

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA

ESCUELA DE POSGRADO



**EL ENDOMARKETING Y LA MEJORA CONTINUA DEL
RESTAURANTE “SABORES PERUANOS”, MIRAFLORES,
2021**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN:

GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL

PRESENTADO POR LOS BACHILLERES

PASCUAL VEGA ERIKA

MATOS ORTIZ CHRISTIAN WILLIAM

LIMA – PERÚ

2022

RESUMEN

La presente investigación titulada *El endomarketing y la mejora continua del restaurante “Sabores Peruanos”, Miraflores, 2021* planteó el objetivo determinar la relación que existe entre las variables en estudio en el restaurante miraflorentino Sabores Peruanos en el 2021, por lo que se recurrió a una amplia base de datos con diversos autores e investigadores nacionales e internacionales que sustentan sus argumentaciones en base al tema. Metodológicamente, presenta un enfoque cuantitativo por pretender cuantificar las variables, en la escala de Likert. También es de tipo aplicado, nivel correlacional y diseño no experimental. Se aplicó una encuesta a los 20 trabajadores del restaurante. Los resultados fueron corroborados con Santamaría (2017), Camelo, Vallejo y Gómez (2015), Honores y Noriega (2019), García y Pérez (2019) y Chávez y Chilón (2018). Las conclusiones abordadas es que sí existe relación positiva, significativa y moderada ($r = 0.502$) entre el endomarketing y la mejora continua en el restaurante estudiado durante el año 2021. Del mismo modo, existe relación moderada del endomarketing y las dimensiones de la mejora continua, es decir, los productos y servicios de calidad ($r = 0.512$), el valor de la marca ($r = 0.515$) y el control de gastos ($r = 0.529$). Finalmente, las principales recomendaciones fueron continuar con la aplicación de técnicas de endomarketing para que de esta manera se genere la mejora continua y motivar mediante incentivos a los colaboradores de este restaurante miraflorentino.