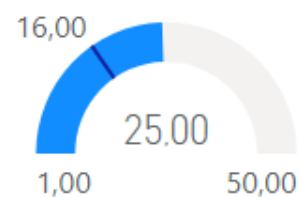


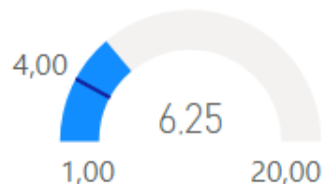
Premier
AUTOMOTRIZ

REPORTE ANALÍTICO AGENCIA TOYOTA MOCHIS

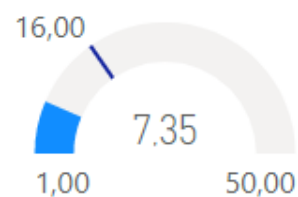
INDICE 2019



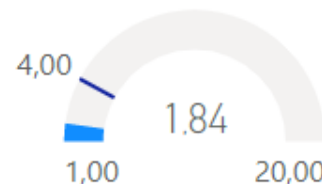
HB 2019



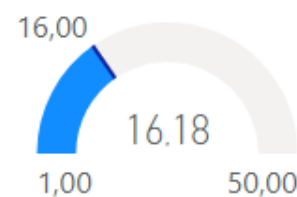
INDICE 2020



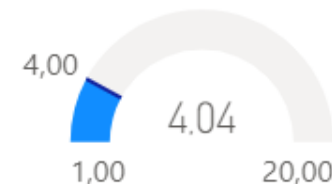
HB 2020



INDICE 2021



HB 2021



Marca índice

Toyota

Agencia índice

mochis

Marca

Toyota

Agencia

Mochis

660 mil

Costo de rotación

0,01 mill.

Costo si la rotación fuera 16%

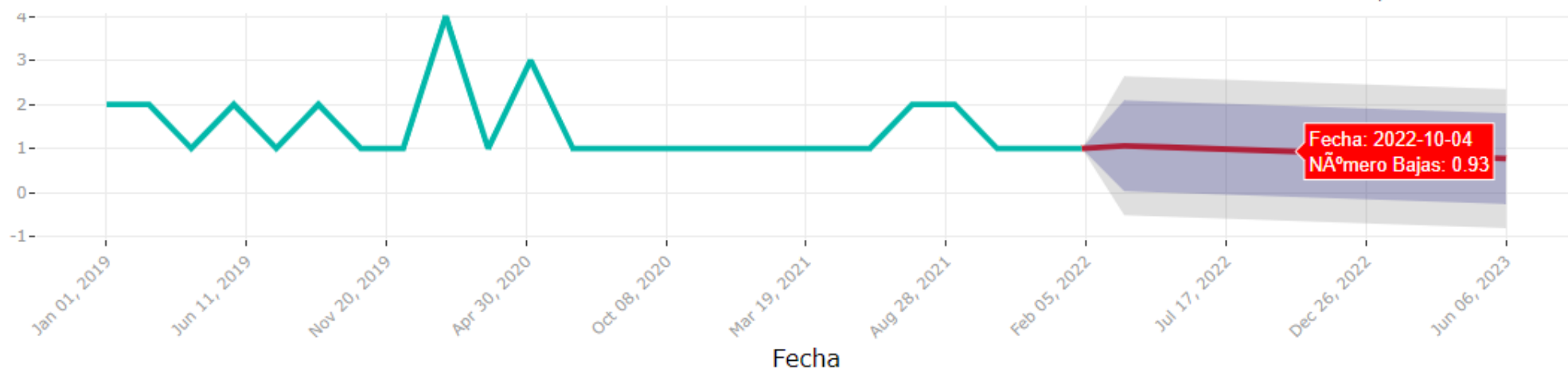
Comportamiento de bajas

Forecasts from ETS(A,A,N)

16,18

Índice de rotación promedio

Número Bajas

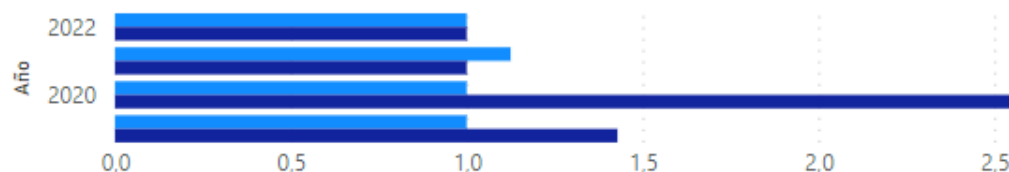


eNPS

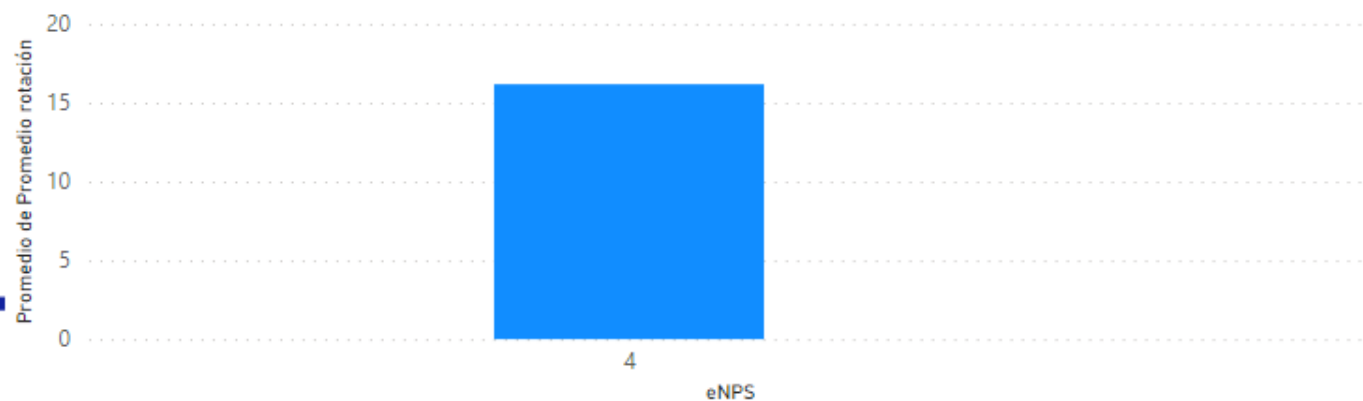


Voluntario / Involuntario por año

● Voluntario ● Involuntario



Relación entre rotación y eNPS



← Volver atrás

≡ Rotación



Resultados MatterTalent Todas | Datos actualizados el 29/3/22

Insights de rotación

A pesar de pandemia, la tendencia de la rotación es atípica, ya que en el 2019 se tuvo el índice de rotación más alto y en el 2020 el más bajo. Sin embargo en el 2021 la rotación volvió a subir. La agencia está dentro de la meta de rotación que se ha fijado para el grupo.

Se confirma que los detractores son aquellos que están moviendo la tendencia a la rotación.

La tendencia en los últimos 2 años ha sido de rotación voluntaria. Consideramos que esta tendencia puede estar relacionada a efectividad de perfilar durante la contratación y también a el clima organizacional, donde, por ejemplo “justicia organizacional” puede propiciar comportamientos de incumplimiento de normas.



Marca

Toyoya



Agencia

Mochis



DETRACTORES y PROMOTORES por Marca

● DETRACTORES ● PROMOTORES

Toyoya



8,49

Lealtad



8,94

Orgullo



8.15

Satisfacción





Insights de los indicadores

- Los 3 indicadores base que estamos midiendo se encuentran en promedios altos. El reto es poder encontrar actividades que los puedan subir aún más.
- Sin embargo si lo vemos por efectos de promotores y detractores, hay 40 promotores y 10 detractores (generales combinados) lo que se lee como de cada 100 personas 30 son promotores del clima organizacional en la empresa. Una primer meta que la agencia se debe de poner es convertir a esos detractores en promotores y entender que está pasando con los pasivos.

- Marca
- ☐ Autocountry
 - ☐ GMC
 - ☐ Kia
 - ☒ Toyoya

- Agencia
- ☐ Culiacan
 - ☐ Guasave
 - ☐ Mazatlan
 - ☒ Mochis
 - ☐ Zaragoza

Elementos influyentes clave Segmentos principales

Qué influye en Lealtad para Aumento ?

Cuando...

Atmósfera estimulante es más de 4

Se puede suspender el trabajo para idear es más de 4

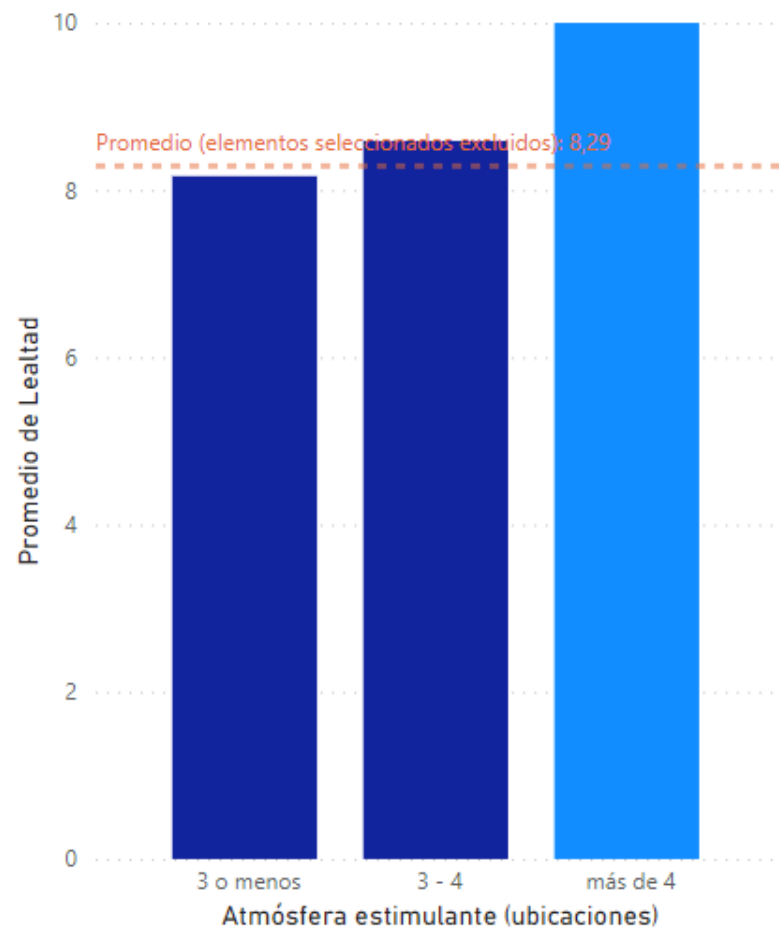
...el promedio de Lealtad aumenta en

1,71

1,63

La lealtad responde a la atmósfera estimulante en la agencia. De aquí, el accionable o variable que conduce a incrementar la lealtad es la posibilidad de poder suspender el trabajo para aportar nuevas ideas. Muchas veces esto tiene relación a que los colaboradores están (o sienten que están) muy ocupados como para escuchas o proponer sugerencias de mejora en la empresa. Que a su vez conduce a desgaste emocional.

← De media, es más probable que Lealtad aumente cuando Atmósfera estimulante es más de 4 que de lo contrario.



☐ Mostrar solo los valores que son influyentes

- Marca
- ☐ Autocountry
 - ☐ GMC
 - ☐ Kia
 - ☒ Toyoya

- Agencia
- ☐ Culiacan
 - ☐ Guasave
 - ☐ Mazatlan
 - ☒ Mochis
 - ☐ Zaragoza

Elementos influyentes clave Segmentos principales

Qué influye en Lealtad para Disminución ?

Cuando...

Se puede suspender el trabajo para idear es 4 o menos

Se toman decisiones independientes es 4 o menos

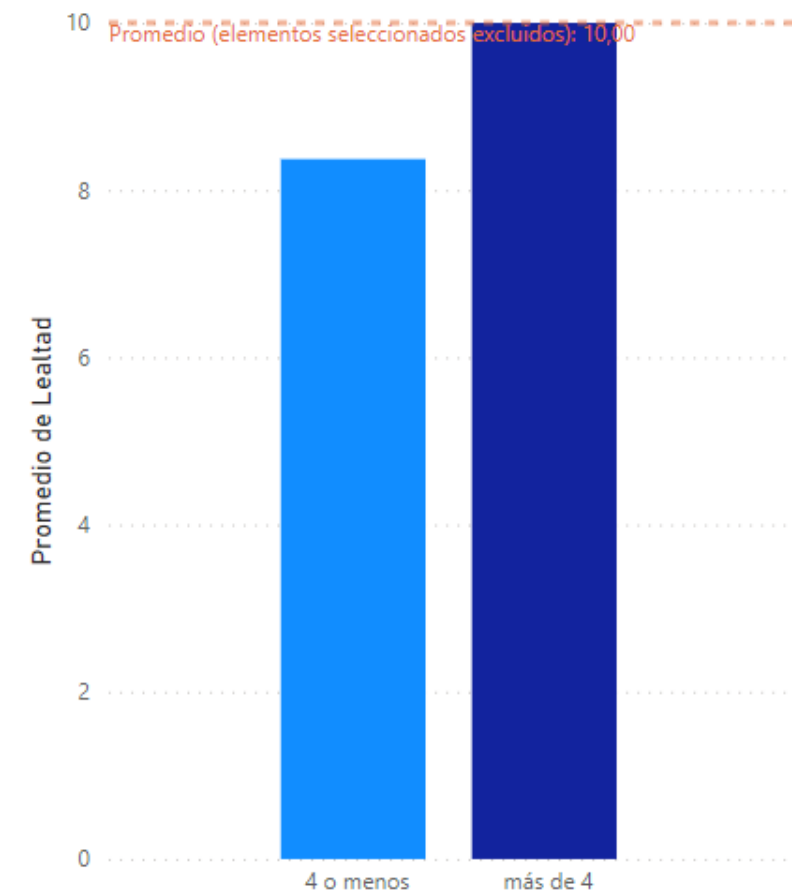
...el promedio de Lealtad disminuye en

1,63

1,6

Es interesante que la variable que más baja la lealtad es también la posibilidad de suspender el trabajo para aportar nuevas ideas y que el accionable es “se toman decisiones independientes”. Se podría interpretar como “yo no aporté ideas porque aquí no se toman decisiones de forma independiente”. Muchas veces esto está correlacionado a jerarquías o silos muy marcados.

← De media, es más probable que Lealtad disminuya cuando Se puede suspender el trabajo para idear es 4 o menos que de lo contrario.



Se puede suspender el trabajo para idear (ubicaciones)

☐ Mostrar solo los valores que son influyentes



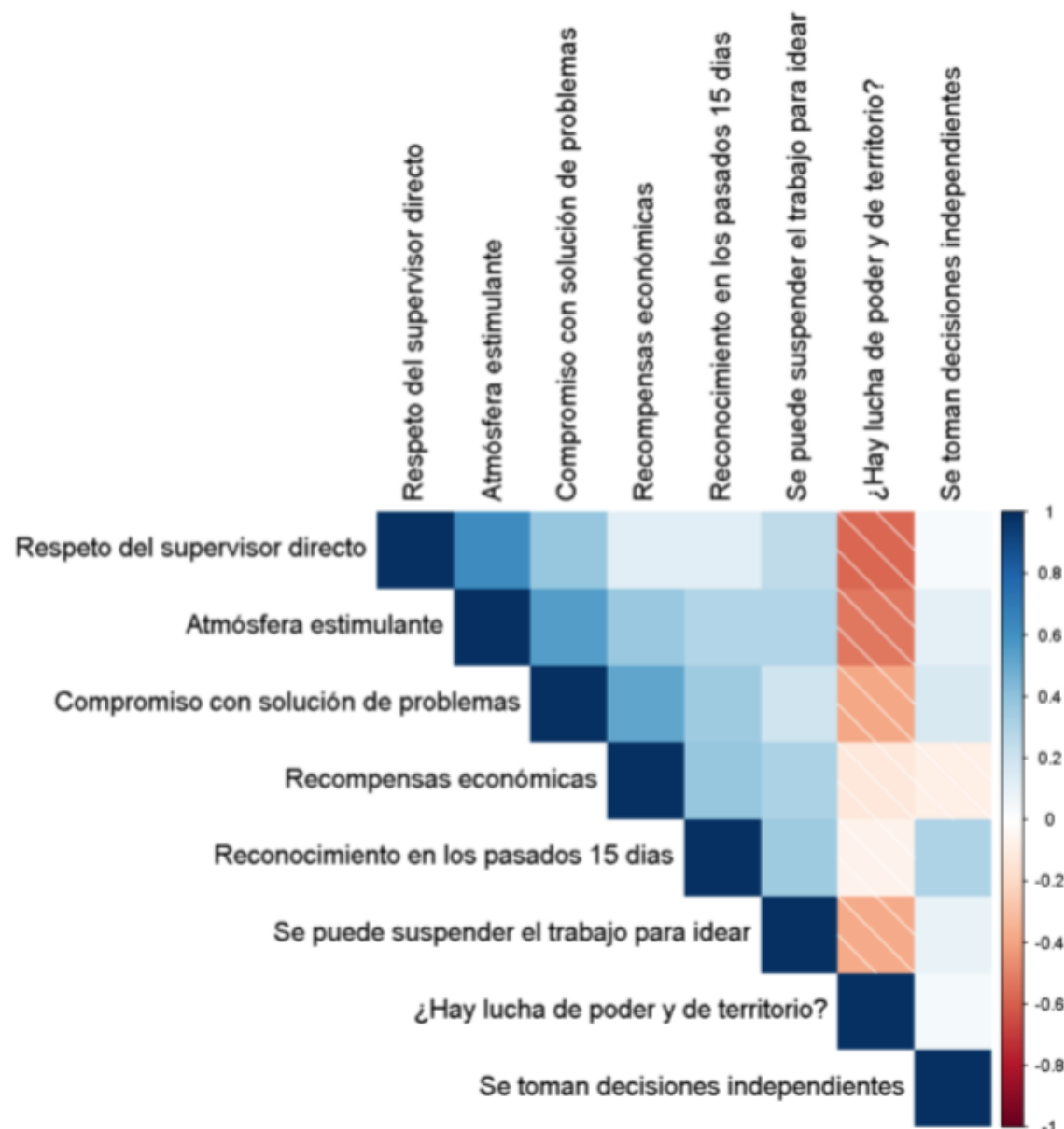
Agencia

- ☐ Culiacan
- ☐ Guasave
- ☐ Mazatlan
- ☒ Mochis
- ☐ Zaragoza

Marca

- ☐ Autocountry
- ☐ GMC
- ☐ Kia
- ☒ Toyoya

El efecto más sobresaliente de las correlaciones lo vemos en la variable “hay luchas de poder y de territorio” y se explican por: respeto del supervisor directo, compromiso con la solución de los problemas y de nuevo aparece el poder suspender el trabajo para aportar nuevas ideas. Estas variables combinadas nos hacen referencia a burocracia y política interna muy marcada.



¿Qué ventaja tiene para ti trabajar en Grupo Premier al compararla con otras empresas? y Excludes



☐ Autocountry

☐ GMC

☐ Kia

☐ Mazatlan
☒ Mochis
☐ Zaragoza

Desviadores positivos y negativos:

Desviadores positivos

- Principales son Ayalas Rojas Misael y Osorio Marquez Mariela. Ellos 2 están bastante distanciados creando especie de polos de influencia positiva a la ruta crítica y por lo tanto representan los desviadores con mayor potencia para influenciar a toda la agencia. Al centro de la influencia positiva están: Erick Alarcón Morales, Dieguez Trinidad y Moreno Manuel Alejandro.
- Se observa una separación marcada con una especie de sub grupo de trabajo que puede ser reflejo del resultado de luchas de poder. Ya sea los polos positivos o bien este otro grupo que se segmenta del grupo grande de colaboración.

<https://embed.kumu.io/d9dff009bc8e1c305b92312c031d766f>

Desviadores negativos

- El principal desviador negativo es Vazquez Rabago Edgar Humberto aunque parece tener alguna especie de dinámica (de fricción o cohesión) con: Esper Felix Ricardo, Roman Estela Guadalupe, y Álvarez López Araceli.
- También se puede observar un segundo grupo de colaboradores bien marcado, que de nuevo visualiza la posible razón de los resultados de las luchas de poder.
- Irma Leticia tiene una alta influencia negativa en compañerismo.

<https://embed.kumu.io/04c9852f12d8ffc041a7897df9067e6a>



Acciones recomendadas

Acciones recomendadas

- Hacer mas visibles y claros los procesos – puede ser comunicación o acceso a manuales.
- Proveer de una rutina de reconocimiento positiva (usar a Mariela como desviadora positive de comportamientos) y aislar la retroalimentación que se pueda dar por falta de cumplimiento de procesos.
- Reconocer públicamente mejoras que se puedan hacer a procesos o manuales.
- Empoderar taskforce transversal en algún Proyecto específico.
- Proveer a los gerentes de criterios y reglas para recompensar y determinar correctamente la aportación de nuevas ideas.
- Proveer capacitación de “project management” a ciertas personas (interesados voluntaries)
- Capacitar en herramientas de juicio afirmativo (pelota).