FACEBOOK.....	47
4.3	RED SOCIAL: LINKEDIN .....	49
4.4	RED SOCIAL: TIKTOK.....	50
4.3	MALLA RECEPTORA DE INFORMACIÓN: .....	51
4.4	FICHA DE APRENDIZAJE GENERADAS POR EL PITCH MVP.....	52
<b>CAPÍTULO 5:</b>	<b>ANÁLISIS DE RENTABILIDAD</b> .....	<b>56</b>
5.1	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	56
5.2	NECESIDADES DE INVERSIÓN .....	59
5.3	VAN (VALOR ACTUAL NETO) DEL PROYECTO .....	60
5.4	TIR (TASA INTERNA DE RENDIMIENTO) DEL PROYECTO.....	60
<b>CONCLUSIONES</b>	.....	<b>62</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>63</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....		<b>64</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>67</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz.....	15
Tabla 2 – Cliente / Problema / Supuesto.....	17
Tabla 3 Ficha de Exploración I.....	18
Tabla 4 Ficha de Aprendizaje II.....	19
Tabla 5 Ficha de Exploración .....	20
Tabla 6 Ficha de Aprendizaje de Exploración .....	21
Tabla 7 Arquetipo de CLIENTE.....	23
Tabla 8 Motores y Anclas .....	24
Tabla 9 Entrevistas.....	25
Tabla 10 – ¿Qué? / ¿Cómo? / ¿Por Qué?.....	29
Tabla 11 – ¿Qué? / ¿Cómo? / ¿Por Qué?.....	30
Tabla 12 - Vivenciar .....	31
Tabla 13 – Entrevistados y Encuestados.....	37
Tabla 14 – Cuadro de la Malla Receptora .....	40
Tabla 15 - Revisión de indicadores.....	47
Tabla 16- Revisión de indicadores.....	48
Tabla 17- Revisión de indicadores.....	49
Tabla 18- Revisión de indicadores.....	50
Tabla 19- Malla Receptora.....	51
Tabla 20 – Landing Page Instagram .....	52
Tabla 21 – Landing Page de Facebook.....	53
Tabla 22 – Landing Page de LinkedIn.....	54
Tabla 23- Landing Page de Tiktok.....	55

Tabla 22 – Costes de Arranque.....	59
Tabla 23 – Proyección de Flujo de Caja.....	59
Tabla 24 – Costos del Servicio .....	60
Tabla 25 – Transcripción de Entrevistas.....	67

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol del Problema.....	16
Figura 2.....	29
Figura 3.....	30
Figura 5.....	34
Figura 6.....	35
Figura 7.....	36
Figura 8.....	36
Figura 9 - Lienzo de Modelo de Negocio .....	41
Figura 10 – Lading Page.....	42
Figura 11 – Instagram.....	43
Figura 12 – Facebook.....	43
Figura 13 – Encuestas de Efectividad.....	45
Figura 14 – LinkedIn .....	45
Figura 15 – Página Tiktok.....	46
Figura 16 - Datos Requeridos para el Punto de Equilibrio .....	56
Figura 17 - Formula Punto de Equilibrio.....	56
Figura 18.....	57
Figura 19 - Ventas para alcanzar punto de equilibrio .....	57
Figura 20.....	58
Figura 21 .....	61

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El propósito de este proyecto es implementar un plan de mejoramiento y motivación en empresas de comida rápida, restaurantes y negocios similares, con el objetivo de reducir la rotación de personal y mejorar la productividad. Nos enfocamos en marcas como PIZZA HUT, KFC, BURGER KING, CHINA WORK, entre otras, con el fin de cambiar el concepto de trabajo y frenar la renuncia constante en estas organizaciones, lo cual afecta negativamente su productividad.

Nuestra propuesta consiste en ofrecer un servicio integral de mejora del clima laboral, comunicación y productividad a estas marcas. Esto se logrará a través de charlas motivacionales, asesorías internas para el personal de Recursos Humanos y programas de desarrollo para los empleados en la organización. Al abordar de manera efectiva estos aspectos, buscamos mejorar la retención de empleados, reducir la rotación y lograr un cambio positivo en la forma de trabajar dentro de estas empresas.

Además, este proyecto cualitativo nos permitirá obtener información detallada sobre la viabilidad y rentabilidad de nuestras soluciones a corto y largo plazo. Al comprender en profundidad las necesidades y desafíos de las empresas de comida rápida, restaurantes y empresas en general, estaremos en condiciones de ofrecer recomendaciones prácticas y efectivas que generen resultados positivos y beneficios significativos para nuestros clientes.

## **CAPÍTULO 1: IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD**

### **1.1 Selección del problema o necesidad a resolver**

**Problema 1: El grado de insatisfacción laboral dentro de las empresas dirigidas a la comida rápida como fuente de alta deserción del personal.**

Fuente1:

Según Robbins y Judge, la satisfacción laboral es la actitud frente al trabajo, la cual puede ser cambiada por razones personales del trabajador o por el contexto en el que se encuentre, se puede decir que, la satisfacción laboral de un individuo está en servicio de la personalidad de este, por sus características demográficas, socioeconómicas y del lugar o momento en el que se encuentre. (Robbins & Judge, 2009)

Fuente2:

Según Chiang, Martín y Núñez, la satisfacción laboral se le señala como un fenómeno asociado a una serie de sentimientos encontrados en los colaboradores que influyen de manera notable en el estado emocional, bienestar y en el compromiso que desarrollan en la organización. (Chiang, Martín, & Núñez, 2010)(Pag 300)

Fuente3:

Según Robbins, también la satisfacción laboral está conectada con el tipo de comportamiento que tiene el trabajador en su desempeño con la organización, ya que debe tener comunicación directa con sus compañeros, jefes o superiores, además de vivir bajo las reglas y condiciones que las empresas establecen. (Robbins, Comportamiento Organizacional, 2004)



Fuente 4:

Según Velasco y Bárcenas, la satisfacción laboral involucra la valoración del aprendizaje constante, derivado de la práctica docente y de la constante formación, así como la cantidad de actividades que puedan realizarse tanto dentro como fuera de su área laboral, dándole énfasis a la importancia de las funciones en la formación de personal y el interés para responder efectivamente a la misma. (Velasco Sánchez & Bárcenas Lopez, 2019)(Pag 355)

Fuente

5:

Según Cantó y Téllez, existen diferentes conceptos de satisfacción laboral, sin embargo, todas las especificaciones se relacionan en que muestran las emociones y sentimientos de cada colaborador, ya sea por motivos personales o laborales, que definen su satisfacción o insatisfacción en su organización y centro laboral. (Cantó Mayo & Téllez Martínez, 2016)

Resumen:

Damos por hecho que en la actualidad, el colaborador al momento de ingresar a laborar en una empresa nueva, la misma debe de hacer sentir al colaborador que se encuentra en el lugar correcto para trabajar, mantener constantemente a nuestros empleados motivados, activos, llenándolos de aprendizaje y capacitaciones para que ellos entiendan que son una parte fundamental para que la organización pueda surgir, de esta manera tenemos a nuestros trabajadores conectados y muy identificados con la cultura organizacional de la marca.

## **Problema 2: El mal servicio brindado al cliente por falta de un buen Clima organizacional en las empresas dedicadas a la comida rápida.**

Fuente 1:

Schein. E (1996) señala que “se entiende como Cultura Organizacional la forma característica de pensar y hacer las cosas en una organización, producto de las interacciones del pasado y presente para adaptarse a circunstancias del entorno y a tensiones internas. Interviene una acción colectiva, un lapso en el que se han desarrollado acciones, políticas o decisiones; así como un gradual establecimiento de procedimientos formales e informales. (Palma Carrillo, 2009)(pag.7)

Fuente 2:

Según Bordas indica que “desde este enfoque global y dinámico, se considera a las organizaciones como contextos ambientales y culturales, psicológicamente significativos para sus miembros, en los que todos los comportamientos, individuales, grupales y organizacionales están en interacción y se influyen entre sí. En este sentido, el contexto organizacional condiciona el desempeño de las tareas, la consecución de objetivos y el grado de bienestar psicológico de sus miembros” (Martínez, 2016)(Pag 25)

Fuente 3:

El clima laboral se refiere al contexto de trabajo, caracterizado por un conjunto de aspectos tangibles e intangibles que están presentes de forma relativamente estable en una determinada organización, y que afecta a las actitudes, motivación y comportamiento de sus miembros y, por tanto, al desempeño de la organización. Puede ser percibido y descrito por los integrantes de la organización y, por tanto, medido desde un punto de vista operativo a través del estudio de sus percepciones y descripciones, o mediante la observación y otras medidas objetivas. Aun reflejando el estado de la organización en un momento determinado, el clima laboral puede cambiar, siendo los propios miembros, pero muy especialmente, los líderes de la organización, los principales agentes en la generación de cambios. (Martínez, 2016)(Pag 26)

Fuente 4:

Según Toro Álvarez (2009, p.72) indica que “el clima es un constructo complejo, multidimensional, relacionado con la cultura de un modo poco claro, que puede estudiarse como causa, como efecto o como condición intermediaria y que siempre se refiere a la representación cognitiva que las personas construyen a partir de las realidades colectivas en las que viven. (Uribe Prado, 2014)

Fuente 5:

Litwin Stringer señalan (Citado por Schein, 1973, p. 182) que “encuentra que el clima organizacional es resultado de "los efectos, subjetivos percibidos del sistema formal, el estilo informal de los administradores, y de otros factores ambientales importantes sobre las actividades, creencias, valores y motivación de las personas que trabajan en una organización dada” (Méndez Álvarez, 2006)(Pag 32)

Resumen:

Cuando conversamos del Clima Organizacional, nos referimos a algo intangible pero que nos influye en todo momento. Entendemos que es un conjunto de condiciones y percepciones sobre nuestro entorno de trabajo y que esto influye a la hora de desarrollar nuestras labores en nuestras áreas correspondientes. Las relaciones con los compañeros, con los superiores, las dinámicas de trabajo e incluso la decoración de la oficina puede influir en una impresión buena o mala del clima laboral haciendo que esto no solo haga sentir al colaborador satisfecho y en un ambiente tranquilo, también convirtiéndonos en un ejemplo para otras empresas.

**Problema 3: La falta de comunicación efectiva como fuente de problemáticas en las áreas de las empresas dirigidas a la comida rápida.**

Fuente 1:

Según David K. Berlo, indica que “desde esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y sus diferentes públicos externos. Más adelante veremos que este intercambio de mensajes se puede dar, y de hecho se da, de muchas maneras y utilizando una amplia variedad de canales” (Andrade, 2005) (pag15)

Fuente 2:

La comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno (por ejemplo, inversionistas, clientes, proveedores, gobierno, medios de comunicación, competidores, distribuidores, asociaciones y cámaras, organismos diversos y público en general). (Andrade, 2005)

Fuente 3:

Se entiende por comunicación organizacional aquella que dentro de un sistema económico, político, social o cultural se da a la tarea de rescatar la contribución activa de todas las personas que lo integran operativa y tangencialmente y busca abrir espacios para la discusión de los problemas de la empresa o institución esforzándose por lograr soluciones colectivas que benefician al sistema y que lo hacen más productivo. (Rebeil Corella & Sandoval Reséndiz, 1998)(Pag 177)

Fuente 4:

Fernández Collado (2005) señala que “la comunicación organizacional es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y el mantenimiento de buenas relaciones entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados, y motivados para contribuir al logro de los objetivos organizacionales, agrega además, que ayuda a facilitar y agilizar el flujo mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio, diferenciando dos tipos de comunicación: la comunicación interna y la comunicación externa.” (Fajardo Valencia & Nivia Flores, 2016) (Pag 68)

Fuente 5:

La comunicación organizacional en las organizaciones son una gran oportunidad para lograr resultados exitosos en los procesos que se desarrollen en ellas, teniendo infinidad de retos debido a los constantes cambios y al enfoque que se le dé al manejo de la información y a las relaciones interpersonales y grupales en las áreas, departamentos, empresas, proveedores y productores, entre otros. (Fajardo Valencia & Nivia Flores, 2016)(Pag 183)

Resumen:

Concluimos que la capacidad de expresar adecuadamente las ideas y sentimientos a través del lenguaje, siendo preciso y claros pudiendo que no solo las indicaciones o funciones se realicen eficazmente, la buena comunicación efectiva y el buen trato a de compañeros hace un plus gigante en muchos aspectos de la empresa. La forma en que nos comunicamos puede ser un factor decisivo para conseguir un trabajo, mantener una relación sana o incluso expresarte con claridad para evitar conflictos.

### **CONCLUSIÓN DE LAS PROBLEMÁTICAS**

Como trabajador que ha enfrentado estas problemáticas en empresas de comida rápida, puedo concluir detalladamente las problemáticas experimentadas por los trabajadores en el contexto de empresas de comida rápida. A través de este enfoque cualitativo, se ha podido identificar una estrecha relación entre la insatisfacción laboral, la calidad deficiente del servicio al cliente y la comunicación inefectiva. Estos hallazgos cualitativos revelan la existencia de un ciclo negativo en el que estos problemas se retroalimentan mutuamente, generando un impacto adverso tanto en el bienestar de los empleados como en la calidad del servicio ofrecido. Para abordar estas cuestiones, es esencial adoptar un enfoque integral que promueva un entorno laboral positivo, el reconocimiento y la satisfacción de los empleados, así como una comunicación abierta y efectiva en todos los niveles de la organización. Al hacerlo, se puede propiciar una mejora en la experiencia tanto de los empleados como de los clientes, lo cual tendrá un efecto positivo en el éxito y la reputación de las empresas de comida rápida.

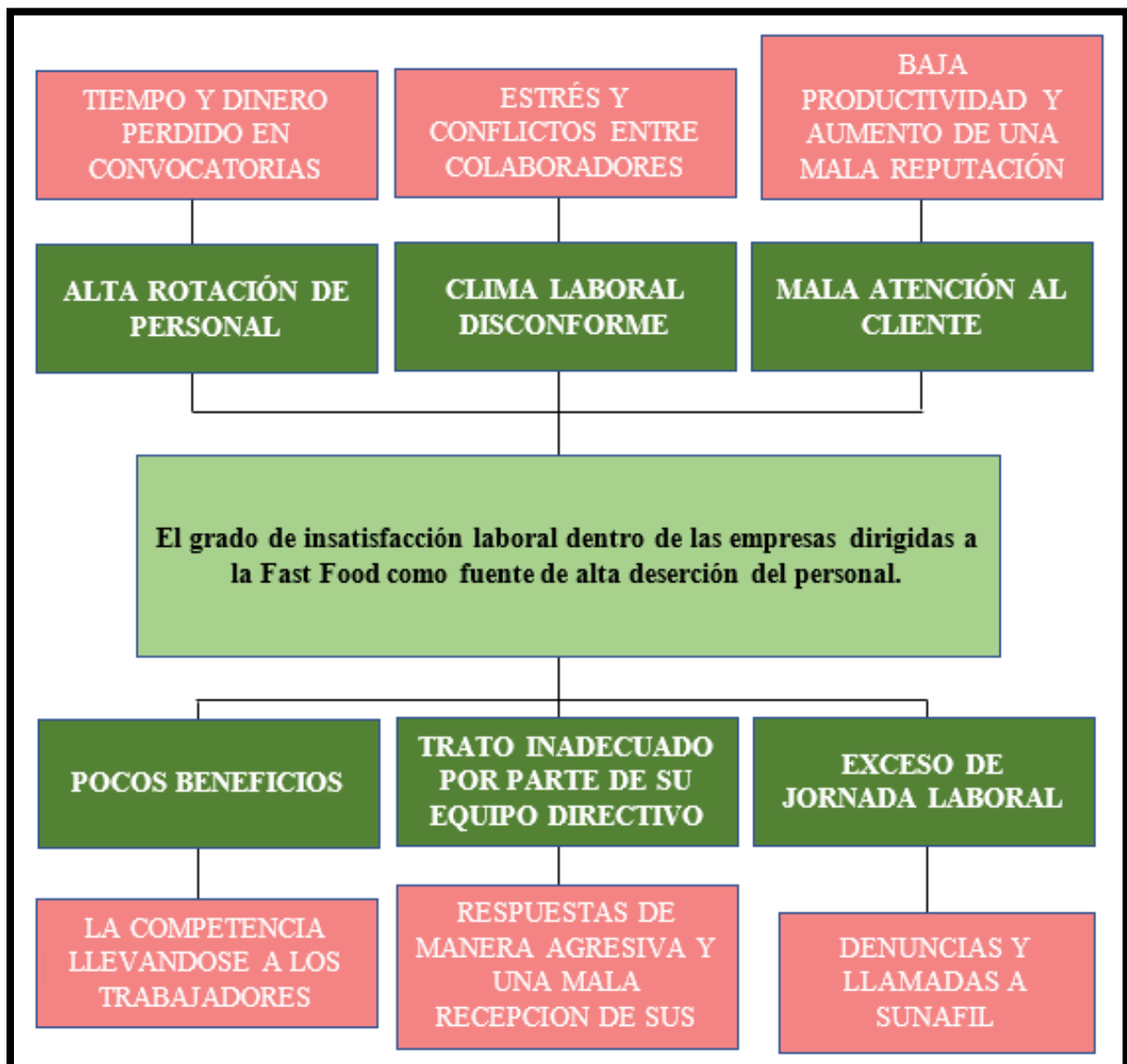
## 1.2 Matriz

**Tabla 1 Matriz**

<b>CRITERIO</b>	<b>PESO (%)</b>	<b>El grado de insatisfacción laboral dentro de las empresas dirigidas a la comida rápida como fuente de alta deserción del personal.</b>	<b>El mal servicio brindado al cliente por falta de un buen Clima organizacional en las empresas dedicadas a la comida rápida.</b>	<b>La falta de comunicación efectiva como fuente de problemáticas en las áreas de las empresas dirigidas a la comida rápida.</b>
INTERÉS	30%	5	5	4
FACTIBILIDAD	30%	3	4	3
- Viabilidad Técnica		4	4	3
- Viabilidad Económica		4	3	4
IMPACTO	30%	5	4	5
TIEMPO	10%	4	3	3
<b>TOTAL</b>		<b>4,3</b>	<b>4,2</b>	<b>3,9</b>

### 1.3 Árbol del Problema

Figura 1 Árbol del Problema





## 1.4 Validación del Problema

Hasta el momento consideramos que el problema inicia en las empresas dirigidas al rubro de la comida rápida ya que el grado de insatisfacción laboral. trae como consecuencia diversas dificultades:

**Tabla 2 – Cliente / Problema / Supuesto**

<b>CLIENTE</b>		<b>PROBLEMA</b>		<b>SUPUESTO</b>
<p><b>Las áreas de Recursos Humanos de las empresas dirigidas al rubro de la comida rápida.</b></p>	<p><b>SUFRE POR</b></p>	<p>El grado de insatisfacción laboral como fuente de alta deserción de los trabajadores.</p>	<p><b>POR TANTO</b></p>	<p>Los trabajadores sin ánimos de laborar por los pocos beneficios que dan, por ende, la baja productividad</p>
				<p>Muchos huecos en los horarios por falta de personal.</p>
				<p>Muy mala comunicación por parte de las áreas por exceso de presión por las ventas.</p>

Para corroborar que estos supuestos son ciertos, realizamos un proceso de investigación exploratoria:

**Tabla 3 Ficha de Exploración I**

<b>FICHA I: DE PRUEBA DE EXPLORACIÓN</b>	
<b>Entrevistado(a)</b>	- 5 especialistas en RRHH.
<b>Pregunta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuáles son las principales razones por las que existe alta rotación de personal administrativo en las empresas dirigidas a la venta la comida rápida?</li> <li>2. ¿Usted cree que el cambio de personal constante ayuda o desfavorece a la empresa?</li> <li>3. ¿Cuál cree que es la razón más importante por la que se da la deserción continua de los trabajadores?</li> </ol>
<b>Prueba</b>	Entrevista a 5 especialistas en RRHH que trabajen en el rubro de la comida rápida.
<b>Métricas</b>	Mencionar las razones por las cuales el personal renuncian o son despedidos los trabajadores del área administrativa de las empresas dirigidas al rubro de la comida rápida.

**Tabla 4 Ficha de Aprendizaje II**

<b>FICHA II: DE APRENDIZAJE DE EXPLORACIÓN</b>	
<b>Entrevistados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cabrera Pacco, Mariana (24.10.2022) – EMPRESA CHINA WORK</li> <li>- Calderón Flores, Dayanna (26.10.2022) – EMPRESA KFC</li> <li>- Fonseca Tovar, José (25.10.2022) – EMPRESA PIZZA HUT</li> <li>- García Bautista, George (25.10.2022) – EMPRESA KFC</li> <li>- Valencia Anicama, Flavio (26.10.2022) – EMPRESA PIZZA HUT</li> </ul>
<b>Pregunta</b>	<p>¿Cuáles son las principales razones por las que existe alta rotación de personal administrativo en las empresas dirigidas a la venta la comida rápida?</p> <p>¿Usted cree que el cambio de personal constante ayuda o desfavorece a la empresa?</p> <p>¿Cuál cree que es la razón más importante por la que se da la deserción continua de los trabajadores?</p>
<b>Observación</b>	<p>Podemos dar por conclusión que las principales causas de la deserción laboral en las empresas dirigidas al rubro de la comida rápida comienzan con los pocos beneficios que tienen los trabajadores, la sobre explotación y exceso de trabajo, el mal clima laboral y la falta de una buena comunicación entre compañeros de trabajo, al no ponerle más empeño en esos puntos principales los trabajadores aprovecharon en cambiar de empresa a una en donde si los valoren.</p>

<b>Aprendizajes e Insights</b>	Mayores beneficios a los trabajadores, incentivos para aumentar el clima laboral y la comunicación continua entre las áreas, charlas recreativas para que se sientan más familiarizados con la empresa y con su cultura organizacional.
<b>Decisiones y acciones</b>	Concluido, consideramos viable ofrecer más beneficios para los colaboradores, ayuda psicológica para el personal que lo necesite, capacitaciones constantes para fortalecer los puntos débiles, contratar personal profesional dirigido al mejoramiento y asesoría del clima laboral.

## 1.5 Investigación Exploratoria: Clientes

**Tabla 5 Ficha de Exploración**

<b>FICHA I: DE PRUEBA DE EXPLORACIÓN</b>	
<b>Entrevistado(a)</b>	5 clientes de RR. HH:
<b>Pregunta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál crees que es la mayor razón por la hay una mayor rotación en las empresas de comida rápida?</li> <li>2. ¿Por cuál motivo de las que ya has mencionado fue el motivo de tu renuncia?, si en caso no fuera ninguna menciona por favor cual crees que sería el principal motivo.</li> </ol>
<b>Prueba</b>	Entrevista a 5 clientes en RRHH que trabajen en el rubro de la comida rápida que hayan observado casos de una alta deserción del personal.
<b>Métricas</b>	Las razones por las cuales el personal renuncian o son despedidos los trabajadores del área administrativa de las empresas dirigidas al rubro de la comida rápida

**Tabla 6 Ficha de Aprendizaje de Exploración**

<b>FICHA II: DE APRENDIZAJE DE EXPLORACIÓN</b>	
<b>Entrevistados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Olaechea Anicama, Sebastián (24.10.2022) – EMPRESA POLLERIA ROCKYS</li> <li>- Bonifaz Vásquez, Guillermo (24.10.2022) – EMPRESA REDONDOS</li> <li>- Advíncula Tubillas, Piero (25.10.2022) – EMPRESA KFC</li> <li>- Cahua Hernández, Carol (26.10.2022) – EMPRESA KFC</li> <li>- García Muños, Jairo (26.10.2022) – EMPRESA PIZZA HUT</li> </ul>
<b>Pregunta</b>	<p>¿Cuáles son las principales razones por las que existe alta rotación de personal administrativo en las empresas dirigidas a la venta la comida rápida?</p> <p>¿Usted cree que el cambio de personal constante ayuda o desfavorece a la empresa?</p> <p>¿Cuál cree que es la razón más importante por la que se da la deserción continua de los trabajadores?</p>
<b>Observación</b>	<p>Después de realizar las entrevistas a los clientes, damos por concluido que el motivo por el cual tienen una muy alta deserción del personal es que tiene un mal clima laboral, gracias a que no tienen una buena comunicación y sumándole los bajos beneficios que ofrecen, muchos colaboradores llegan a su puesto de trabajo con mal humor y con muy pocas ganas de ser productivos.</p>

<b>Aprendizajes e Insights</b>	La motivación para los colaboradores es un buen punto por el que empezar para mejorar el clima organizacional, y que los trabajadores tengan una buena comunicación para la mejora del clima laboral.
<b>Decisiones y acciones</b>	Dar más capacitaciones dirigidas al trato, comunicación y comportamientos acerca de cómo confrontar un mal clima laboral, los beneficios deben ser claros desde el inicio y también ser empáticos con los trabajadores, organizar bien los horarios, darle seguimiento al bienestar psicología de los colaboradores.

## **1.6 CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS: Proceso Exploratorio**

Con las encuestas realizadas de una manera satisfactoria, podemos concluir que efectivamente las deficiencias que existen en las áreas administrativas de las empresas dirigidas al rubro de la comida rápida se deben a la falta de criterio y una alta necesidad de empatizar con los colaboradores, afectando esto al estado emocional, a la productividad de los trabajadores dando como resulta las rotaciones y renuncias constante ocasionando esto un hueco en horarios pico.

Consideramos que tanto las empresas y sus áreas de RRHH respectivas, deben realizar un mejoramiento capacitando de una manera las eficaz, para que los problemas de renuncias, clima laboral deficiente y rotaciones continuas puedan cesar de una vez.

## 1.7 Descripción del Cliente

En base a todo lo expuesto hasta el momento, consideramos que un arquetipo ideal de cliente es el que plasmamos a continuación:

**Tabla 7 Arquetipo de CLIENTE**

<b>DATOS</b>	
Tipo de negocio	RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA
Rubro	FAST FOOD
Tiempo en el mercado	Desde 1964
<b>METAS Y VALORES</b>	<b>RETOS Y DOLORES</b>
El cliente indica que las soluciones que ayudarían al mejoramiento serían el aumento de beneficios para los trabajadores, brindarles capacitaciones enfocadas a la comunicación efectiva y el buen trato al compañero, realizan estas soluciones aumentaremos el rendimiento y productividad. Con las implementaciones se espera la mejora del clima laboral haciendo un cambio de 360 en la organización.	El área de RRRHH con continuidad reciben reclamos de todas las áreas, los informes normalmente se realizan mensualmente, pero dado el problema que se está aconteciendo estos reclamos se vuelven de urgencia por lo cual se reciben de manera semanal, muchas veces el área de recursos humanos hace caso omiso y cuando se encuentran con renuncias constantes solamente proceden a realizar más convocatorias y selecciones sin darle una solución eficaz al problema.
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	<b>OBJECIONES</b>
Las renuncias constantes y las quejas de los trabajadores con sus superiores por el mal clima laboral, el exceso de trabajos y tareas se observó como motivo principal por el que se retiraban de la empresa, dando como punto principal la mala comunicación que existe y esto generando el mal clima.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La poca implicación de los altos mandos en los problemas que surgen semanalmente en las áreas.</li> <li>- El tiempo que puede tomar esto para que se pueda encontrar el pronto solución sin descuidar los otros aspectos de la marca.</li> <li>- La acumulación de incidencias que tienen los trabajadores que para ahorrar o minimizar el tiempo en una capacitación o inducción, estos proceden a realizar convocatorias nuevas para personal nuevo.</li> </ul>

## CAPÍTULO 2: DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR

### 2.1 Aplicación de la Metodología Design Thinking

Luego del proceso de análisis del problema, y de identificar que efectivamente existe un grupo de clientes que sufre y adolece con él, será indispensable enfocarnos en desarrollar una solución innovadora.

Es por esta razón que es necesario realizar un proceso de investigación exploratoria para empatizar con los clientes, y lo realizaremos en cuatro etapas, utilizando diferentes técnicas:

#### PRIORIZACIÓN:

Speed Boat:

**Tabla 8 Motores y Anclas**

**PROYECTO:** PLAN DE MOTIVACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL FRENO DE LAS RENUNCIAS CONSTANTES EN LAS ÁREAS DE RECURSOS HUMANOS DE LAS EMPRESAS DIRIGIDAS AL RUBRO DE LA “FAST FOOD”

MOTORES	ANCLAS
Mejoramiento del ambiente laboral y la productividad diariamente.	No llegar a un acuerdo de parte de los trabajadores para apoyar al plan.
Reducir los reclamos de los colaboradores por inconformidades en	No tener al apoyo de los altos mandos o dirigentes para poder seguir acabo el plan
Ahorro económico al no realizar seguidamente las entrevista y convocatorias para nuevo personal.	Falta de compromiso de los empleados para avanzar con el mejoramiento y



## INVOLUCRARSE:

Focus Group:

Intentando conocer mejor que es lo que piensan y sienten los clientes frente a este problema, y para comprender mejor hacia donde debemos apuntar nuestros esfuerzos, recogimos la siguiente información:

**Tabla 9 Entrevistas**

<b>ENTREVISTA A 6 PROFESIONALES DEL RUBRO</b>			
Edades:	Entre 22 a 30 años	Sexo	5 hombres / 1 mujer
Profesión:	Administradores, Ingenieros Industriales, Derecho y Economía.		
Puestos:	Asistentes de RRHH, Coordinador de RRHH, Apoyo de RRHH		
<b>Introducción</b>			
<i>Se da el comienzo dando la bienvenida a todos los presentes en la sala zoom, a los especialistas y a los miembros de RRHH, realizándoles las preguntas correspondientes enfocadas a la motivación organizacional dentro de las marcas donde laboran. Se dio un breve resumen del tema a tratar para no alargar más el tiempo pidiéndoles por favor que analicemos mayormente “el porqué de las renuncias constantes en las empresas dirigidas al rubro de las fast food, cual es el motivo de constantes descensos y si es que consideran correcto la importancia en la motivación organizacional de los trabajadores”</i>			
<b>Consulta 1: ¿Consideras importante la motivación constante en el trabajo?</b>			
Los presentes indicaron que la motivación del colaborador es tan importante como el buen trato o la manera en la que nos comunicamos con ellos, esto yendo de la mano con la			

productividad y estado emocional del trabajador, indican también que, si un trabajador llega desgastado y acciona de una u otra manera bien en la labor, un elogio o una felicitación siempre va a ayudar a que su estado sentimental cambié haciendo palanca para que su buena actitud sea contagiada hacia sus demás compañeros.

Por otro lado, también hicieron inca pie en lo que se refiere a los beneficios de los colaboradores, no solamente estar enfocados a lo que es el salario emocional, Rosa Rodas indica” enganchar a los trabajadores en la empresa con buenos comentarios o buenas acciones hacia ellos no determinará que ellos no puedan abandonar la organización, si tienen ofertas de otras empresas competentes con mayores beneficios, es seguro que ellos optarán por lo que creen que es mejor, la consideración y la amistad no determinan la colaboración de la persona por siempre”

Así pues, la mayoría de los profesionales concluyeron que, para tener un mejor clima y una mejor motivación para el trabajador, Abigail Carrera indica que “los trabajadores no tienen que sentirse infravalorados, tenemos que hacerlos sentir que gracias a ellos la empresa tiene éxito, cuando esto anterior es totalmente correcto”

**Consulta 2: ¿Siente que es necesario que los colaboradores estén informados de cómo es la situación en la empresa cuando se encuentran en un momento bajo presión, cuando hay muchas ventas?, ¿por qué?**

Esta segunda pregunta la analizaron bien los participantes ya que, para ellos el tener que comunicarles a los trabajadores que va a haber momentos donde no podrán manejar la situación y estén en total apuras sin tener que comunicarse va a crear temor en ellos, en escoger el rubro de la comida rápida, no obstante, recalcaron que si es necesario el tenerles presente que el trabajo es fuerte y se necesita de mucha concentración, rapidez y eficacia.

Por otra parte, también mencionaron que muy aparte de tenerlos informados también es importante la mención de que ellos pueden obtener cuando suceden situaciones así, la recompensa que recibirán por su sacrificio, 2 de los profesionales mencionaron que “la compensación por su arduo trabajo es merecedor de una buena remuneración al equipo al final del día o del mes, motivándolos a que no se derrumben y sigan productivos”.

A la vez, están de acuerdo que el trabajador mientras sepa todos sus beneficios, hacia donde se dirige la empresa y sus metas, trabajará de una manera eficaz, siempre auto motivándose y motivando a sus compañeros, esto yendo de la mano con los elogios y la remuneración emocional de parte de los superiores o entrenadores.

**Consulta 3: ¿Crees que si hubiera un plan de motivación por parte de la marca en la que trabajan, pararían las renunciaciones constantes?, ¿Cuál crees que sería la mejor opción para el freno del sece de los colaboradores?**

En esta tercera pregunta ellos mencionan y recalcan nuevamente que la motivación parte desde el trato al colaborar cuando se les realiza el onboarding hasta cuando estén en su último día de labor, deseándoles siempre lo mejor y dándoles las gracias por su servicio con la empresa, concuerdan de que el plan de motivación debe ser algo que se realice constantemente en las empresas, dándole una mejor productividad y motivación a los trabajadores.

Por otra parte, mencionan que la mejor opción para el freno de las renunciaciones y el gasto monetario al tener que realizar constantes convocatorias y selecciones, es el fortalecimiento de la comunicación en el clima laboral y sus beneficios por la buena productividad, haciendo

que esto sean los puntos de mayor enfoque para trabajar con sus trabajadores.

**Consulta 4: ¿Consideras necesario la fomentación del clima laboral dentro y fuera del horario laboral?**

En esta pregunta damos una breve explicación de lo que nos referimos con la fomentación del clima laboral dentro y fuera del horario de trabajo, dejando en claro que la comunicación y actitud de los colaboradores sea muy buena tanto cuando estén en una situación difícil dentro del trabajo como cuando estén en su tiempo libre, se retiren juntos a sus hogares o haya algún evento recreativo de la marca.

Los profesionales mencionan que es importante mantener el clima laboral saludable, esto aporta e influye mucho en el desarrollo profesional del trabajador de una manera individual y grupal, potencia la innovación y creatividad dentro del horario del trabajo dando como resultado una buena productividad, Pamela García indica que “un trabajador cómodo y feliz, siempre te extenderá la mano en cualquier circunstancia necesaria, un trabajador motivado siempre lucha por ascender y crecer personalmente y un trabajador influyente siempre motivará a los demás a ser mejores manteniendo el buen clima laboral”.

**Conclusión:**

Se da la conclusión a la reunión dando como mensaje final que los trabajadores son el bien más importante en la empresa, mantener a tus colaboradores motivados hará que no solo la productividad aumente, las pruebas de desempeño también serán satisfactorias, eso da a entender que el área de Recursos Humanos realiza un buen trabajo creando un buen incentivo hacia sus trabajadores parando el descenso de ellos.

Se da el agradecimiento por la participación de los presentes y se concluye la sala con un hasta luego a los profesionales.



**OBSERVAR:**

¿Qué, cómo y por qué?

**Figura 2**



**Tabla 10 – ¿Qué? / ¿Cómo? / ¿Por Qué?**

<b>¿QUÉ?</b>	<b>¿CÓMO?</b>	<b>¿POR QUÉ?</b>
Observación concreta	Entendimiento	Interpretación
El personal de cocina se encuentra en una situación llamada “podrida” que se refiere a cuando hay un	El personal trata de atender la mayoría de los pedidos con la mayor eficacia y rapidez, haciéndolo de una	El personal realiza sus tareas rápidamente para que el cliente no haga algún reclamo de alguno de sus

exceso de pedidos, por ende, están estresados que ni siquiera toman atención y contestan mal a sus compañeros u/o superiores.	manera desganada y sin motivación.	pedidos demoró, por eso es que el personal la mayoría de los días son iguales por la presión de sus superiores exigiéndoles un mayor esfuerzo estando ellos totalmente cansados y desmotivados.
---	------------------------------------	---

**Figura 3**



**Tabla 11 – ¿Qué? / ¿Cómo? / ¿Por Qué?**

<b>¿QUÉ?</b>	<b>¿CÓMO?</b>	<b>¿POR QUÉ?</b>
Observación concreta	Entendimiento	Interpretación
El trabajador estaba en un momento sensible y muy estresante.	Las labores post de ese día de trabajo fue muy fuerte, bajo mucha presión sin	La sobrecarga de pedidos impide que mantengan limpia la cocina, la caja

	ningún momento en el cual pueda descansar, ocasionando que la carga de pedidos le impida irse temprano a su domicilio.	cerrada y que el área gerencial tenga todos los reportes, por eso tienen prohibido irse a sus casas si no terminan todas sus labores.
--	--	---

**SUMERGIRSE:**

**Tabla 12 - Vivenciar**

Luego del proceso de investigación exploratoria y recoger los pensamientos y sentimientos de los clientes, podemos llegar a la conclusión siguiente:

<b>ANTES</b>	La empresa siempre premia a sus trabajadores por el buen desempeño que tienen, al día, a la semana o al mes, haciéndolo como una remuneración emocional o dándole alguna comida, pero cuando no llegan a obtener algún reconocimiento por falta de empeño en sus labores, reciben un llamado de atención o algún reclamo por parte de sus superiores.
<b>DURANTE</b>	Los colaboradores deben seguir laborando a pesar de su estrés, de su falta de motivación en el trabajo y bajo la presión del día a día.
<b>DESPUES</b>	Gracias a todo lo mencionado, los trabajadores siempre suelen renunciar por la falta de un buen clima laboral, pocos beneficios y mucha presión de trabajo.

## **2.2 Características del producto o servicio innovador validado**

Ahora damos a conocer como proyecto de innovación, se concluyó que se llevara a cabo un servicio, un plan para el aumento de la productividad, clima laboral, comunicación efectiva y para el paro de las renuncias constantes o la alta demanda de rotación.

**Proyecto a realizar: PLAN DE MOTIVACIÓN ORGANIZACIONAL.**

**Objetivo:** El sece de las renuncias constantes en las áreas de producción, cocina, atención a los clientes y motorizados.

**Destinatario:** Sucursal de Pizza Hut – ICA ph64

### **STORY BOARD**

PIZZA HUT – PLAN DE MOTIVACIÓN ORGANIZACIONAL

**Figura 4 – Story Board**



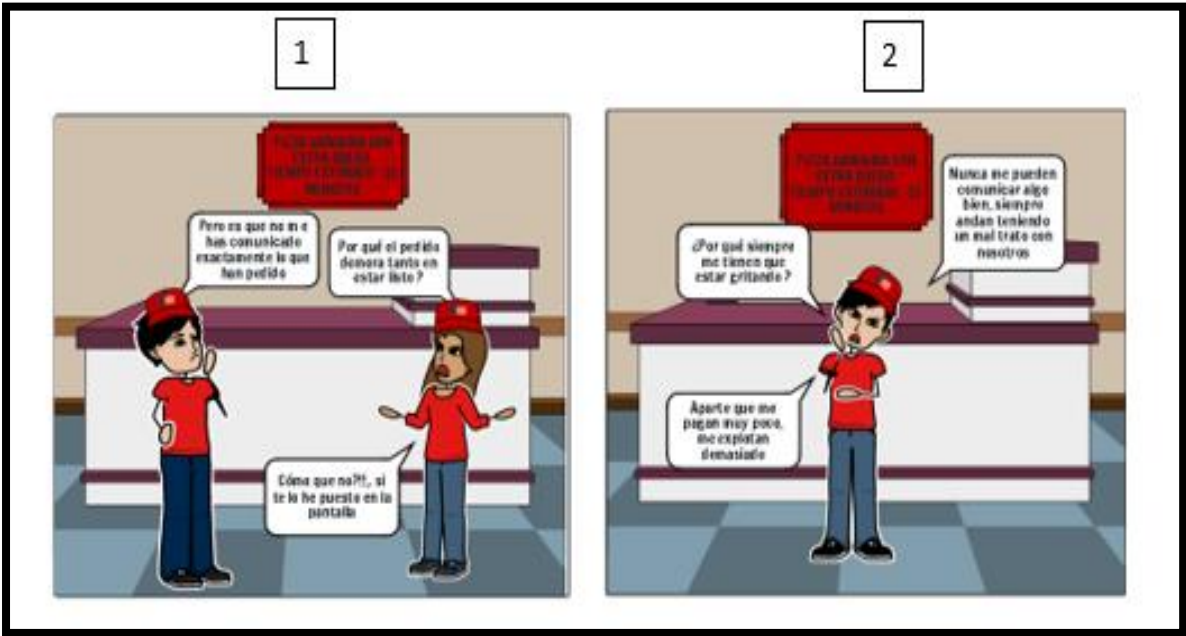


Figura 5

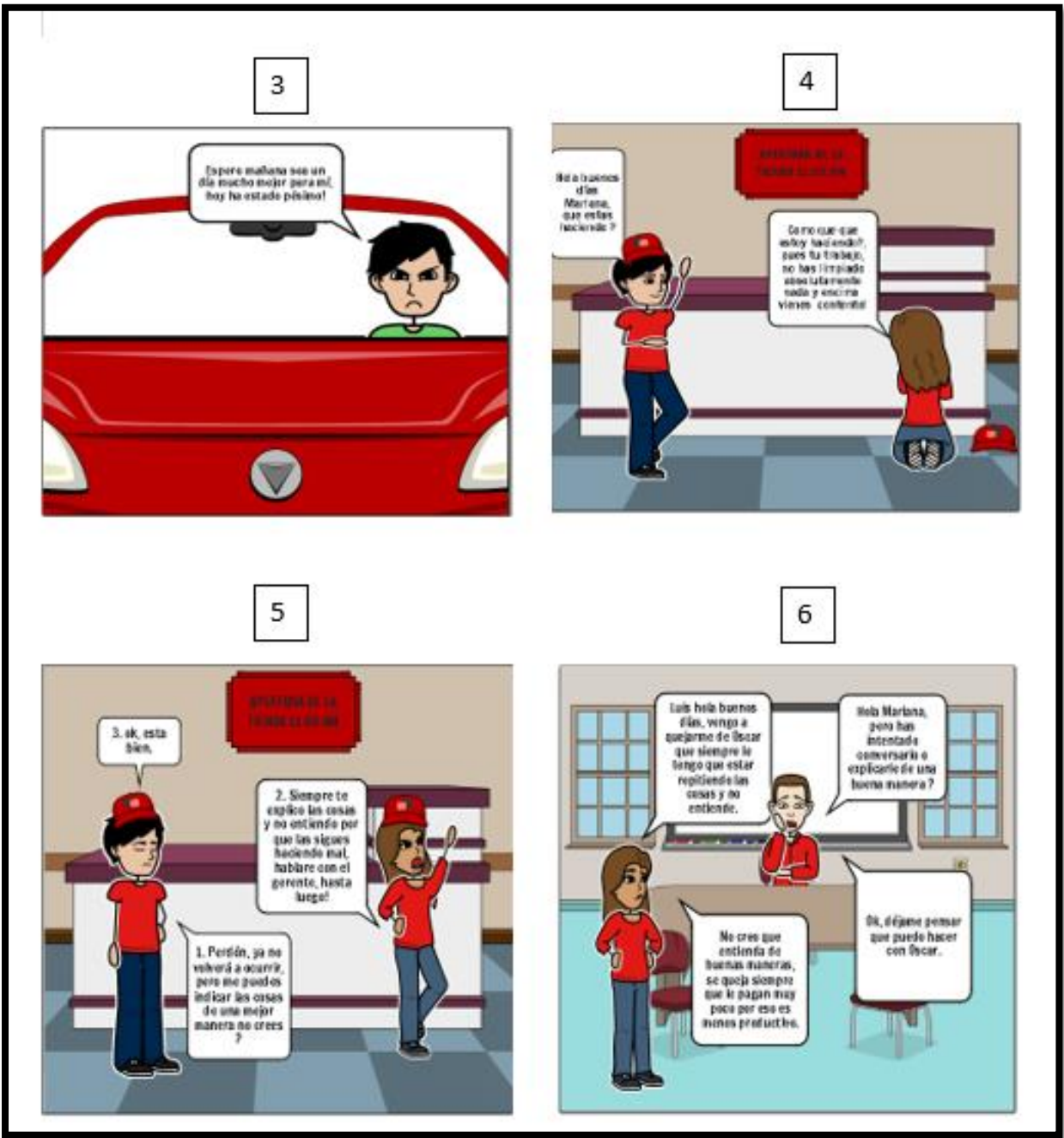
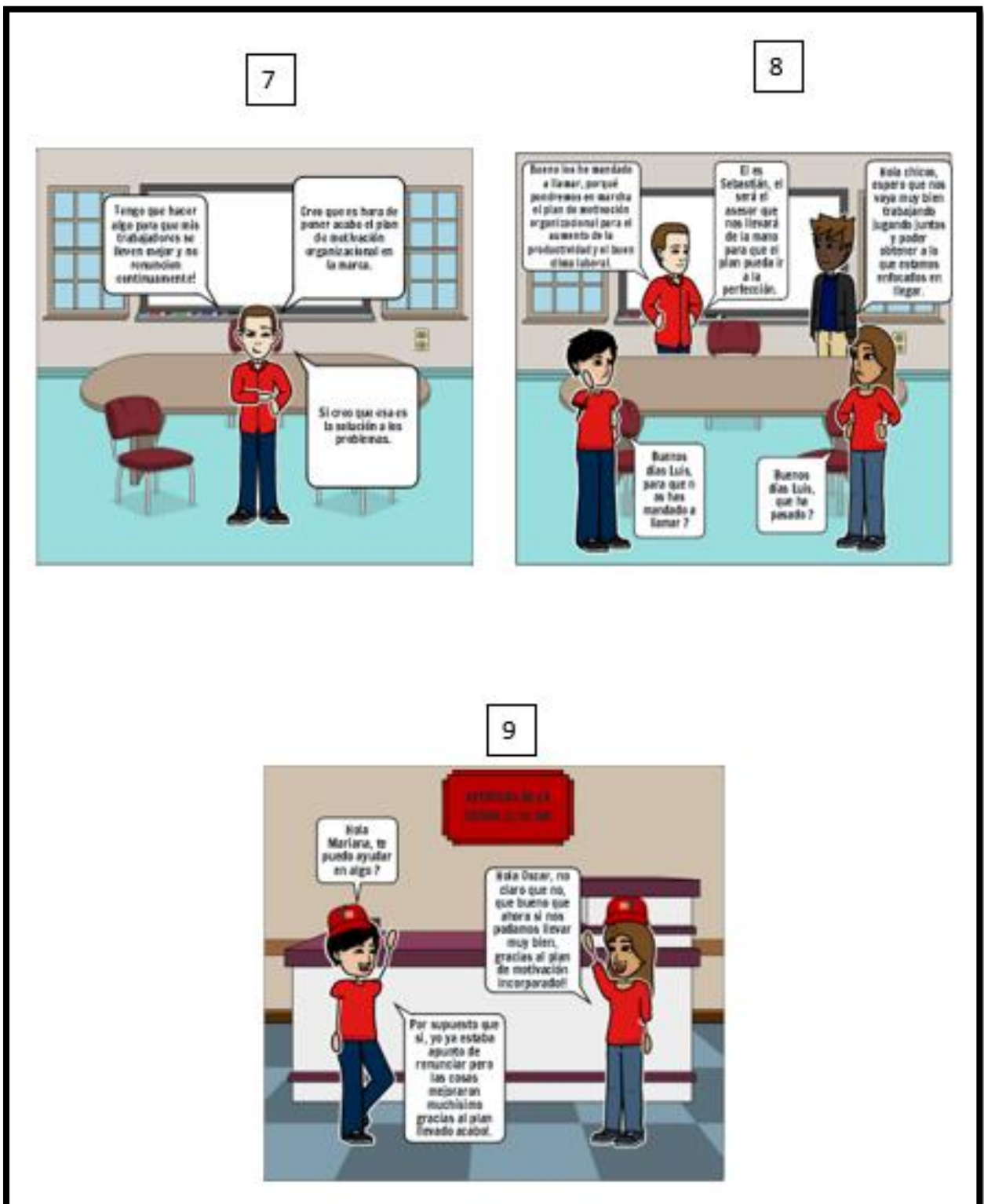


Figura 6



**Figura 7**  
**VISUALIZACIÓN DE STORY BOARD – M EDIO: VIODELLAMADA**



**Figura 8**  
**VISUALIZACIÓN DE STORY BOARD DE MANERA PRESENCIAL**



**Conclusión:**

En lo que podemos observar en el story board, se da la discusión o la quejas de los empleados por falta de atención, una muy mala explicación y mala comunicación por parte de ambos, esto quiere indicar que no hay un buen clima laboral dentro de la organización, haciendo que las quejas vayan al área de Recursos Humanos, posterior a la quejas el área de RRHH planea la incorporación de un plan de motivación organizacional para el freno de las renuncias constantes de los trabajadores, contratando al asesor que nos ayudará a llevar acabo el plan guiándonos y apoyándonos en todo lo que estemos dispuesto a cambiar dentro de la empresa.

**Tabla 13 – Entrevistados y Encuestados**

ENTREVISTADOS Y ENCUESTADOS DE MANERA VIRTUAL Y PRESENCIAL	
<p>Willy Guevara (Personal administrativo) – EMPRESA INMOBILIARA LOMAS- VIRTUAL</p>	<p>Opino que la propuesta para la implementación y el mejoramiento tanto en los aspectos intrapersonal e interpersonales de los colaboradores, ayuda y suma para que la empresa no tenga tantos cabos sueltos, la llegada del plan propuesto puede resultar muy favorable para la empresa, algo que muchas áreas de RRHH no le toman mucha importancia por lo mismo que piensan que pueden recontratar gente para los puestos faltantes y no ven que puede ser solucionado el problema.</p>
<p>Sebastián Olaechea (Asistente de RRHH) – EMPRESA POLLERIA ROCKYS -VIRTUAL</p>	<p>Indica que para una mayor eficacia del plan previsualizado en el story board, puede también poner en práctica lo que son los días recreativos como parte del plan también, existen muchas empresas donde el principal defecto es que tienen es la palabra compañerismo y empatía muy por los suelos.</p>
<p>Stephania Medina (Personal Administrativo) – EMPRESA INMOBILIARIA FUNDO - VIRTUAL</p>	<p>Menciono que es repetitivo el mal trato entre compañeros, causando que estos dificulten la productividad y el fomento de renuncias, el plan motivacional es una buena opción para frenar las renuncias.</p>
<p>Diego Villaverde (Personal</p>	<p>Diego indica que los líderes se enfocarían en que el plan tenga un 100% de efectividad, pero lo más importante es hacer sentir</p>

<p>Administrativo) – EMPRESA SAFCO - VIRTUAL</p>	<p>que el plan mejorará su estadía en la empresa, pero que es importante que el plan mejore su estadía en la empresa.</p>
<p>Abigail Carrera (Asistente de RRHH) – EMPRESA INMOBILIARIA- PRESENCIAL</p>	<p>La manera de proceder con los problemas ya evidenciados es una muy buena manera, existen otras opciones que mayormente se suelen usar en situaciones difíciles con los colaboradores, pero creo que la valentía de arriesgarnos en un cambio con nuestros trabajadores actuales puede crear un cambio no solamente en nosotros, si no, también en ellos para que en algún futuro sepan afrontar estas situaciones.</p>
<p>Luciana Espino (Asistente de RRHH) – EMPRESA PSILÓGIAC PSICOICA - PRESENCIAL</p>	<p>Es muy buena forma de interpretar lo que sucede en todas las empresas de comida rápida, pero muy pocas aplican esta jugada para mejorar su clima, las áreas de RRHH acatan más lo que dicen el CEO, pero nunca levantan su mano para opinar sobre los problemas, que quizás puedan reducir los gastos y reducir los problemas.</p>
<p>Mariana Cabrera (Asistente de Tienda) – EMPRESA CHINA WORK- PRESENCIAL</p>	<p>Menciona que mientras más quejas se perciban de algún colaborador, la mayoría del área de RRHH cree que es ineficiente, por ende, tienden a ser convocatorias continuas y no tratan de solucionar los problemas, quizás el colaborador tenga mayores ventajas en otras áreas y no en ese momento, el plan de motivación ayudaría bastante bien a las marcas con problemas similares, ya que es continuo.</p>
<p>Dayana Calderón (Personal</p>	<p>¿Menciona que mayormente se una como plan de contingencia no?, porque la mayoría de las empresas siempre optan por lo</p>

Administrativo) – EMPRESA KFC- PRESENCIAL	fácil cuando hay quejas de algún trabajador, el tercer memorándum y se va, cuando la mayoría de las veces no todo es su culpa sino también de la nuestra por no saber encaminar y corregir a nuestros trabajadores.
---	---

## MALLA RECEPTORA DE INFORMACIÓN

A continuación, la información recogida en la retroalimentación:

**Tabla 14 – Cuadro de la Malla Receptora**

ASPECTOS POSITIVOS	CRÍTICAS COSNSTRUCTIVAS
<p>La importancia de la implementación del plan motivacional</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El mejoramiento del clima laboral es indispensable para la buena productividad.</li> <li>- La experiencia de que los colaboradores sepan cómo sobre llevar una crisis como la acontecida.</li> </ul>	<p>Tomar en cuenta las charlas motivacionales para los empleados.</p> <p>Mantener informados a los empleados para que no se lleven alguna sorpresa por los cambios que se realizarán.</p> <p>Considerar obtener más objetivos a la larga por el cual quieres implementar el plan motivacional.</p> <p>Mantener los resultados constantes, no siempre se tendrán que tomar estas soluciones cuando ocurran estos problemas.</p>
DUDAS E INCONVENIENTES	NUEVAS IDEAS O SUGERENCIAS
<p>¿El plan motivacional será dispuesto solamente para la sucursal de alguna región?</p> <p>¿Las acciones posteriores al dar comienzo al plan, se realizarán de manera presencial o virtual también?</p> <p>¿La empresa se hará cargo de todo el gasto que se realizará?</p> <p>¿Todas las áreas tendrán que participar en este plan organizacional?</p> <p>¿El plan motivacional será dispuesto solamente para la sucursal de alguna región?</p>	<p>El aumento de los beneficios de los empleados, no solamente en lo emotivo se tiene que trabajar.</p> <p>La fomentación de las relaciones sociales con todas las áreas y sucursales que se encuentren en la misma región o sector.</p> <p>La germanización a los colaboradores de que el plan que se dará será para una mejoría de todos y para todo.</p> <p>Siempre proponerles a los empleados el aumento de nuevos retos, no solamente que se adapten al cambio, que busquen aún más.</p>



### CAPITULO 3: LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

Figura 9 - Lienzo de Modelo de Negocio

<p><b>SOCIOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Área de RRHH para que brinden los tiempos en los horarios de los trabajadores para poder llevar el plan motivacional.</li> <li>- La empresa deberá brindar espacios donde se pueda llevar la actividad.</li> <li>- Tiempo y compromiso de parte de los colaboradores.</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <p>Personal dispuesto al cambio.  Gestión de suministros y herramientas para llevarlo a cabo.  Contacto continuó con el especialista o capacitador gracias a la tecnología presente.</p> <p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>El personal esté alineado o muy comprometido con el mejoramiento.  Que la marca este de acuerdo a financiar el plan motivacional.  Que nos brinden los servicios para poder llevar el plan motivacional.</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Gran cambio en la productividad, manejo de la comunicación efectiva, manejo de problemas en tienda y mejoramiento del clima laboral.  Asistencia por profesionales especializados en el mejoramiento del rendimiento organizacional.</p>	<p><b>RELACIÓN CON CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mostrar los resultados de alguna otra empresa que haya llevado ya el plan motivacional.</li> <li>- Incentivarlos mostrándoles los beneficios que obtendrían.</li> </ul> <p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El plan se puede dar de manera presencial o virtualmente.</li> <li>- Medio de comunicación como el correo, emails, llamadas, videollamadas, etc.</li> </ul>	<p><b>SEGMENTO DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para grandes, medianas y pequeñas empresas.</li> <li>- Hombres, mujeres y otros géneros en general.</li> <li>- Para cualquier tipo de estudiante o carrera.</li> <li>- Todas las personas de distintos países, profesores, estudiantes, trabajadores y practicantes.</li> </ul>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El capacitador o especialista.</li> <li>- Programa web donde se llevará a cabo el plan.</li> <li>- Herramientas virtuales.</li> <li>- Costes de viáticos de los trabajadores y capacitadores.</li> </ul>		<p><b>FUENTES DE INGRESO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tarjetas.</li> <li>- Transferencias bancarias.</li> <li>- Yapes o plin.</li> <li>- Pago presencial en efectivo.</li> </ul>		

### 3.1 LANDING PAGE:

Para poder obtener una mejor aceptación de nuestro producto a ofrecer, hemos realizado un Landing Page en el cual las personas, las empresas grandes o pequeñas encontraran mayor información de nosotros:

- **Nombre del programa o producto ofrecido:** PROWORK
- **Eslogan:** Trabajadores motivados motivando a trabajadores poco motivados.
- **Objetivo:** Incentivar a los colaboradores a mejorar no solo a nivel individual, sino también a nivel colectivo, promoviendo la productividad, reduciendo las tardanzas y disminuyendo el absentismo en los entornos laborales poco agradables.
- **Logotipo del programa o curso:**

Figura 10 – Lading Page



### 3.1.1 Página de INSTAGRAM

Figura 11 – Instagram



### 3.1.2 Página de FACEBOOK

Figura 12 – Facebook



### 3.1.2 ENCUESTA

**Figura 13 – Encuestas de Efectividad**



The image shows a survey interface for PROWORK. At the top, there is a black banner with the PROWORK logo, which consists of a stylized 'P' and 'W' above the word 'PROWORK' in white capital letters. Below the banner, the survey title 'Encuesta de efectividad - PROWORK' is displayed in a large, black, sans-serif font. Underneath the title, a short introductory text reads: 'Realizamos esta pequeña encuesta para poder tener conocimiento de que tanta demanda tiene la ayuda en el aspecto de mental y en las personas que sufren de ansiedad.' The survey contains two input fields. The first field is labeled 'Nombre y Apellido' and has a three-dot menu icon to its right. Below the label is a text input area with a dotted line indicating the start of the response. The second field is labeled 'DNI' and also has a text input area with a dotted line below it.

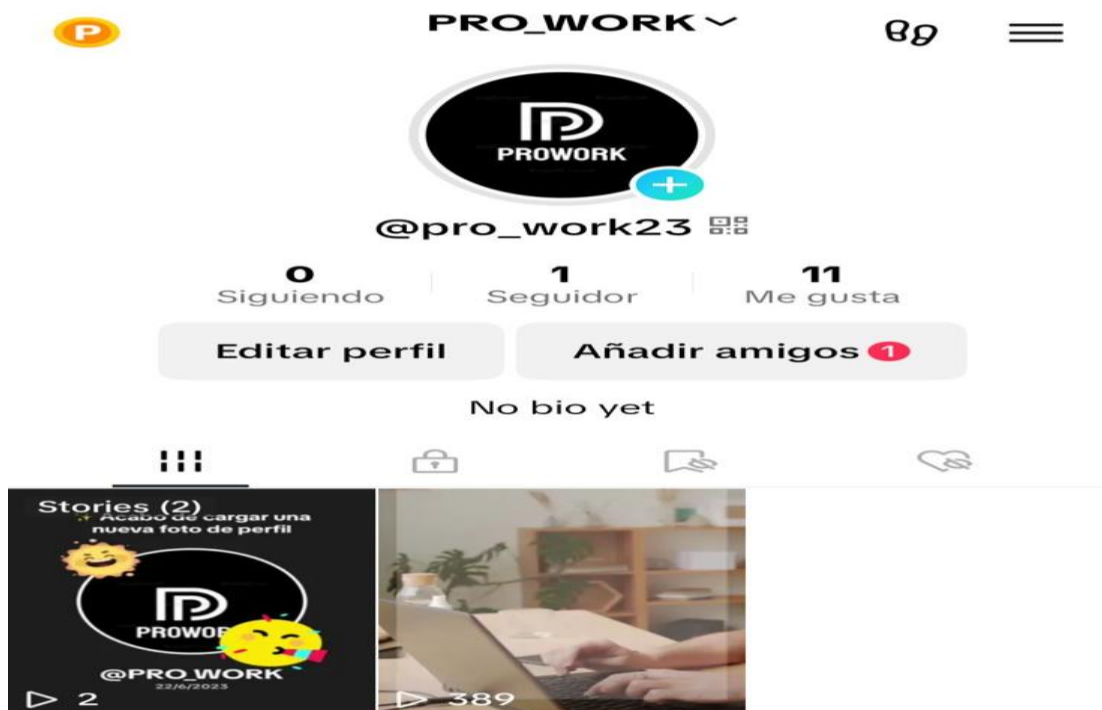
### **3.1.3 Página de LINKEDIN**

**Figura 14 – LinkedIn**



### 3.1.4 Página de TIKTOK

Figura 15 – Página Tiktok



## CAPITULO 4: APLICACIÓN DE LA METODOLOGIA DE LA LEAN STARTUP

### 4.1 RED SOCIAL: INSTAGRAM

**Tabla 15 - Revisión de indicadores**

Fecha	Interacción			Retención	Observación
	Redes	Email	WhatsApp		
07-12-22	2	0	0	3	Lanzamiento de ofrecimiento del programa de PROWORK.
08-12-22	1	0	1	0	
09-12-22	2	0	1	3	Más acerca de PROWORK en el LP (Landing Page)
10-12-22	3	0	0	1	
11-12-22	1	0	0	2	
12-12-22	4	1	1	3	Se observó un aumento de interacciones en el LP con personas interesadas en la consultoría.
13-12-22	1	0	1	3	
14-12-22	3	0	0	3	

**4.2 RED SOCIAL: FACEBOOK**

**Tabla 16- Revisión de indicadores**

Fecha	Interacción			Retención	Observación
	Redes	Email	WhatsApp		
07-12-22	1	0	3	3	Lanzamiento de ofrecimiento del programa de PROWORK.
08-12-22	1	0	1	0	
09-12-22	1	1	1	3	Más acerca de PROWORK en el LP, ofertas para adquirir los servicios.
10-12-22	0	0	0	1	
11-12-22	1	0	0	2	
12-12-22	2	1	1	3	Se observo un aumento de interacciones en el LP con personas interesadas en la consultoría
13-12-22	1	0	1	3	
14-12-22	3	0	0	3	



### 4.3 RED SOCIAL: LINKEDIN

Tabla 17- Revisión de indicadores

Fecha	Interacción			Retención	Observación
	Redes	Email	WhatsApp		
02-04-23	2	0	0	3	Lanzamiento de ofrecimiento del programa de PROWORK.
06-04-23	1	0	1	0	
07-04-23	2	0	0	3	Más acerca de PROWORK en el LP (Landing Page)
10-04-23	3	0	0	1	
11-04-23	1	0	0	2	
12-04-23	4	0	0	3	Se observó un aumento de interacciones en el LP con personas interesadas en la consultoría.
13-04-23	1	0	0	3	
14-04-23	3	0	0	3	

#### 4.4 RED SOCIAL: TIKTOK

**Tabla 18- Revisión de indicadores**

Fecha	Interacción			Retención	Observación
	Redes	Email	WhatsApp		
07-03-23	3	0	0	5	Lanzamiento de ofrecimiento del programa de PROWORK.
11-03-23	4	0	0	0	¡Primer video lanzado en el LP de ProWork en TIKTOK!
12-03-23	0	0	0	3	
15-03-23	3	0	0	1	
16-03-23	4	0	0	2	Aumento de las interacciones en las redes de TIKTOK.
20-03-23	4	1	1	3	
24-03-23	1	0	1	3	
28-03-23	3	0	0	3	

### 4.3 Malla Receptora de Información:

**Tabla 19- Malla Receptora**

<b>Elementos positivos</b>	<b>Elementos para mejorar o eliminar</b>
Buenos puntos claves para el manejo de situaciones difíciles Se observa que es un programa enfocado en la motivación. Llamativo	Agregar números de contacto para una mayor información Un poco más de color en el LP
<b>Dudas que se generaron</b>	<b>Sugerencias</b>
¿Podrá realizarse en épocas donde hay mucha demanda del servicio?	Ofrecer otro tipo de programas o cursos para la mejora de las organizaciones Una mayor cobertura

#### 4.4 Ficha de Aprendizaje generadas por el Pitch MVP

Tabla 20 – Landing Page Instagram

<b>LANDING PAGE: PÁGINA DE INSTAGRAM</b>	
Responsables	Díaz Espino, Oscar Renato
<b>HIPÓTESIS</b>	
Los encargados del mejoramiento del clima laboral dentro de las organizaciones dirigidas al rubro de la comida rápida están decididos a adquirir el servicio para el mejoramiento de sus empresas.	
<b>OBSERVACIÓN</b>	
El porcentaje de aceptación y adquisición del servicio aumento cuando se ofreció un mejoramiento optimo en sus climas laborales, ayudando esto a la comunicación efectiva también.	
<b>APRENDIZAJE Y CONCLUSIONES</b>	
Se pudo aprender que, en la actualidad, en todas las empresas y no solamente en el rubro de comida rápida existe el problema de deserción laboral excesiva por falta de un buen clima laboral, haciendo que nuestro programa sea muy efectivo y complementar para sus organizaciones.	
<b>DECISIONES Y ACCIONES</b>	
Se decidió que se requerirá más inversión de tiempo y dinero en el aumento del personal que trabaja en PROWORK, haciendo que se cubran rápidamente y eficazmente las solicitudes de los usuarios.	

**Tabla 21 – Landing Page de Facebook**

<b>LANDING PAGE: PÁGINA DE FACEBOOK</b>	
Responsables	Díaz Espino, Oscar Renato
<b>HIPÓTESIS</b>	
<p>Los encargados del mejoramiento del clima laboral dentro de las organizaciones dirigidas al rubro de la comida rápida están decididos a adquirir el servicio para el mejoramiento de sus empresas.</p>	
<b>OBSERVACIÓN</b>	
<p>El porcentaje de aceptación y adquisición del servicio aumento cuando se ofreció un mejoramiento optimo en sus climas laborales, ayudando esto a la comunicación efectiva también.</p>	
<b>APRENDIZAJE Y CONCLUSIONES</b>	
<p>Se pudo aprender que, en la actualidad, en todas las empresas y no solamente en el rubro de comida rápida existe el problema de deserción laboral excesiva por falta de un buen clima laboral, haciendo que nuestro programa sea muy efectivo y complementar para sus organizaciones.</p>	
<b>DECISIONES Y ACCIONES</b>	
<p>Se decidió que se requerirá más inversión de tiempo y dinero en el aumento del personal que trabaja en PROWORK, haciendo que se cubran rápidamente y eficazmente las solicitudes de los usuarios.</p>	

**Tabla 22 – Landing Page de LinkedIn**

<b>LANDING PAGE: PÁGINA DE LINKEDIN</b>	
Responsables	Díaz Espino, Oscar Renato
<b>HIPÓTESIS</b>	
Los encargados del mejoramiento del clima laboral dentro de las organizaciones dirigidas al rubro de la comida rápida están decididos a adquirir el servicio para el mejoramiento de sus empresas.	
<b>OBSERVACIÓN</b>	
El porcentaje de aceptación y adquisición del servicio aumento cuando se ofreció un mejoramiento optimo en sus climas laborales, ayudando esto a la comunicación efectiva también.	
<b>APRENDIZAJE Y CONCLUSIONES</b>	
Se evidencio un interés por el público de conocer más acerca de los beneficios que trae nuestro proyecto para las organizaciones, a su vez, se logró obtener información vital y comentarios que nos servirán para mejorar nuestra calidad de servicio.	
<b>DECISIONES Y ACCIONES</b>	
Se decidió que se requerirá más inversión de tiempo y información para que las empresas puedan estar más interesadas en adquirir nuestros servicios, queriendo obtener los resultados ya fijados.	

**Tabla 23- Landing Page de Tiktok**

<b>LANDING PAGE: PÁGINA DE TIKTOK</b>	
Responsables	Díaz Espino, Oscar Renato
<b>HIPÓTESIS</b>	
Los encargados del mejoramiento del clima laboral dentro de las organizaciones dirigidas al rubro de la comida rápida están decididos a adquirir el servicio para el mejoramiento de sus empresas.	
<b>OBSERVACIÓN</b>	
El porcentaje de aceptación y adquisición del servicio aumento cuando se ofreció más información de nuestro proyecto, obteniendo el mejoramiento optimo en sus climas laborales, ayudando esto a la comunicación efectiva y también a su clima organizacional.	
<b>APRENDIZAJE Y CONCLUSIONES</b>	
Aprendimos que nuestra plataforma está generando un gran impacto positivo en el público, nuestros visualizadores desean que haya un crecimiento en la información que encontremos en la plataforma, ya que de esta manera estamos contribuyendo a la gestión del recurso humano de la empresa.	
<b>DECISIONES Y ACCIONES</b>	
Las empresas dentro de la industria de la fast food en Ica, estarían dispuestas a necesitar nuestros servicios para la gestión de su recurso humano.	

## CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

### 5.1 Determinación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desean evitar las pérdidas operativas. El punto de equilibrio les indica cuánta producción deben vender para evitar una pérdida. Ya hemos visto el uso del método gráfico para calcular el punto de equilibrio. (T. Horngren, M. Datar, & Foster, 2007)(Pag65)

**Figura 16 - Datos Requeridos para el Punto de Equilibrio**

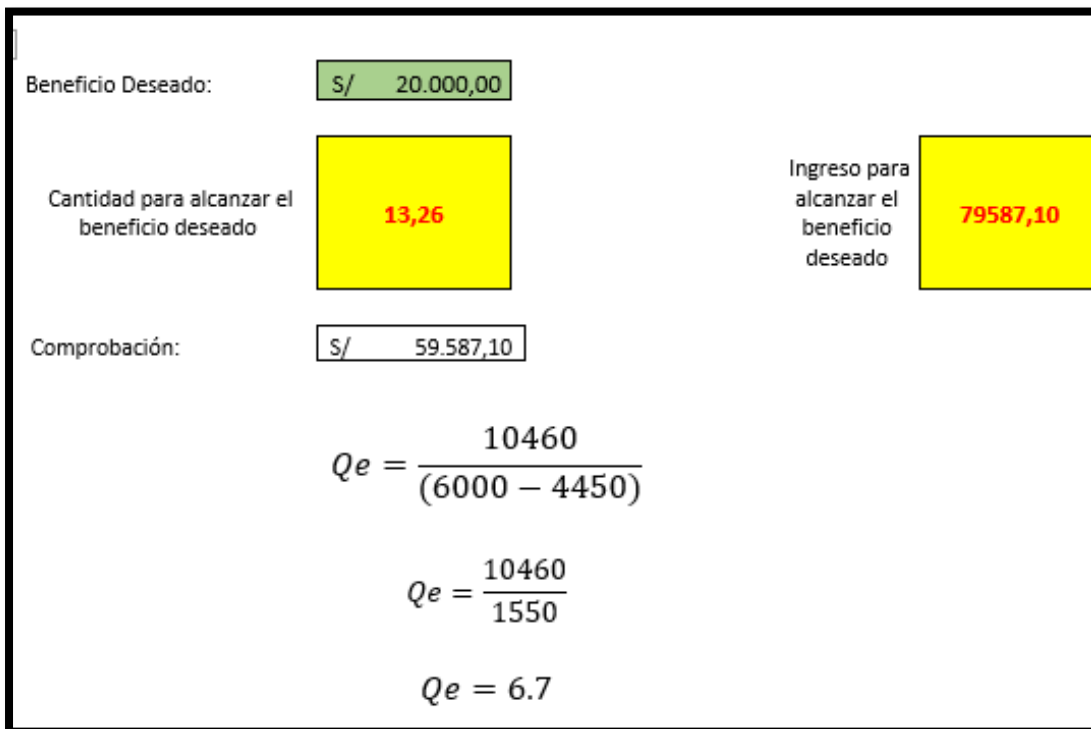
Costos Fijos Mensuales		Costos Variables x unidad	
Descripción	Importe	Descripción	Importe
Alquileres	S/ 1.000,00	Materias Primas p/u	S/ 3.500,00
Salarios	S/ 8.500,00	Transporte	S/ 100,00
Viáticos, viajes al interior del país	S/ 560,00	Expositor	S/ 400,00
Pago de servicios por aplicativos a utilizar	S/ 200,00	Servicio de Luz	S/ 150,00
Impuestos	S/ 200,00	Servicio de Agua	S/ 150,00
Total, CF:	S/ 10.460,00	Servicio de Internet	S/ 150,00
		Total, CVxUnidad:	S/ 4.450,00

**Figura 17 - Formula Punto de Equilibrio**

$$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio unitario} - \text{CV unitario})}$$



**Figura 18**

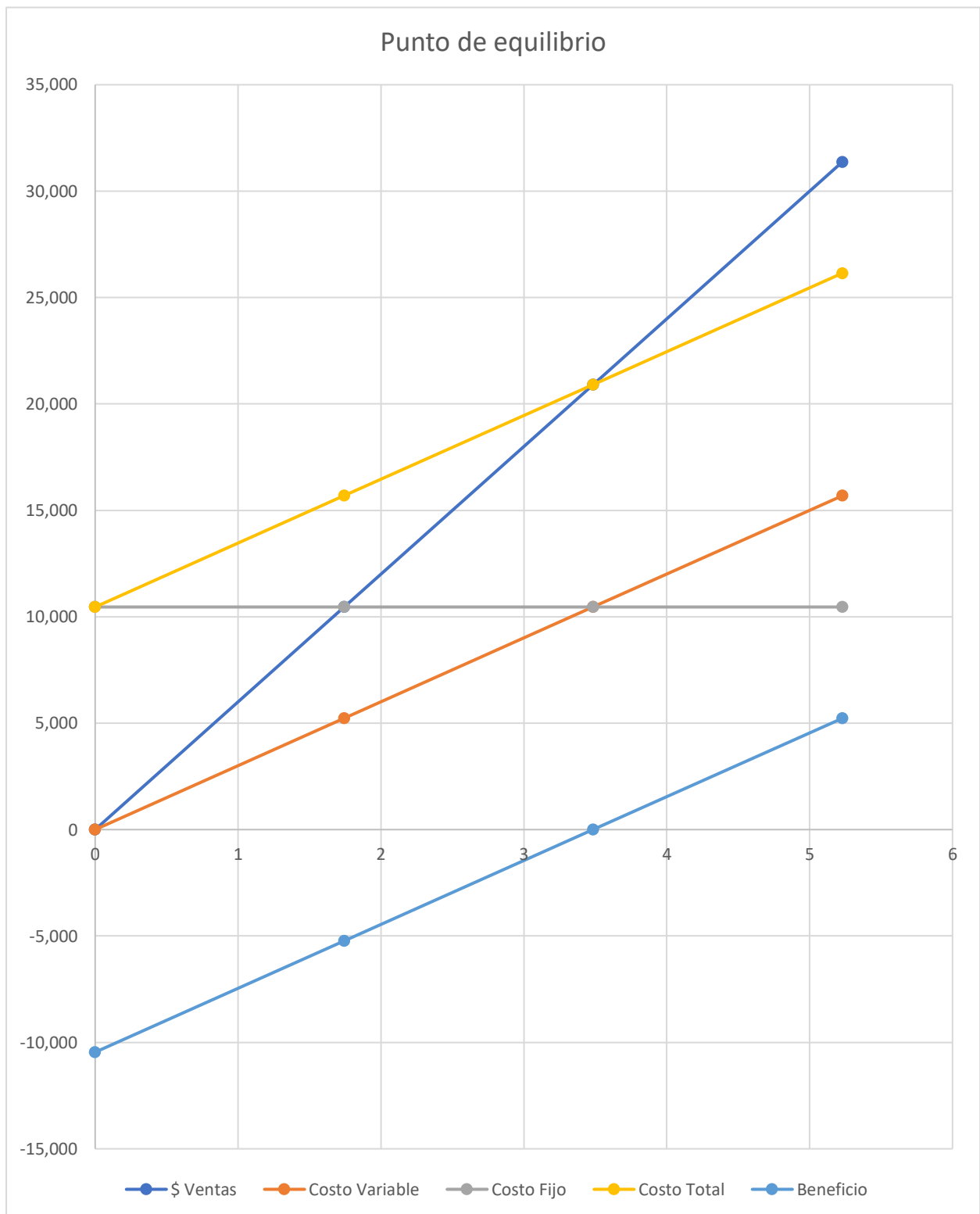


**Figura 19 - Ventas para alcanzar punto de equilibrio**

		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
<b>Datos para el gráfico</b>				
Q Ventas	0	2	3	5
\$ Ventas	0	10.460	20.920	31.380
Costo Variable	0	5.230	10.460	15.690
Costo Fijo	10.460	10.460	10.460	10.460
Costo Total	10.460	15.690	20.920	26.150
Beneficio	-10.460	-5.230	0	5.230
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 3 unidades mes				

Fuente: elaboración propia

**Figura 20**



**Fuente: elaboración propia**

## 5.2 Necesidades de Inversión

Tabla 22 – Costes de Arranque

<b>COSTES DE ARRANQUE</b>		
<b>Tipo</b>	<b>Producto o Requerimiento</b>	<b>Costo</b>
Costos Fijos Mensuales	Alquiler de la oficina	S/ 1.000,00
	Salarios	S/ 8.500,00
	Viáticos, viajes, etc.	S/ 560,00
	Pagos de servicios por aplicativos a utilizar	S/ 200,00
	Impuesto	S/ 200,00
<b>Total</b>		<b>S/ 10.460,00</b>
Costos Variables x Unidad	Materias Primas p/u	S/ 3.500,00
	Transporte	S/ 100,00
	Expositor	S/ 400,00
	Servicio de Luz	S/ 150,00
	Servicio de Agua	S/ 150,00
	Servicio de Internet	S/ 150,00
<b>Total</b>		<b>S/ 4.450,00</b>

Tabla 23 – Proyección de Flujo de Caja

<b>Proyección de Flujo de Caja</b>		
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>
10460	10460	4450

**Tabla 24 – Costos del Servicio**

<b>COSTOS DEL SERVICIO</b>		
<b>N° DE TRABAJADORES</b>		<b>COSTO</b>
0-100	S/	3200
100-300	S/	4600
500 a más	S/	6500

### **5.3 VAN (Valor Actual Neto) del Proyecto**

(Sánchez, 1987) El valor actual neto o valor capital de una inversión es igual al valor actualizado de todos los rendimientos esperados de la inversión, es decir el valor actualizado de la corriente de ingresos esperados menos la corriente de gastos previstos.

$$VAN = -10460 + \frac{5000}{(1 + 0.05)^1} + \frac{8000}{(1 + 0.05)^2}$$

$$VAN = -10460 + \frac{5000}{1.05} + \frac{8000}{1.10}$$

$$VAN = -10460 + 4761,9 + 7272,7$$

$$VAN = -10460 + 12034,6$$

$$VAN = 1574,6$$

### **5.4 TIR (Tasa Interna de Rendimiento) del Proyecto**

(J. Gitman & J. Zutter, 2012) La tasa interna de rendimiento o de retorno (TIR) es una de las técnicas más usadas de las técnicas de elaboración de presupuesto de capital. La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad

de inversión con \$0 (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. (Pág. 372)

**Figura 21**

$$VAN = -10460 + \frac{5000}{(1+i)^1} + \frac{8000}{(1+i)^2}$$

$$0 = -10460 + \frac{5000}{(1+TIR)^1} + \frac{8000}{(1+TIR)^2}$$

$$0 = -10460 + (1+TIR)^2 + 5000(1+TIR) + 8000$$

$$x_1 = \frac{-5000 + \sqrt{(5000)^2 - 4(-10460)(8000)}}{2(-10460)}$$

$$x_1 = \frac{-5000 + 18966.28}{-20920}$$

$$x_1 = -0.6676$$

$$x_2 = \frac{-5000 - \sqrt{(5000)^2 - 4(-10460)(8000)}}{2(-10460)}$$

$$x_2 = \frac{-5000 - 18966.28}{-20920}$$

$$x_2 = 1.146$$

$$(1+TIR) = 1.146$$

$$TIR = 1.146 - 1$$

$$TIR = 0.146$$

$$TIR = 14.6\%$$

$$x = \frac{-b \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{2a}$$

$$(1+TIR) = X$$

## **CONCLUSIONES**

Considerando la importancia que tiene el proyecto presentado y en función de las encuestas y resultados obtenidos que se han formulado con el pasar del tiempo, con sugerencias de profesionales, personal activo en las empresas orientadas a este producto, estudiantes, alumnos y a comunidad educativa, esto se realizó con la finalidad de lograr, que las empresas que con lleven deficiencia en su productividad y un descenso del personal enorme, sean marcas exitosas dentro del contexto competitivo de donde se encuentren.

Las asesorías profesionales dentro de las organizaciones con deficiencias pueden y son una gran ayuda para su rendimiento profesional, sin embargo, es evidente que las organizaciones presentan ineficiencias que generan en su clima laboral enormes problemas como la mala comunicación efectiva y falta de manejo de problemas, por ende, es así como se puede tener claro que la falta de un buen asesoramiento en las marcas es muy crucial para su buen funcionamiento en tiempos de crisis.

## **RECOMENDACIONES**

Para identificar las deficiencias y problemas en las empresas a nivel global, es fundamental utilizar encuestas y realizar entrevistas previas a los trabajadores de dichas organizaciones. Estas herramientas permiten gestionar adecuadamente los problemas y brindar una orientación adecuada a los colaboradores. Cuando los trabajadores enfrenten dificultades, experimenten incidencias o no estén satisfechos con su entorno laboral o puesto, deben tener la posibilidad de dirigirse a las áreas correspondientes y presentar sus reclamos. Esto no solo es un derecho y una obligación para los trabajadores, sino también una responsabilidad de las empresas, ya que su objetivo debe ser asegurar que los empleados se sientan cómodos en su lugar de trabajo. Es recomendable ampliar el alcance de los servicios ofrecidos más allá de las empresas del sector de comida rápida. La problemática del clima laboral negativo y las altas tasas de renuncias no se limitan únicamente a organizaciones con altos niveles de exigencia. Incluso las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) pueden beneficiarse de este tipo de servicios para mejorar su productividad, especialmente si se trata de una marca nueva que busca crecer según sus propias metas. Sin embargo, es importante destacar que el enfoque de las problemáticas debe evolucionar con el tiempo, con el fin de ofrecer soluciones a una variedad más amplia de desafíos empresariales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (Cantó Mayo & Téllez Martínez, 2016) “La satisfacción laboral y profesional de los profesores”. <https://www.redalyc.org/pdf/695/69545978019.pdf>
- (Chiang, Martín, & Núñez, 2010) Relaciones entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral.  
[https://books.google.com.pe/books?id=v\\_sFY1XRFaIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=v_sFY1XRFaIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- (J. Gitman & J. Zutter, 2012) Principios de Administración Financiera.  
[https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion\\_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf)
- (Méndez Álvarez, 2006) Clima Organizacional en Colombia: El IMCOC - un método de análisis para su intervención.  
[https://books.google.com.pe/books?id=qipFxpVbK1AC&printsec=frontcover&dq=Clima+organizacional+citas+definici%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi-rK202O\\_6AhWEJLkGHcCxB4YQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=qipFxpVbK1AC&printsec=frontcover&dq=Clima+organizacional+citas+definici%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi-rK202O_6AhWEJLkGHcCxB4YQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q&f=false)
- (Rebeil Corella & Sandoval Reséndiz, 1998) El Poder de la Comunicación en las Organizaciones.  
[https://books.google.com.pe/books?id=AilJ7Ss-zcYC&printsec=frontcover&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n+organizacional&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=AilJ7Ss-zcYC&printsec=frontcover&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n+organizacional&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- (Andrade, 2005) Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica.  
[https://books.google.com.pe/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n+organizacional&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n+organizacional&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false)



(Fajardo Valencia & Nivia Flores, 2016) Relaciones públicas y comunicación organizacional.

[https://books.google.com.pe/books?id=qgZHEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n+organizacional&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=qgZHEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+comunicaci%C3%B3n+organizacional&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

(T. Horngren, M. Datar, & Foster, 2007) Contabilidad de Costos – Un enfoque Gerencial.

<https://books.google.com.pe/books?id=zDCb9fDzNgC&pg=PA65&dq=Para+que+sirve+el+punto+de+equilibrio+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjR3oKV38f8AhVxsjEKHhQDy0Q6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=Para%20que%20sirve%20el%20punto%20de%20equilibrio%20definicion&f=false>

(Robbins & Judge, 2009) Comportamiento organizacional; 8° edición, Editorial Prentice-Hall, México

(Robbins, Comportamiento Organizacional, 2004) Comportamiento organizacional: 10° edición, Editorial Prentice- Hall, México.

(Sánchez, 1987) Criterios actualizados de rentabilidad para la toma de decisiones en proyectos de inversión

[https://books.google.com.pe/books?id=h4AqAAAAYAAJ&printsec=frontcover&dq=Que+es+el+valor+actual+neto&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Que%20es%20el%20valor%20actual%20neto&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=h4AqAAAAYAAJ&printsec=frontcover&dq=Que+es+el+valor+actual+neto&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Que%20es%20el%20valor%20actual%20neto&f=false)

(Uribe Prado, 2014) Clima y Ambiente Organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales.

[https://books.google.com.pe/books?id=UuYhCQAAQBAJ&pg=PT91&dq=Clima+organizacional+citas+definici%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi-rK202O\\_6AhWEJLkGHcCx4YQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=Clima%20organizacional%20citas%20definici%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=UuYhCQAAQBAJ&pg=PT91&dq=Clima+organizacional+citas+definici%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi-rK202O_6AhWEJLkGHcCx4YQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=Clima%20organizacional%20citas%20definici%C3%B3n&f=false)

(Velasco Sánchez & Bárcenas Lopez, 2019) Edutecnología y Aprendizaje 4.0

[https://books.google.com.pe/books?id=\\_9PBDwAAQBAJ&pg=PA355&dq=Fuente+de+satisfacci%C3%B3n+laboral&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjNh\\_Oug-](https://books.google.com.pe/books?id=_9PBDwAAQBAJ&pg=PA355&dq=Fuente+de+satisfacci%C3%B3n+laboral&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjNh_Oug-)

[36AhXTBrkGHYYbDrUQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=Fuente%20de%20satisfacci%C3%B3n%20laboral&f=false](https://elibro.net/es/ereader/ipae/48843?page=25)

BORDAS MARTÍNEZ, M. J. Gestión estratégica del clima laboral. ed. Madrid: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2016. 142 p.

Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/ipae/48843?page=25>.

PALMA CARRILLO, S. Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias. ed. Santa Fe, Argentina: El Cid Editor | apuntes, 2009. 21 p.

Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/ipae/28230?page=7>.

## ANEXOS

**Tabla 25 – Transcripción de Entrevistas**

<b>TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS: ESPECIALISTAS</b>
<p><i>Cabrera Pacco, Mariana - BEMBOS - (24.10.2022)</i></p>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Muchas veces las rotaciones son por motivos ya sea de que son irresponsables o no les gustan el lugar donde están trabajando.</li><li>2. Creo que algunas veces ayuda y otras no mucho.</li><li>3. Hay veces que el personal por que no pueden aguantar mucho la presión de los horarios o cuando están en “podrida” que se le dice cuando hay harta venta.</li></ol>
<p><i>Calderón Flores, Dayanna - PAPA JHONS - (26.10.2022)</i></p>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Los trabajadores normalmente rotan muchas veces por que no son eficientes en su labor o no les gusta su forma de ser tratados en ese lugar por su full que vendría a ser su superior.</li><li>2. Ayuda bastante en ocasiones ya que, si tenemos un trabajador que está fallando, podemos llamar al que teníamos ya propuesto para ese puesto.</li><li>3. La más importante creo que vendría a ser el clima que normalmente suelen llevarse, como muchos son jóvenes, suelen haber muchas diferencias.</li></ol>

*García Bautista, George – KFC - (25.10.2022)*

1. Opino que la presión que ellos con llevan consigo mismo es mucho y por ese motivo se van, o no se sienten muy preparados.
2. Ni una ni la otra, muchas veces se puede perder un buen elemento como también se puede ganar uno.
3. La renuncia constante que tenemos es porque en su mayoría de veces es porque hay demasiada presión en lo que se refiere el área administrativa por el exceso de personal que hay.

*Valencia Anicama, Flavio – PIZZA HUT - (26.10.2022)*

1. Normalmente el personal administrativo suele irse porque no les gusta con quien les ha tocado trabajar.
2. Puede ser que ayude ya que muchas veces entra alguien más capacitado para eso.
3. No les gusta el tipo de trabajo, el manejo de exceso de personal y sucursales.

*Fonseca Tovar, José – PIZZA HUT - (25.10.2022)*

1. Las rotaciones de personal entre las sedes suelen darse por motivos de que hace falta personal en otras áreas y también suelen haber porque no les gusta cómo les pagan o sus metas en esa tienda.
2. Desfavorece más que ayudar, el estar haciendo convocatorias y entrevista creo que es un gasto muy excesivo.
3. Por lo mismo que ya mencioné, los beneficios no son suficientes para los que necesitan y necesitan, por eso dan un paso al costado.

### **TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS: CLIENTES**

*Olaechea Anicama, Sebastián (24.10.2022)*

1. Hay mucha rotación porque no se suelen llevar las cosas bien entre las áreas y el clima es pésimo.
2. Mi motivo fue porque entre un trabajo mejor.

*Bonifaz Vásquez, Guillermo (24.10.2022)*

1. El lugar donde laboran no es cómodo, pagos muy bajos y excesivo trabajo.
2. Las tareas en abundancia por falta de personal.

*Advíncula Tubillas, Piero (25.10.2022)*

1. Suelen retirarse muchas veces por que el pago es muy poco si se reflejan en todo lo que hacen, también por que la comunicación no es muy buena.
2. Tuve problemas con los supervisores y por eso me retiré.

*Cahua Hernández, Carol (26.10.2022)*

1. Las mayores razones por las cuales se van a otras áreas o empresas creo que es por la falta de experiencia, ya que si realiza algo mal y tu sin saber te podían llamar la atención.
2. Mi motivo por el cual me fui por ese mismo, no me gustaba el trato que me daban allí.

*García Muños, Jairo (26.10.2022)*

1. La mala productividad que tiene algunos, responden de una manera mal y se pelean constantemente las áreas, muchas veces lo hacen por querer hacer las cosas velozmente por las metas del mes y lo realizan todo mal.
2. Yo me fui porque las sobrecargar de trabajo eran muchas y el pago por llegar a las metas no me parecían los correctos.