



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE
DEL ÉXITO EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE
CEBICHERÍA JIMMY’S, SULLANA - 2014”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

VARGAS MACHUCA ESPINOZA GIANINA LEONOR

ASESORA:

MG. RODRÍGUEZ ORTEGA NÉLIDA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PLANEAMIENTO

PIURA – PERÚ

2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 3:00 pm del día VIERNES 08 de MARZO del 2019.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

“EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE DEL ÉXITO EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE CEBICHERÍA JIMMY’S, SULLANA - 2014”

Sustentada por:

VARGAS MACHUCA ESPINOZA GIANINA LEONOR

Bachiller en: _____ (Apellidos) _____ (Nombres)

Administración.

ACUERDAN:

Aprobar la tesis

RECOMIENDAN

Levantar las observaciones



Presidente (a) del Jurado: Dra. Nélide Rodríguez de Peña

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: Dr. Freddy Castillo Palacios

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: Eco. Milena Noblecilla Saavedra

Nombre Completo

Firma

CAMPUS PIURA:
Av. Prolongación Chulucanas s/n.
Tel.: (073) 285 900 Anx.: 5501.

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
ucv.edu.pe

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a todas las personas que tienen un profundo significado en mi vida, en especial a Dios quien inspiro mi espíritu, a mis padres quienes fueron un gran apoyo emocional durante el tiempo en que se desarrollaba, a mi novio Juan José quien me alentó a continuar cuando parecía que me iba a rendir, a mis hermanos de quienes espero ser un ejemplo a seguir, a mis abuelitos Leonor, Felipe, Daniel y Orquídea demostrándoles que la perseverancia es el tesón en la realización de algo y sobre todo a aquellos que esperaban mi fracaso en cada paso que daba.

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer sinceramente a mi asesora de tesis Doctora Nélida Rodríguez Ortega, su constante apoyo y paciencia.

Su manera de trabajar, sus orientaciones, sinceridad, su persistencia y motivación han sido fundamentales para mi formación no sólo como alumna a lo largo de mis años de estudio sino como investigadora al desarrollo de mi Tesis.

Ella ha inspirado en mí un sentido de responsabilidad, seriedad y rigor académico sin los cuales no podría tener una formación notable como investigadora.

A su manera ha sido capaz de ganarse mi admiración así como a sentirme en deuda con ella por todo lo recibido durante el tiempo en que fue mi maestra, Directora de Escuela y Asesora de Tesis.

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Gianina Leonor Vargas Machuca Espinoza, con DNI N° 46538407, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, Mayo del 2015.



Gianina Leonor Vargas Machuca Espinoza

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Evaluación y Propuesta de los 5 factores clave del Éxito Empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy’s, Sullana – 2014”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Gianina Leonor Vargas Machuca Espinoza

INDICE	
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
PRESENTACIÓN.....	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad Problemática	10
1.2. Trabajos Previos	10
1.2.1. Antecedentes internacionales.....	10
1.2.2. Antecedentes nacionales	13
1.2.3. Antecedentes locales	15
1.3. Marco Teórico	15
1.4. Problema	36
1.5. Objetivos	36
II. MARCO METODOLÓGICO.....	37
2.1. Variable	37
2.2. Operacionalización de las variables	38
2.3. Metodología	39
2.4. Tipos de estudio	39
2.5. Diseño.....	39
2.6. Población, muestra y muestreo	40
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
2.8. Métodos de análisis de datos.....	41
2.9. Aspectos éticos.....	41
III. RESULTADOS	42
IV. DISCUSIÓN	50
V. CONCLUSIONES	53
VI. RECOMENDACIONES	54
VII. PROPUESTA	55
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
ANEXOS	64
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	65
ANEXO 2: INSTRUMENTOS.....	66
ANEXO 3: VALIDACIONES	72
ANEXO 4: CONFIABILIDAD.....	94
ANEXO 5: FORMATO TURNITIN DEL ASESOR	95

RESUMEN

El principal objetivo de este trabajo ha sido determinar los 5 factores claves de éxito empresarial en el Restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana, siguiendo el modelo de los 5 factores claves de éxito empresarial presentados en el CADE Ejecutivos 2013 por Carlos Rodríguez Pastor. Para recopilar la información se aplicó una encuesta aplicada a 3 objetos de estudios, clientes, proveedores y colaboradores de la Cebichería Jimmy's en la ciudad de Sullana. El presente estudio se realizó sobre una población infinita para los clientes ya que no se contaba con una cartera de clientes, y por ello el muestreo por conveniencia fue adecuado. Además se analizó a 20 colaboradores y 18 proveedores en su totalidad. Los resultados de la encuesta reflejaron algunos hechos relevantes, en primer lugar que más del 70% de los encuestados en los 3 casos no conocen la visión de la empresa, en segundo se rescataron los valores a desempeñarse en la organización respeto, Trabajo en Equipo y Responsabilidad y como tercer punto lo que se debe cambiar ya que no se está nada satisfecho es con las instalaciones y las sanciones para los colaboradores. Se concluye que la visión de la cebichería Jimmy's es conocida por sus colaboradores pero solamente de manera empírica; por otro lado los valores organizacionales no son practicados dentro de la empresa además que carecen de innovación y los procesos no están definidos. Este estudio no ha sido aplicado a una empresa pequeña, de allí que la resolución de este problema sea una variable importante de estudiar dentro de la administración de la Micro y pequeña empresa. La solución a tal situación es proponer la visión y valores a la empresa, además de algunas innovaciones y el proceso de manufactura.

Palabras claves: Empresa, Factores, Éxito, Servicio, Comida.

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the five key factors of business success in the Cebichería Jimmy's Restaurant of Sullana, following the model of the five key factors of business success Executives CADE presented in 2013 by Carlos Rodriguez Pastor. To collect the information a survey of three objects of study, customers, suppliers and partners of the Cebichería Jimmy's in the city of Sullana was applied. The present study was performed on an infinite population for customers since not had a customer base, and therefore the convenience sampling was adequate. In addition to 20 employees and 18 suppliers it was analyzed as a whole. The survey results reflected some relevant facts, first that over 70% of respondents in all 3 cases do not know the vision of the company, second values are rescued perform in the organization respect, teamwork and responsibility and as third point which should be changed as it is not at all satisfied is with the facilities and the sanctions to reviewers. We conclude that the vision of cebichería Jimmy's is known for their employees but only empirically; on the other hand organizational values are not practiced within the company also lacking innovation and processes are not defined. This study has not been applied to a small business, hence the resolution of this problem is an important variable to study within the administration of the Micro and Small Business. The solution to this situation is to provide the vision and values of the company, plus some innovations and manufacturing process.

Keywords: Company, Factors, Success, Service, Food.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Los Factores claves para alcanzar el éxito empresarial son los componentes que le permiten al empresario lograr los objetivos que se ha diseñado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única; la presente tesis se ejecutó con el objetivo de determinar el nivel de cumplimiento de los 5 factores claves de éxito empresarial en el Restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana. Para ello se analizaron los 5 factores clave del éxito empresarial: Visión, Valores, Gente, Procesos e Innovación, con el propósito de establecer la visión empresarial de la Cebichería Jimmy's, así como determinar sus valores, evaluar el nivel de satisfacción de los colaboradores externos e internos, estipular características fundamentales de los productos y/o servicios y determinar los procesos que utilizó.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Antecedentes internacionales

Se realizó una exhaustiva revisión de antecedentes tanto a nivel nacional como internacional, donde se encontraron informes de investigación como el de Barragán (2010), en su "Guía metodológica para la Planificación Estratégica en Pymes del sector servicios basada en Balanced Scorecard" de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá - Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas; es una investigación descriptiva basada en un trabajo de campo, donde la autora plasmó que la mayoría de las organizaciones son construidas en torno a indicadores y metas financieras y que estos casi siempre tienen poca relación con el perfeccionamiento en el logro de los objetivos estratégicos de mediano y largo plazo. Estos sistemas de control de gestión tradicionales, no ayudan a contrarrestar a no operar los objetivos de largo plazo con la misma intensidad y oportunidad que los de corto plazo.

Por ello se recalcó el énfasis que las organizaciones colocan en sus objetivos financieros de corto plazo y se genera una brecha entre el desarrollo de la estrategia y su implementación, por ello se desarrolló implementar el Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral ya que esta herramienta impide que solamente se usen los indicadores financieros para evaluar el desempeño de las organizaciones y contribuye a enlazar los objetivos estratégicos de largo plazo con las acciones de corto plazo. La autora formuló, entre otras conclusiones que las razones del fracaso deben relacionarse en la mayoría de los casos con deficiencias graves en el establecimiento de estrategias, formulación de objetivos y expectativas poco realistas,

inexistencia de un plan de negocios, crecimiento no planificado, falta de previsión y planeación estratégica. Además nos expuso que Nueve de cada diez compañías fallan en la ejecución de sus estrategias por problemas en su visión, en su gente o en su capacidad de gestión.

Se concluyó además que el sector servicios tiene falencias en la definición de su misión y visión debido a que en la mayoría de los casos se enfocan a mostrar su servicio y calidad con el fin de enganchar clientes, pero descuidan criterios importantes como su capital humano. Y por otro lado las empresas PYMES de servicios en Colombia no están capacitadas para definir una misión y una visión que las lleve a determinar con exactitud su ventaja competitiva, su diferenciación y sus focos estratégicos.

Otro de los informes fue el de Montalvo (2008), en su trabajo de grado para optar al título de Administradora de Empresas; titulado “Plan de negocios para el montaje de un restaurante en la ciudad de Cali, de comida tradicional italiana”, de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, el cual sería un restaurante de cocina italiana, que buscó diferenciarse de los demás restaurantes en la ciudad de Cali, gracias a aspectos como la calidad en la comida y en el servicio, relación entre calidad y precio, el valor agregado que se ofrecerá al público y la originalidad de sus platos.

Arlecchino cocina italiana se especializaría en preparar pasta fresca, pasta casera, recién hecha; por esta razón se desea entrar en el negocio ya que éste podrá ser un gran atractivo, en un mercado todavía en descubrimiento. Esto es lo que hace la diferencia frente a los competidores: es algo diferente de lo que se ve tradicionalmente en la ciudad de Cali.

Este proyecto buscó diferenciarse de los demás brindando calidad en la comida y en el servicio, el valor agregado que ofrecía al público era la originalidad de los platos. Fue una investigación explicativa, donde se buscó explorar la tendencia de que comer en restaurantes es un negocio que crece día a día, con base en una serie de preguntas que fueron respondidas a través de encuestas realizadas a personas de la ciudad de Cali. Además qué las personas van a los restaurantes, en este caso la mayoría va por razones sociales, lo que implica que buscan un lugar confortable y de relajación en el cual puedan disfrutar de una buena comida o bebida en compañía de amigos.

Por su parte Solano (2010), quien elaboro la tesis “Planificación Estratégica Aplicada al restaurante vegetariano Sabor de Zen” en el período 2010- 2012 de la Universidad de Cuenca

de Ecuador - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, elaboró primeramente el marco teórico de los temas que serán la base de la tesis, para luego elaborar un diagnóstico de cómo se encuentra el restaurante en la situación actual, y después elaborar un plan estratégico con sus respectivos pasos y objetivos a lograrse; seguido de un plan de presupuesto de ventas, costos, gastos y utilidades a desarrollarse en el plan, así como también los puntos de equilibrio de los años respectivos y finalmente las conclusiones y recomendaciones que hemos podido especificar para el mejor rendimiento del restaurante vegetariano “Sabor de Zen”.

La investigación concluyó que el restaurante vegetariano “Sabor de Zen” necesita de urgencia tener un Plan Estratégico para poder dirigir la empresa hacia el progreso y desarrollo y por otro lado que 100% de los clientes consideran que la ubicación del restaurante es la adecuada.

Por otro lado la autora recomendó que es importante que la empresa utilice uniforme para poder identificarse y dar una mejor imagen. Además que el restaurante ofrezca más platos a la carta, como comida rápida y platos nacionales. La atención que brinda el restaurante debería extenderse a los días domingos y ser más ligera para de esta manera no hacerles esperar a los clientes.

Se consideró a García (2012), en su Proyecto de grado para optar al título de Administrador de Empresas titulado “Diseño de Planeación y Direccionamiento Estratégico aplicado al Restaurante Zaguán de la Quinta”, en la Universidad Autónoma de Occidente en la ciudad de Santiago de Cali - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas el tipo de estudio de este trabajo de investigación es descriptivo. El Zaguán De La Quinta es un restaurante que ofrece a sus clientes una amplia gama de productos gastronómicos desde hace 7 años aproximadamente. Sin embargo la propietaria y también gerente del restaurante no posee conocimientos teóricos y prácticos de tipo administrativos, lo cual desencadena diferentes problemas de planeación y cumplimiento de objetivos, que no permiten obtener un mayor crecimiento y competitividad.

Con este trabajo se pretendió que la empresa tenga una guía para enfrentar los problemas que presenta, y poder ser una empresa exitosa en un sector gastronómico cada vez más competitivo. Es importante destacar que la planeación estratégica es un proceso que permite tomar decisiones en una organización.

Para la realización del proceso de planeación y direccionamiento estratégico fue necesario en primer lugar realizar un minucioso diagnóstico de la empresa, seguido de una elaboración de principios corporativos, misión y visión, con el fin de conocer cuál es la razón de ser de la empresa, y ha donde tienen proyectado llegar. Con la información obtenida del diagnóstico interno y externo se realizó una serie de estudios a través de 6 matrices que sirvieron como herramienta para analizar la empresa. En segundo lugar, para complementar el proceso, se integró junto al direccionamiento, la planeación estratégica; herramienta que permitió formular estrategias alternativas para que si es el caso, el restaurante pueda aplicar a futuro. Se buscó que la empresa tenga una guía para afrontar los problemas que presentaba, y lograr así ser una empresa exitosa en un sector gastronómico cada vez más competitivo.

Se resaltó que la planeación estratégica es un proceso que permite tomar decisiones en una organización, debido a un análisis que se genera a partir de información derivada de un diagnóstico interno y externo, para direccionar así a la empresa competitivamente.

Concluyéndose que por lo general las empresas medianas y pequeñas no aplican la planeación estratégica, como es el caso este restaurante, por que quien ejerce el papel de Gerente, es una persona que conoce la parte operativa del negocio y no la parte teórico administrativa.

Y que gracias a la metodología que se desarrolló en este proyecto la empresa pudo conocer más sobre su situación actual, y puede generar un cambio en el paradigma que tienen los gerentes sobre la planeación, ya que es una herramienta asequible y sobre todo importante para ser competitivo. Además que el restaurante tuvo diferentes oportunidades para ser más competitivo, pero debido a que no son aprovechadas, se está viendo afectado por diferentes amenazas en especial por la competencia.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Otro proyecto aprovechado en la elaboración de esta tesis es el de Madrid (2006), "Estudio de la calidad en el servicio de atención al cliente de la oficina de normalización Previsional Piura y su repercusión en la satisfacción de los pensionistas de la Ciudad de Piura"- Facultad de Administración de Empresas; tipo de investigación no experimental, descriptivo, transversal, correlacional. En el cual la autora formula, entre otras conclusiones, que el atributo de mayor calidad con mayor expectativa es la cortesía. Con respecto al grado de satisfacción de

los empleados es bajo, ya que estos se sienten desmotivados por diversos factores: falta de incentivos, de capacitación adecuada, no son escuchadas sus sugerencias para el mejoramiento del servicio.

Por otro lado a través de esta investigación se pudo determinar que el factor más importante de la calidad de atención para satisfacer a los clientes de la Oficina de Normalización Previsional de Piura es la cortesía. Además de este factor hay otros que de igual manera son importantes como: la rapidez, seguridad, profesionalismo, comprensión, comunicación y capacidad de respuesta.

Por otro lado Bayona (1994) propone el “Planeamiento Estratégico para una Empresa Comercial” de la Universidad de Piura – Facultad de Ciencias Empresariales. Donde concluyó que el buen posicionamiento entre los clientes y proveedores del sector y la capacidad económica de la empresa; asimismo una desorganizada labor administrativa, una estrecha rivalidad con los competidores especialmente comercial (quien posee una posición más ventajosa que comercializadora Beta) y la dependencia de un grupo negociador considerable, el mayorista menor.

El macro entorno nos presenta siempre un crecimiento beneficioso del mercado de abarrotes pero también nos presenta nuevos nichos, como el de restaurantes y otros similares de mayor rentabilidad. Y cabe mencionar que la actividad de venta no modificada y la no innovación de las formas de capacitación de mayor mercado, se constituyen, entonces como las principales oportunidades para la empresa, pues las estrategias recomendadas en el presente estudio apuntan a una transformación de la labor tradicional pasiva del mayorista hacia la diversificación de la cartera de clientes y del servicio de atención es decir que “salir del mercado”.

Por su parte Menéndez y Ruesta (2010) presentaron la investigación titulada “Estudio de factibilidad para implementar un servicio de Delivery en restaurantes de comida criolla en el distrito de Piura durante el año 2010” de la Universidad Cesar Vallejo de Piura – Facultad de Ciencias Empresariales, Aplico una metodología de tipo descriptivo y de diseño no experimental. Donde el objetivo de esta tesis fue el de analizar la factibilidad de implementar este proyecto. Además se recolectó información mediante la técnica de la encuesta, para la selección de la muestra utilizaron el muestreo aleatorio.

Concluyéndose entre otras que es factible implementar el servicio de Delivery en los restaurantes de comida criolla en el distrito de Piura.

La demanda de la comida criolla en el distrito de Piura es muy amplia, ya que del total de encuestados el 91.7% prefiere este rubro de comidas, seguido por la comida china (14.6%), dentro de los cuales, tres restaurantes son los más frecuentados por nuestros comensales: Restaurante Caracol Azul (31.3%), LAS Dos Jarras (22.9%), y la Isla (21.9%).

1.2.3. Antecedentes locales

Y por último pero no menos importante se recurrió a Chunga y Risco en su Diagnóstico y Propuesta de un Plan Estratégico para el Restaurante las Gaviotas – ubicado en la Ciudad de Sullana para el año 2009 de la Universidad Cesar Vallejo Piura – Facultad de Ciencias Empresariales donde las autoras al culminar el diagnóstico, formulan entre otras conclusiones que la competencia directa del restaurante Las Gaviotas está representada por aquellos restaurantes que a criterio de las autoras son los que registran mayor afluencia de público, atendiendo a un orden pre- establecido tales como: La Isla del Rey, La cocina de don Carlos, Restaurante Lo Nuestro y Cebichería Miñán. Mientras que los aspectos débiles con lo que cuenta el restaurante es la cordialidad en la atención básicamente en presentación de los mozos, la falta de capacitación de personal que labora en el restaurante. El funcionamiento del restaurante solo es realizado de manera rutinaria debido a la falta de un plan estratégico. Y resalta la ausencia de un sistema de administración en el reclutamiento y selección del personal.

1.3. Marco Teórico

El por lo todo resaltado anteriormente se precisó que en muchas organizaciones en el país no solo dependen de productos que ofrecen sino también hay otros factores como saber administrarlas, cabe destacar que el desempeño en estas organizaciones depende de su administración y de cómo se implementan las técnicas administrativas dentro de éstas. Es por ello que la aplicación de los factores claves del éxito empresarial son muy importantes en la cebichería Jimmy's Sullana y por ello se debe inclinar por asignar la administración y/o delegar funciones para tratar de solucionar los problemas que se generan en la organización debido a la falta de conocimientos de los nuevos avances en administración de empresas.

Esto nos ayudó a generar una directriz hacia dónde vamos, se mejoró las ventas, explotando de la manera correcta el potencial de nuestros colaboradores tanto internos como externos y sobre todo aumentar el potencial de nuestros productos y los procesos.

Este proyecto fue de interés tanto para la empresa ya que le permitió buscar los medios que le ayuden permanecer en el tiempo, como para los clientes pues buscó una mejora en los niveles de satisfacción de ellos mismos, los proveedores ya que se mejoró la eficiencia en las entregas y la relación con la empresa además para la escuela de Administración de Empresas ya que se generó una investigación de análisis de los 5 factores de éxito empresarial y sobre todo porque se aplicaron los conocimientos obtenidos durante 4 años de estudio de teoría a la práctica.

Sobre todo nos procuró mostrar cuán importante es trascender en el tiempo en conocimientos y como la correcta aplicación de técnicas en estudio de administración puede mejorar un negocio tradicional que se ha mantenido a lo largo de los años y convertirlo en un negocio de éxito.

Pero para ello se requirió de una amplia y enriquecedora teoría en la cual se determinó por ejemplo que La Conferencia Anual de Ejecutivos (CADE) fue establecida desde hace más de 40 años por el Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE), la cual se ha establecido como la reunión anual más importante del Perú, congregando aproximadamente 500 participantes entre ellos a los más importantes líderes empresariales, políticos, ejecutivos, académicos y prensa del país; siendo clausurado todos los años por el Presidente de la República.

El CADE plantea la discusión de grandes temas del país. Siendo su objetivo generar la concepción de aportes y propuestas para solucionar los principales problemas de orden socio-económico del país.

Como lo definió Carlos Mariotti su creador "El CADE es una tribuna libre, abierta a toda opinión constructiva; a toda propuesta que tienda a la solución de los problemas".

CADE es producto de la visión y tesón de don Carlos Mariotti, uno de los fundadores. Desde un inicio su objetivo fue organizar "una conferencia que reuniera, una vez por año, a los

ejecutivos y otros exponentes de la vida económica del país, que compartan de las inquietudes de los fundadores de IPAE, para tratar en conjunto, en forma sistemática, objetiva y académica, algunos de los problemas relacionados con sus responsabilidades y misión, frente a sus propias empresas y ante el país", desde entonces CADE se convirtió en el principal foro del país.

En la CADE Ejecutivos 2013 que se realizó en Paracas, en su conferencia magistral, Carlos Rodríguez pastor presidente del Grupo Intercorp hizo una lista de los cinco factores del éxito empresarial donde determinó entre ellos a los Valores, ya que todo comienza por este aspecto. "En Intercorp se resaltó cuatro: transparencia, espíritu de superación, trabajo en equipo y humildad". Por otro lado la Visión, ya que es la necesidad de tener el camino claro: "Hay que fijar metas altas y estándares de clase mundial". La Gente, es la esencia de las empresas. "Es muy popular decir que los clientes son la razón de ser, pero él recalcó que la gente es primero". Así como Innovar, es decir Asumir el reto con soltura. "Incentivar la innovación es tener tolerancia a los errores y hacer de estos un aprendizaje". Y por último los Procesos, variable final. "Pueden ser asombrosas tus ideas, pero si no tienes una estrategia no podrás desarrollarla".

Por otro lado definir la visión es primordial, pues representa un elemento fundamental para generar el plan estratégico rector. Dicho en términos metafóricos, la visión es el ADN de los planes y la luz que ilumina el camino y le da un sentido estratégico a los planes, programas, proyectos, acciones y decisiones de negocios. La visión es el conjunto de ideas rectoras y mapa de rutas del futuro de la organización, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades que planea desarrollar. (Hernández y Rodríguez y Palafox 2012).

Cabe resaltar que Fleitman (2000) resaltó que en el mundo empresarial, la visión es el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Sin embargo Hax (1995), precisó que la visión de una firma es una aspiración a futuro que los directivos tienen de la empresa, al respecto se deben dar a conocer siempre las ventajas competitivas que se esperan alcanzar, la importancia de la existencia de la organización en términos del propósito corporativo, el negocio que se desea abordar, las relaciones con los stakeholders, y el desempeño meta a lograr. En el fondo la definición de la visión debe representar un resumen de la organización en el futuro.

Como lo definió McGraw Hill (2000), “camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

Pese a que Serna (1994), indicó que la visión es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro, señala rumbo, la dirección, es la cadena o el lazo que une en las empresas el presente y el futuro. Además la visión es un conjunto de ideas generales que declaran amplia y suficientemente de donde quiere que sus organización este dentro de 3 a 5 años. Esta visión debe ser comprometedora y motivante, de manera que estimule e influya en el sentido de pertenencia de todos los colaboradores de la organización. En pocas palabras la visión es la que señala el camino y dirección que quiere tomar la empresa, a través de una conexión entre el presente y el futuro. Serna (2008).

Pero El simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, donde se debe considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc. Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir. Thompson y Strickland (2001).

Pero tal como lo afirmó González (2011), para la redacción de la visión se debe considerar algunos elementos, tales como que debe ser formulada por líderes, su dimensión de tiempo, amplia, detallada, positiva y alentadora, sin dejar de ser lo más realista posible, Comunicando siempre entusiasmo, Proyectando sueños y esperanzas, sobre todo que Incorpore valores e intereses comunes logrando usar un lenguaje ennobecedor, gráfico y metafórico.

Diferentes autores definieron como plasmar la visión respondiendo a ciertas preguntas (Louffat, 2012), como por ejemplo: ¿Quiénes Seremos? Ya que añade a la definición del

desarrollo organizacional, a la evolución en las etapas del negocio en su ciclo de vida: entrada, crecimiento, madurez, ¿Para qué existiremos?, se refiere a la ampliación, sea en profundidad o cobertura, de las necesidades a satisfacer de los actuales y futuros clientes, ¿A quiénes serviremos?, implica la ponderación de niveles de importancia de los grupos de interés en el futuro, contemplando la posibilidad de importantes cambios, como nuevos dueños o gerentes y ¿En qué nos diferenciaremos?, implica las nuevas propuestas de generación de valor agregado para satisfacción de los clientes a través de nuevas opciones que sean focos de atracción de potenciales consumidores.

En tanto otros autores como Muñiz y Monfort (2005) señalaron que la visión es el punto de referencia que se quiere alcanzar en el futuro, además establecen que la visión da respuesta a las preguntas como: ¿Qué deseamos lograr?, ¿Hacia dónde queremos ir?, ¿Qué y cómo queremos ser?, ¿Para qué lo hacemos? Y por último pero no menos importante ¿Cómo queremos que nos describan?

Aunque la visión responde a ciertas preguntas específicas ésta a su vez tiene características esenciales según lo señalado por Sandoval (2006), una vez que la visión ha sido creada e integrada en la actividad diaria de la empresa, aparece el propósito estratégico. Lo cual se refiere a buscar aspectos más concretos de la visión lo cual nos permita materializarla, mediante características esenciales, ya que debe ser amplia, concreta, motivadora, posible y sobre todo debe plantear metas muy ambiciosas que llevarán a la compañía a un éxito total.

Se debe tener una visión estable, si modificaciones ya que todos tenemos una misma visión: cada uno de los recursos que componen la organización tiene que involucrarse totalmente en la búsqueda de la visión. Para ello desarrollaron todos los esfuerzos que estuvieron a su alcance, compartiendo momentos de euforia y de crisis. La Visión debe Implicar un desafío ya que es algo que no tenemos, que deseamos y que requiere esfuerzo alcanzar ya que nos impulsa a la acción.

Otro de los factores clave de éxito empresarial que se estudió son los valores, ya que le otorgan a la empresa una identidad que distinguirá la forma en como cada uno de los integrantes hace su trabajo; estos definen las estrategias que cada uno emplee cuando trabaja en equipo, ya que con ellos es más fácil organizarse; convirtiéndose en una gran fuerza impulsora de cómo cada una de los empleados hace su trabajo, por lo que se ve reflejado el compromiso profesional; evitan conflictos entre el personal; marcan una manera distintiva de tomar

decisiones; permiten una mejor adaptación de los nuevos integrantes; promueven el aprendizaje continuo y el compromiso de los miembros de la empresa, entre muchos otros beneficios". (Villalpando, 2012).

Así mismo, los valores no se quedan solo en la simple definición y memorización de a que se refieren, ya que los valores no vienen de esta manera explícita en nuestros aprendizajes ya que en la escuela... sino es un apropiación personal de la vida cotidiana, por ello no solo basta con implementar los valores como una simple propuesta grabada en el papel, ni mucho menos hay que obligar a las personas a que los lleven a cabo. Es importante saber el gran impacto que causa una empresa cuando practica valores y cómo puede influenciar en sus trabajadores para que asuman estos valores como propios y los practiquen en su vida diaria, es decir los valores de una empresa son los valores de su personal y sobre todo de sus dirigentes, y por consiguiente forman la identidad de la empresa. Villalpando (2012). Estos representan las creencias profundamente arraigadas dentro de la misma y que se demuestran a través del comportamiento diario de todos sus empleados". Por otro lado, los valores corresponden a la forma de actuar de una organización, así como también a la manera en como desempeñan sus labores los trabajadores (Muñiz, 2005).

Los valores son ejes fundamentales por los que se orienta la vida humana y constituyen a la vez, la clave del comportamiento de las personas. Ese algo que da sentido a la actuación individual y social y explica el desarrollo cultural de las comunidades, hace posible la convivencia, ese algo son los valores. (Izquierdo, 1998).

Para el análisis de los valores se tomó la conceptualización de Agurto y Mendoza (2011) los cuales afirmaron que los valores institucionales individual y grupal se debe evaluar los valores que predominan en el comportamiento individual y grupal, estén o no declarados formalmente.

Se analizó los valores de las personas, efectuando un análisis de la Escala de Valores de los integrantes de la organización el cual incluye a todos los integrantes de la estructura, comprometiendo preferencialmente el análisis de los valores de los directivos, porque son los que tienen el poder para tomar decisiones. Por otro lado Siliceo (2000), presentó que el conjunto de valores sobre los cuales se construye la convivencia de un grupo social se caracteriza por configurar una parte fundamental de la identidad, por lo que los valores que el grupo inculca y espera que vivan los individuos, expresan la identidad o peculiar forma de ser del grupo.

Por medio de los valores, se orienta el comportamiento, de tal forma que una vez definidos los valores que rigen la vida grupal, se supone que en la medida en que todos sus miembros orientan su comportamiento a ellos, el grupo alcanza la máxima adecuación entre la vida real y las normas ideales.

Pero una de las tareas más difíciles es definir el listado de valores, y por ello se concluyó que lo plasmado por Castellanos (2007) es lo más apropiado ya que, expone que se debe seguir el principio de trabajo en equipo y la búsqueda de consenso. Cada integrante del grupo trae sus respuestas por anticipado, por medio de una escala valorativa preferiblemente. Las respuestas se exponen una a la vez, se discuten sin juzgar su pertinencia o no, sólo nos permitimos la búsqueda de aclaraciones. Este debate posibilitará irnos aproximando sucesivamente al listado definitivo, bajo el criterio de seleccionar aquellos valores que mejor respalden a la empresa de cara al futuro. Siempre será posible y necesario enriquecer la propuesta previa al análisis con tantos valores como se entienda.

Hay muchos valores que se consideran útiles ya que existe un número casi infinito de factores que podrían considerarse valores. Algunos son más estables y universales, mientras otros tienen un carácter más bien situacional. Para su buen uso la organización debe concentrarse en ocho a diez valores centrales y que estos sean los que ostenten el mayor impacto sobre su futuro, según Castellanos, 2007. Ya que entre ellos están la Excelencia operacional, pues es el concepto de eficacia de los procesos ocupa en el presente un lugar de primera fila dentro de la gestión empresarial. Reingeniería, Normas ISO, Informe COSO, Perfeccionamiento Empresarial, todos estos modelos y más exigen una amplia y racional capacidad de respuesta por parte de la organización. Ser excelente, ágil y confiable en sus procesos se constituye en un valor estratégico para la mayoría de las instituciones.

La Capacidad de aprendizaje, ya que La capacidad de aprender, pasar de la Solución de Problemas al Aprendizaje Organizacional, donde toda la empresa y en especial la Alta Dirección logra cuestionarse y replantear sus supuestos, es una de las cualidades más destacadas, necesarias e insistidas por toda la comunidad empresarial. Probablemente estamos hablando de un valor estratégico universal; los Recursos Humanos, cuando entendemos que las personas son el activo más importante y asumimos su desarrollo y bienestar total. Para aquellas organizaciones que operan fundamentalmente con el capital intelectual de su gente, este valor puede tener un carácter marcadamente estratégico.

Cabe mencionar a otros como son Compromiso con el cliente pues este valor implica una posición de compromiso total con el cliente. Nada es más importante y todo puede esperar si se trata de atenderlo. Compromiso Total puede ser el distintivo de muchas actividades y sobre todo la calidad pues al igual que la ética, este también es un valor determinado de antemano. No cabe pensar su ausencia en el mercado contemporáneo.

En la actualidad hay un valor fundamental dentro de la industria química, la minería, el transporte, que es la seguridad, aunque en una empresa donde los accidentes son raros, quizás este no sea un valor estratégico.

Cada vez más organizaciones encuentran productivo que sus lugares de trabajo sean vistos por los clientes, empleados o ambos como lugares divertidos. Y que la Estructura organizativa es decir una estructura abierta, descentralizada, con un mínimo de control; o la centralización con la mayoría de las decisiones importantes tomadas a los niveles superiores de la jerarquía, son opciones que pueden tener en algunas empresas un verdadero peso estratégico.

Pero tanto la Visión como los Valores, no serían relevantes si no existiera el elemento 3 de los factores claves del éxito empresarial, Gente; en este estudio se dividieron en colaboradores externos e internos, donde los primeros se definieron como, "Quien recibe un servicio o producto". (Carlos Dávila Colunga), "Es un término genérico que se refiere a cualquier persona que reciba un servicio o producto de alguna persona o grupo de personas" (Bob E. Hayes), "Es una persona con necesidades y preocupaciones, que seguramente no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar si un negocio quiere distinguirse por la calidad de su servicio." Karl Al Brecht (2008).

Alcaide (2002), explicó que los clientes se pierden en menor proporción porque se mueren pero en una proporción mucho mayor por la indiferencia y la mala atención del personal de ventas y servicio, es por ello que resaltó que es importante capacitar a nuestro personal, para mejorar la atención y el trato a los clientes, ya que nuestros colaboradores son las personas que tratan directamente con ellos y de esto depende mucho la satisfacción.

"Es mucho más fácil mantener un cliente contento y que promueva su restaurante o su bar que lidiar con un cliente insatisfecho que hablará mal de usted y de su negocio en todas

partes. Siempre que sea posible, resuelva todas las quejas antes de que el cliente salga de su restaurante” (Cooper, 2002).

Es por ello que se tomó un concepto fundamental de Méndez (2002), respecto a los servicios, ya que tomo conceptualizaciones de varios autores y los describió como, “El conjunto de prestaciones que el cliente espera; además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.” (Jacques Horovitz); “Es el trabajo realizado para otras personas.” (Carlos Colunga Dávila); “Es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas.” (Laura Fisher de la Vega); “Es cualquier actividad o beneficio que en una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.” (Philip Kotler) y por ultimo “Una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad”. (Julio Cesar Méndez).

Aunque según el autor Oliver (1980), “La satisfacción es una propuesta de los consumidores que viene dada por un estándar inicial en cuanto a expectativas y por la discrepancia entre esas expectativas y el rendimiento percibido del producto consumido.” Además como lo planteó Churchill y Surprenant (1982), La satisfacción es la respuesta a la compra de productos o usos de servicios que resultan de la comparación entre costes – beneficios de la compra en relación a las consecuencias anticipadas.

Mientras que por otro lado Oliver y Swan (1989), relacionaron que la satisfacción se debe a los procesos de comparación: expectativas previas con rendimiento del producto costes – beneficios del consumidor con costes – beneficios del proveedor del producto.

Se estudió por otro parte a los proveedores a quienes se les considera dentro de este estudio como los colaboradores externos y fueron importantes dentro del desarrollo de esta investigación ya que como lo mencionó Pusda (2014), un proveedor es una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta; Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad.

Los proveedores por otro lado dentro de nuestra empresa forman parte de una cadena por la que fluye inevitablemente nuestro negocio.

Así que como Belmont (2012) describió que hay criterios se toman en cuenta para la Selección de Proveedores dentro de los cuales están la Calidad adecuada de los materiales, la confiabilidad en la entrega del producto, mejor relación de costo-beneficio, servicio del proveedor y la garantía de Calidad.

Aunque también se requirió evaluar otras características del proveedor. Estas tienen que ver con su organización más que con sus productos, (Belmont, 2012) como son las referencias comerciales (Reputación), Instalaciones, Experiencia técnica, Fortaleza financiera, Capacidad de organización, Capacidad de administración y la Localización.

Dentro de esta investigación se han mencionado a los colaboradores externos así también a su vez se estudió a los colaboradores internos pues desde hace algunos años hemos sido testigos de verdaderos suicidios colectivos por parte del personal de empresas 'en dificultad'. Dicha dificultad proviene en parte del mismo personal, ya sea porque se opone a cualquier reforma o porque pide demasiado. En el primer caso, el personal rechaza sistemáticamente cualquier modificación del cargo, de las condiciones de trabajo o de status. En el segundo caso, sus exigencias en cuanto a las condiciones sociales y a salario son tales, que destruyen la viabilidad económica de la empresa. Tanto en el primer caso como en el segundo, la falta de discernimiento y el espíritu de obstrucción sistemática, en algunas ocasiones agravado por la pasión política, amenazan la supervivencia no solo de la empresa sino del empleado que creía negociar un mejor contrato de trabajo. Sallenave (1990).

Pero no deja de ser importante e l desarrollo de personas se ocupa y preocupa por educar al personal, enseñarle lo que no sabe y en ocasiones perfeccionarlo. Propone que las personas se comuniquen y aprendan entre ellas y compartan su conocimiento tácito y lo hagan explícito (Friedman, Hatch y Walter, 2000).

Para Friedman (2000), los objetivos de desarrollo de carrera, planeación de sucesiones y formación podrían ser entre algunos de ellos aumentar la productividad (mejorando la motivación), Mejorar la base de conocimientos de la empresa (desarrollo en base a resultados), Informando al personal (que conozcan los objetivos y metas), Aumentar el valor de la propiedad intelectual (llevando a cabo lo anterior) y asignar sucesores adecuados al puesto.

Por otro lado Rivas (2002), resaltó que la capacitación es el proceso que desarrolla el aprendizaje del personal de la empresa, modificando sus conocimientos para lograr los objetivos de la empresa. Además definió el desarrollo humano como el proceso que busca el desarrollo de los miembros de la empresa, perfeccionando permanentemente las habilidades técnicas y humanas que ayuden al personal a lograr sus objetivos personales y de la empresa. Con esto no solo se pretende modificar las habilidades o la conducta sino también las actitudes para que los beneficios no sean solo para la empresa, sino también para el personal que labora en ella.

Por ende si mencionamos colaboradores internos nos llevó a pensar en el término de satisfacción laboral, resaltando a varios autores como Locke (1976), quien definió la satisfacción laboral como un estado emocional positivo o placentero de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto.

Sin embargo Muñoz (1990), la puntualizó como el sentimiento de agrado o positivo que experimenta un sujeto por el hecho de realizar un trabajo que le interesa, en un ambiente que le permite estar a gusto, dentro del ámbito de una empresa u organización que le resulta atractiva y por el que percibe una serie de compensaciones psico-socio-económicas acordes con sus expectativas.

Además Loitegui (1990), precisó que la satisfacción laboral como un constructo pluridimensional, que depende tanto de las características individuales del sujeto cuanto de las características y especificidades del trabajo que realiza. Además el concepto de satisfacción en el trabajo está integrado por un conjunto de satisfacciones específicas o aspectos parciales, que determinan la satisfacción general.

Por otro lado Márquez (2001), concretó la satisfacción laboral como la actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo. Las actitudes son determinadas conjuntamente por las características actuales del puesto como por las percepciones que tiene el trabajador de lo que deberían ser.

Pero hay términos igual de importantes como la Satisfacción de las necesidades ya que Según el estudio de Locke (1976) en satisfacción en el trabajo, este revela que existen 7

condiciones de trabajo que conducen a la satisfacción laboral para la mayoría de las personas. Las condiciones que se listarán están bajo control de personal administrativo y bajo los administradores de recursos humanos y son; Trabajo que desafíe mentalmente, con el cual el individuo pueda lidiar exitosamente, El interés del personal por el trabajo, las recompensas por actuaciones que estén directamente relacionadas con las aspiraciones del personal que sean justas y entendibles, el trabajo que no sea físicamente desgastante, las condiciones de trabajo, que sean compatibles con las necesidades físicas y metas laborales del empleado, el alto autoestima por parte del empleado y la ayuda a obtener trabajo, paga y promociones interesantes y minimizar la ambigüedad y conflicto en los roles.

Pero las manifestaciones de la insatisfacción de los trabajadores son de diferentes maneras como por ejemplo; como lo desarrolló Robbins (1998), los trabajadores manifiestan su insatisfacción de diferentes maneras, abandono pues es la conducta dirigida a salir de la organización, incluye la búsqueda de otro empleo y la renuncia, la expresión, es el intento atractivo y constructivo por mejorar la situación. Incluye sugerir mejoras, analizar problemas con los supervisores y algunas formas de actividad sindical, la lealtad: la espera pasiva pero optimista para que la situación mejore, incluye defender a la organización ante las críticas externas y confiar en que la organización y su administración “hará lo conveniente” y por último la negligencia: la actitud pasiva que permite que la situación empeore. Incluye ausentismo y retrasos crónicos, disminución de esfuerzos y aumento del porcentaje de errores.

Uno de los términos que se planteó en relación a la satisfacción laboral fue el de las Remuneraciones, así como Ardouin (2000), mencionó que se han presentado teorías sobre la satisfacción en el trabajo, las cuales se pueden agrupar en tres grandes enfoques sobre satisfacción en el trabajo: el Primer enfoque: está basado en el modelo de las expectativas, plantea que la satisfacción en el trabajo está en función de las discrepancias percibidas por el individuo entre lo que él cree debe darle el trabajo y lo que realmente obtiene como producto o gratificación, Segundo enfoque: plantea que la satisfacción en el trabajo es producto de la comparación entre los aportes que hace el individuo al trabajo y el producto o resultado obtenido. Esta misma tendencia llamada equidad plantea también que ésta satisfacción o insatisfacción es un concepto relativo, y depende de las comparaciones que haga el individuo en términos de aporte y los resultados obtenidos por otros individuos en su medio de trabajo o marco de referencia y por último el tercer enfoque: la Teoría de los dos Factores plantea que existen dos tipos de factores motivacionales; un primer grupo extrínsecos al trabajo mismo, denominados “de higiene o mantención”, entre los que podemos enumerar: el tipo de

supervisión, las remuneraciones, las relaciones humanas y las condiciones físicas de trabajo y un segundo grupo, intrínsecos al trabajo, denominados “motivadores”, entre los que se distinguen: posibilidades de logro personal, promoción, reconocimiento y trabajo interesante.

Los primeros son factores que producen efectos negativos en el trabajo sino son satisfechos, pero su satisfacción no asegura que el trabajador modifique su comportamiento. En cambio, los segundos son factores cuya satisfacción si motivan a trabajar para desplegar un mayor esfuerzo.

Según Chiavenato (2002), La evaluación del desempeño es un proceso para evaluar que tan bien los trabajadores están llevando a cabo sus labores. Además, se debe compartir la información con los mismos y buscar los medios más eficaces para aumentar la calidad de su trabajo.

Davis y Newstrom (2001), identificaron que es importante premiar o aplaudir sus aciertos, pero de la misma manera, es importante corregir los errores. Además se debe retroalimentar al empleado para que aprenda continuamente. Es importante ser justo en todos los sentidos, ofrecer capacitación e implantar programas para que el empleado se desarrolle en su área o en cualquier otra en la que pueda ser un futuro candidato y sobre todo cumplir con los reglamentos preestablecidos con anterioridad. Y es importante dar al personal aquellas herramientas adecuadas para que estos puedan realizar su trabajo de la mejor forma así poder facilitarles el mismo. Como también motivarlos para que se puedan sentir al realizar su trabajo.

Según Chiavenato (2002), por otro lado se debe evaluar tomando en consideración los siguientes 3 aspectos: En base a resultados: resultados en base a objetivos y metas, Desempeño: en base al desempeño que se presenten al aplicar ciertas prácticas y factores críticos de éxito: son los que hacen que la empresa u organización tenga éxito, mejore resultados y su desempeño.

Todo esto para la evaluación y desempeño final se analiza junto con el empleado pos comentarios y calificaciones para establecer las nuevas metas para el siguiente periodo y desarrollo del empleado (Evans y Lindsay, 2000).

Además de todo lo antes mencionado el control de personal es una expresión que Lapiere y Hackett (2007) lo consideraron como que la satisfacción laboral puede ser promovida a través del tipo de supervisión. Ellos en su estudio se enfocaron en evaluar un modelo integrativo que les permita explicar el intercambio líder-miembro, la satisfacción laboral y el comportamiento organizacional ciudadano.

Mientras que Mason y Griffin (2002), indicaron algunas causas que ayudan a incrementar el nivel de satisfacción laboral a nivel grupal. Ellos señalaron que cuatro factores son de gran importancia, como el ambiente de trabajo compartido, la Información social, el Proceso de atracción, selección y agotamiento y el contagio emocional.

Como cuarto factor de éxito empresarial se precisó la Innovación, pues como lo afirmó Drucker (1998), la innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Se le presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse. Los empresarios innovadores deben investigar conscientemente las fuentes de innovación, los cambios y los síntomas de oportunidades para hacer innovaciones exitosas, y deben conocer y aplicar los principios de la innovación exitosa.

Por otro lado se analizó el concepto de Schumpeter (1934), el cual aportó que la innovación es la fuerza dinamizadora la de Economía, cambio y mantenimiento (Productos, Mercados, Producción, Suministro, Estructuras).

En otro contexto, la innovación es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto, proceso, método de comercio o producción, Manual de Oslo (2005). Aunque el concepto de innovación es mucho más amplio que el simple esfuerzo en dichas actividades, se trata de un concepto más extenso, en él se incluyen actividades de introducción de nuevos productos, procesos de producción, técnicas de gestión y nuevos métodos sociales, en este sentido "la innovación consiste en un cambio en uno o en más de los factores empresariales: técnico (producto o proceso), comercial, organizativo, financiero o institucional" Fernández y Fernández (1988).

Algunas empresas son conscientes de la necesidad de innovar, muchas de ellas encuentran grandes barreras al desarrollo de este tipo de actividades. Esta situación se agrava en el caso de las pequeñas empresas, con reducida capacidad financiera y escaso personal cualificado para acometer el proceso innovador. No por esto podemos afirmar que las pequeñas

empresas son menos innovadoras que las grandes, aunque sí podemos anticipar que su comportamiento es distinto en materia de innovación. En este sentido, respecto a la relación entre el tamaño de empresa y la innovación, se perfilan principalmente dos posturas. González, Jiménez y Sáez (1997).

Por una parte están aquellos autores que, siguiendo una de las hipótesis planteadas por Schumpeter (1944) y desarrollada posteriormente por Galbraith (1956), consideraron que las grandes empresas presentan un comportamiento más innovador. De otro lado se encontró a aquellos que resaltaron determinadas características de las pequeñas empresas que las hacen más adecuadas para la introducción de cambios. Su estructura organizativa flexible les permite experimentar y actuar como pioneras en la introducción de novedades tanto en el interior de la organización como en el mercado, Quinn (1986); Abernathy Y Utierback, (1976); Fernández y Fernández, 1988).

Pero según Gisber (2005), se pueden identificar distintos tipos de innovación a partir de diferentes criterios, entre ellos: se puede atender al objeto de Innovación se dio de producto o servicio y esto se consideró como una de las estrategias de las empresas encaminada a ganar competitividad en el mercado, bien mediante ahorro de costes de producción y distribución o bien mediante éxitos comerciales, como aumento de ventas, fidelización de clientes, aumento de cuota de mercado etc. En este sentido, el producto entendido como un bien físico o como un servicio, representa la imagen de la empresa en el mercado y por tanto se convierte en un elemento clave de su competitividad.

La “innovación de producto” busca, en primer lugar, la diferenciación de la competencia, aunque no siempre conlleva el mismo grado de novedad. En este sentido podemos distinguir varias estrategias de innovación: En primer lugar y cuando se trata de productos nuevos, se trata de presentar características fundamentales distintas a las de los productos ya existentes, tanto para la empresa como para el mercado. Se trata de fabricar o en su caso comercializar nuevos productos o servicios con los que no se había trabajado, hasta el momento. No obstante, una opción en este sentido sería comenzar a trabajar con productos o servicios desconocidos o poco habituales en tu ámbito geográfico.

En segundo lugar, cuando se trata de reposicionar productos, la innovación representa un cambio en la imagen para modificar la percepción del cliente. En este sentido, se trata de

introducir cambios o mejoras en la imagen del producto, por ejemplo dar un giro a la posición de los productos en el establecimiento o en el color del envase del producto.

En tercer lugar, se trata de rediseñar los productos. Esta estrategia consiste en la introducción de alguna modificación, lo que supone un menor coste para la empresa a la vez que una mayor fiabilidad, seguridad o prestaciones. Esta última estrategia, consiste en introducir pequeños cambios en lo que ofreces a tus clientes, sin cambiar el producto en sí, por ejemplo, ofrecer algún servicio adicional que no ofertabas hasta el momento.

La “innovación de servicios”, por su parte, se encuentra muy próxima a la innovación de productos, por lo que su gestión es similar. En este caso los avances en las tecnologías de información y comunicación son de gran importancia, ya que facilitan las alternativas posibles de innovación. No obstante, no todo gira en torno a la investigación, el desarrollo, la tecnología... En este tipo de innovación se encuadraría por ejemplo ofrecer un tipo de servicio que no esté muy extendido en tu ámbito de actuación. En este sentido, las primeras empresas de tiempo libre que ofrecieron la realización de juegos de paintball en Galicia, realizaron una innovación de servicios.

Se pudo identificar además otro tipo de innovación, de proceso pues se centra en la forma en la que esta se produce, es decir, en las diferentes etapas a las que da lugar: concepción, creación, investigación, desarrollo, producción y comercialización, así como en la forma en que estas se articulan.

Los procesos se refieren a las actividades que forman parte del funcionamiento interno de la empresa. Entre los distintos procesos de la empresa cabe distinguir los procesos productivos, administrativos, de diseño, marketing, logística, etc. Cualquiera de ellos puede ser objeto de innovación.

La innovación de proceso afecta a las formas de realización del trabajo, lo que supone también una mejora en el producto final. De esta forma la innovación de proceso conjuga la tecnología de la información con la gestión de los recursos humanos. En este entorno competitivo, la formulación de estrategias ya no es suficiente, sino que es esencial aplicar la innovación a los procesos a través de los cuales se implementan.

En este caso lo habitual es comenzar por la toma de decisiones, es decir, especificar qué proceso va a ser sometido a una revisión profunda. Una segunda fase estaría encaminada a la constitución del grupo de proyecto encargado del análisis del proceso en cuestión y a la confección de una propuesta de innovación. Una vez hecho esto, se trata de validar el proyecto y ponerlo en marcha. Finalmente y una vez cerrada la etapa de implantación conviene revisar los procedimientos y realizar su seguimiento.

Sin embargo el proceso del sistema de gestión, percibió que es posible aplicar la innovación en la empresa es en la forma en que es gestionada, aunque en el fondo este tipo de innovación no deja de ser una forma particular de innovación de procesos.

Con este tipo de innovación se tiende a favorecer la capacidad de coordinación con el fin de que las empresas consigan responder mejor y más rápido a las exigencias de los clientes. Se trata de un tipo de innovación que puede cambiar el modelo de negocio, de un nuevo enfoque en la forma de satisfacer las demandas de los clientes que puede conllevar una nueva forma organizacional y que supone una nueva forma de competir en el mercado.

En primer lugar, la participación en redes empresariales, es decir, establecer relaciones de cooperación que pueden enfocarse a diversos aspectos como, por ejemplo, la comercialización de productos, la investigación o los efectos de escala en compras. Otra de las estrategias se refiere a la internacionalización. Dependiendo de los objetivos y la capacidad de la empresa, la internacionalización puede estar centrada en las actividades comerciales, productivas o tecnológicas.

Una última estrategia que se debe destacar es la aplicación de nuevas fórmulas de comercio y distribución, como por ejemplo el uso de franquicias o del comercio electrónico para comercializar los productos.

Se estudiaron dentro de esta investigación algunas Herramientas de la Innovación, las cuales Martínez (2006), nos ofreció las características de la herramienta de gestión de la innovación del proceso, Mejora continua y se pudo definir como una herramienta estratégica que plantea el proceso de producción como una situación de trabajo de mejora progresiva. Este planteamiento implica que, aun teniendo éxito, el trabajo siempre se orienta hacia la mejora, de modo que la empresa, en cualquier situación (buena o mala) debe seguir esforzándose para

perfeccionar los procesos. De este modo las empresas se ven obligadas a revisar y renovar continuamente sus procesos.

La Mejora Continua conlleva que todos los miembros de la empresa se impliquen en una estrategia destinada a mejorar de manera sistemática los niveles de calidad y productividad, reduciendo los costes y tiempos de respuesta y mejorando los índices de satisfacción de los clientes, para de esta forma mejorar los rendimientos. Además, cuenta con la ventaja de ser una herramienta aplicable a cualquier tipo de empresa.

A continuación se describieron algunas las fases a seguir para la implantación de la Mejora Continua de forma genérica. Análisis del proceso: El primer paso a seguir consiste en el análisis de los procesos que se llevan a cabo en la empresa. A continuación, se elige el proceso más adecuado de mejora, de forma que se produzca un impacto sobre los objetivos de la empresa. Es necesario en esta fase definir los objetivos de la mejora, a través de indicadores que permitan identificar la necesidad y orienten al equipo de trabajo; Evaluación del proceso: Es importante elegir una oportunidad de mejora y centrarse específicamente en los problemas concretos del proceso en cuestión; Análisis: En esta fase se trata de identificar y analizar minuciosamente las causas fundamentales de los problemas que has reconocido en la fase anterior; Puesta en marcha: Una vez identificados los problemas y sus causas, el siguiente paso consiste en la planificación y la puesta en práctica de las acciones que permitan subsanar dichos problemas.

La planificación de la acción debe encaminarse hacia la caracterización de los recursos necesarios, buscando la efectividad y la economía; Evaluación de los resultados: Se trata de confirmar la efectividad de nuestras acciones y verificar si se han cumplido los objetivos propuestos. Asimismo, debes investigar las causas de la efectividad o no efectividad de las acciones que se han llevado a cabo y, en caso negativo, buscar nuevas soluciones con la consiguiente verificación de su ejecución; Normalizar la solución: Los resultados positivos obtenidos deben ser integrados en la organización de forma que las mejoras sean una parte más de las funciones diarias. Una estrategia útil para difundir esta filosofía empresarial es implantar un sistema de control que resuma el proceso, las tareas implicadas y los esfuerzos y objetivos de mejora, de manera que lo aprendido se aplique en los sucesivos planes; Plantear el futuro: Esta última fase implica plantearse qué hacer con los problemas para los que todavía no se ha encontrado una solución y evaluar la efectividad del equipo de trabajo. De esta forma, esta estrategia plantea la posibilidad de que sea el propio equipo de trabajo que ha llevado a cabo el

proceso el que evalúe su efectividad. Y recuerda que tanto en esta fase como en las anteriores la comunicación interpersonal es fundamental.

Y por último se desarrolló el último factor clave de éxito empresarial; Procesos pues la eficiencia de una organización depende de la efectividad de sus procesos. Problemas de procesos se reflejan en desperdicio de recursos, conflictos internos, pérdida de clientes, inercia organizacional y escasa capacidad competitiva. El análisis de los procesos nos permite evaluar y cuestionar la cadena de actividades existentes en la organización con el objeto de alcanzar mejoras sustantivas en las medidas de performance organizacional. Trabajar en los procesos empresariales, constituye el cambio cultural más dramático y necesario que debe operarse en la organización y en quienes la lideran. (De la Rocha, 2004).

La importancia de los procesos en la organización es sin igual, es por ello que La dinámica de la organización y el avance tecnológico, han enfrentado un viejo paradigma, el Pensamiento Lineal, a un paradigma de vanguardia, el Pensamiento Sistémico. Al respecto, la ya tan estudiada departamentalización, ha acentuado este concepto lineal en lugar de ver las interrelaciones horizontales y circulares de los procesos. Trabajar en los procesos constituye el cambio cultural más dramático que debe operarse en la empresa y en sus líderes. Es poner las piezas de un rompecabezas en medio de la mesa y compartir el proceso de construir la figura completa en vez de obsequiarle a cada uno su rompecabezas. Lo exclusivo y lo excluyente no debe existir en la nueva gerencia de procesos, el involucramiento total y el compromiso leal es lo que une cada eslabón del proceso. (De la Rocha, 2004).

Y estos obligan a la empresa a Tener una visión del negocio, tener un propósito cuantitativo y cualitativo de cada uno de ellos, tenerlos bajo control para mejorarlos continuamente (Calidad Total) o cambiarlos rápida, radical y dramáticamente (Reingeniería), tener como fin supremo que éstos sirven al cliente (interno/externo), desarrollar líderes con gran movilidad y dispuestos al aprendizaje total y por último permite la máxima diferenciación y potencial para la ventaja competitiva.

Según el autor De la Rocha (2004), Las Cinco Fases del Mejoramiento de los Procesos son 5; Organización para el mejoramiento su objetivo asegurar el éxito mediante el establecimiento del liderazgo, comprensión y compromiso; Compresión del proceso la cual tiene como objetivo comprender todas las dimensiones del actual proceso de la empresa; Modernización que tiene como objetivo mejorar la eficiencia, efectividad y adaptabilidad del

proceso de la empresa, Mediciones y controles y tiene como objetivo poner en práctica un sistema para controlar el proceso para un mejoramiento progresivo y por último el Mejoramiento continuo y su objetivo es poner en práctica un proceso de mejoramiento continuo.

Para las Herramientas para la mejora de los procesos De la Rocha (2004), propuso la Lluvia de Ideas (Brainstorming), la cual Consiste en el recurso de los poderes de la inteligencia de un grupo de personas para producir ideas de manera colectiva, ya que las ideas de una persona estimulan las de otras: Facerap, por sus iniciales; Falla: Es la explicación de la situación anormal del trabajo; Apariencia: Es la manifestación de la falla, o sea la forma en que nos damos cuenta; Causa: Es la razón por la cual se ha (n) generado la (s) falla (s); Efecto: Son las consecuencias que trae consigo la falla; Responsable: Indica quienes o quien es el responsable de la falla; Acción: Es aquella operación generadora de la falla y por último la Prevención: Indica las medidas preventivas a implantar para evitar la falla.

La estrategia de servicio es muy importante ya que “es una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y que no tienen como resultado la obtención de la propiedad de algo”. (Kotler, 2003).

Hace unos quince años la cocina peruana era una ilustre desconocida en el mundo. Sólo era apreciada por un puñado de cronistas gastronómicos y de turistas conocedores que visitaban el Perú en busca de la sazón peruana. En grandes ciudades como San Francisco, París, Madrid o Buenos Aires había algunos restaurantes peruanos, pero estaban orientados principalmente a menoscabar la melancolía gastronómica de la colonia peruana. Este panorama ha comenzado a cambiar y en forma radical. La proyección internacional de nuestra culinaria toma más renombre e inclusive se sirve en aviones y trenes de lujo, es elogiada en los principales periódicos, como The New York Times, Le Monde o El País, se lee en las más respetadas publicaciones de culinaria gourmet y pasea sus aromas por festivales internacionales y programas de la televisión internacional.

Valderrama (2006) planteó que en los últimos años el Perú entero vive bajo el son de un increíble boom gastronómico. Como lo han puesto sobre la mesa los críticos, cocineros y analistas más reputados, este fenómeno culinario de sabor nacional tiene un importante potencial para promover el desarrollo económico inclusivo del Perú y para reafirmar nuestra identidad cultural.

En el interior del Perú se encontró por doquier festivales de comida auspiciados por los gobiernos regionales y locales, o por entidades de desarrollo privadas, un cúmulo de actividades que se organizan cada vez con mayor frecuencia y esfuerzo. Y el panorama se sigue pintando, pues surge en varias regiones del Perú el interés por promover rutas gastronómicas que promuevan el turismo regional.

La gente percibe hoy que la gastronomía regional y el turismo rural se van convirtiendo en una importante generadora de empleo y de oportunidades. Y es que para iniciar un negocio se necesita poco: cuchillo, tabla, vasijas simples y un poco de pescado, limón, cebolla y ají. Es más, se puede comenzar con una mesita en la puerta de casa como una cebichería al paso; pero esto solo no asegura el éxito de la organización hay otros factores que están presentes en el surgimiento de un negocio; cómo administrarlo correctamente.

Debido al boom gastronómico en nuestro país, en la actualidad pequeños restaurantes están siendo revalorados como es el caso de la “Cebichería Jimmy’s”, y este boom la llevó a empezar y con el paso de los años posicionarse en la ciudad de Sullana como una empresa de éxito, aplicando una serie de factores de éxito empresarial. La innovación en la tarea administrativa no debe ser ajena a la una cebichería que ha demostrado capacidad de gestión a través del tiempo, pero no basta con mantenerse en el mercado, sino comenzar a sobresalir y lograr el éxito como empresa familiar.

La mayoría de negocios familiares subsisten a través de varias generaciones pero otros no a causa del desapego y el desconocimiento del negocio. A medida que una empresa familiar va evolucionando se necesita una respuesta óptima por parte de los miembros que la conforman para proponer ideas para llevar a cabo una sucesión exitosa.

Los Gerentes y dueños de la cebichería Jimmy’s tienen 3 hijos; de los cuales solo una tiene convicción por tomar la dirección del negocio y plantear mejoras para hacerlo crecer, siendo los otros 2 hermanos profesionales en otras especialidades y no tienen interés por asumir la dirección del negocio. Pero aún no se tiene confianza para el traspaso de poder y de administración por parte de los gerentes y dueños, ya que después de más de 20 años de dirigir el negocio de forma personal están ajenos al avance de los estudios en Administración de Empresas y a la aplicación de técnicas para mejorar y lograr el éxito del negocio.

El CEO del Grupo Intercorp hizo una lista de los cinco factores del éxito empresarial en su conferencia magistral en la CADE Ejecutivos 2013, que se realiza en Paracas. Los factores de éxito empresarial según el CADE 2013 son; Visión, Valores, Gente, Innovación y Procesos.

El presente modelo, factores de éxito, es tener un camino claro sobre qué medidas se van a tomar para cada tipo de problema. Después de seleccionar un tema, deben reconocer las causas y los efectos. Así que es necesario implementarlos para tener conocimiento de que su correcto estudio nos llevara a un mayor desarrollo para la empresa y así mismo proponer un análisis que nos permita analizar y mejorar estos factores en la empresa. De no ser analizados y correctamente implementados, la Cebichería Jimmy's va a seguir invirtiendo en factores que no logren el éxito deseado en su desarrollo.

1.4. Problema

¿Definir cuáles son los 5 factores claves de éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana?

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Determinar los 5 factores claves de éxito empresarial en el Restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.

1.5.2. Específicos

- Establecer la visión empresarial de la Cebichería Jimmy's – Sullana.
- Determinar los valores a considerar en el desempeño de los colaboradores internos de la Cebichería Jimmy's – Sullana.
- Evaluar el nivel de satisfacción de los colaboradores externos (clientes, proveedores, etc.) e internos (trabajadores) de la Cebichería Jimmy's – Sullana.
- Estipular características fundamentales distintas a las de los productos y/o servicios ya existentes que utiliza la Cebichería Jimmy's – Sullana.
- Determinar los procesos que utiliza el restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana en la producción de sus productos y/o servicios.

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Variable

La variable que se estudió en el desarrollo de esta tesis fue el Éxito empresarial. La cual es una variable independiente – cuantitativa.

2.2. Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Éxito empresarial	Son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única.	Visión	Determinar la visión empresarial de la Cebichería Jimmy's – Sullana.	Número de personas que conocen la Visión	Ordinal
		Valores	Determinar los valores de los colaboradores internos de la Cebichería Jimmy's – Sullana.	Número de personas que conocen los valores Número de valores practicados	
		Gente	Determinar el nivel de satisfacción de los colaboradores externos (clientes, proveedores, etc.) e internos (trabajadores) de la Cebichería Jimmy's – Sullana.	Número de reclamos al mes Número de colaboradores externos e internos satisfechos	
		Innovación	Determinar la Innovación que utiliza la Cebichería Jimmy's – Sullana.	Número de innovaciones	
		Procesos	Determinar los Procesos de producción de servicios de la cebichería Jimmy's – Sullana.	Número de procesos	

2.3. Metodología

En el desarrollo de esta tesis se empleó el método observacional.

2.4. Tipos de estudio

El tipo de investigación que se empleó es básico – descriptivo – cuantitativo.

De tipo básica porque no se utilizaron en forma inmediata los conocimientos obtenidos en esta investigación sino que se relacionaron sus objetivos con el tipo de conocimiento que se deseó alcanzar.

La investigación es descriptiva ya que se buscó especificar propiedades, características, rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice y realizar un análisis del estado del objeto de estudio. Pretendió medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a lo que se refiere.

La investigación es Cuantitativa pues se enfocó fundamentalmente en los aspectos observables y susceptibles de cuantificación de los fenómenos, además nos va a servir de prueba estadística para un futuro análisis de datos.

2.5. Diseño

El trabajo tiene un diseño no experimental transaccional descriptivo.

Respecto del tipo de diseño no experimental esta investigación describió las variables, analizando su incidencia e interrelación. La investigación no experimental es una investigación sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones se observan tal y como se han dado en su contexto natural.

Mientras que los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelaciones en un momento dado y en forma simultánea.

Por otro lado los diseños de investigación descriptivos buscan medir las variables de manera independiente, aunque después se puedan integrar las mediciones y tener mayor claridad sobre cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno.

2.6. Población, muestra y muestreo

Para la población se analizaron los clientes de la Cebichería Jimmy's Sullana, y se trabajó con una población infinita, ya que el negocio está enfocado no sólo para la población distrital sino a nivel nacional e internacional (turismo).

Para la evaluación de los trabajadores se desarrolló con toda la población ya que es pequeña (20 trabajadores).

Y por último para la evaluación de los proveedores se utilizó toda la población ya que por ser pequeña se puede encuestar a todos los miembros que la conforman (18 proveedores).

Mientras que para la muestra se aplicó la fórmula de población infinita para determinar el tamaño de muestra de los clientes, $n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{e^2}$

Dónde:

N = Total de la población.

Z = 1.96 (seguridad 95%).

p = Proporción esperada (en este caso = 0.5).

q = 0.5

e = Precisión (7.5%).

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 (1 - 0.5)}{0.075^2}$$

$$n = 171$$

El tamaño mínimo de muestra requerido para cumplir con los objetivos de la investigación, fue de 171.

Por lo tanto el tipo de muestreo para los clientes es el muestreo aleatorio probabilístico. Los clientes se eligieron aleatoriamente en un periodo de 30 días, en un lapso de una hora entre cada cliente encuestado.

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica, Encuesta: En la presente investigación se utilizó esta técnica en una serie de preguntas, que se aplicaron a la población de estudio (muestra) a fin de conseguir los datos estadísticos sobre las cuestiones de estudio.

Instrumento, Cuestionario: este documento estuvo formado por preguntas que estuvieron redactadas de forma razonable, y organizada, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con los objetivos de estudio, las respuestas nos ofrecieron toda la información que se precisa. Se aplicaron 3 cuestionarios para analizar cada elemento de la cebichería Jimmy's.

2.8. Métodos de análisis de datos

El análisis de datos se ejecutó mediante un análisis estadístico, donde se presentaron mediante cuadros y gráficos para los resultados en el orden en el cual se plantearon los objetivos específicos. El procesamiento de datos se llevó a cabo mediante el paquete estadístico SPSS versión 18 y el programa Excel para Windows.

2.9. Aspectos éticos

Se respeta el derecho de los participantes en la presente investigación para proteger y salvaguardar su integridad. Los resultados que se obtendrán de los instrumentos serán analizados con ética y honestidad.

Cuando se recolecten opiniones, se van a incluir todas las opiniones y puntos de vista de los diferentes componentes que conforman la organización, sin marginar a ninguna persona. Asimismo, en la presente investigación no existirá el racismo o la discriminación.

III. RESULTADOS

Con el fin de cumplir con los objetivos de la presente investigación se aplicó un cuestionario a los clientes, trabajadores y proveedores del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana. El cuestionario recoge información sobre la estructura organizacional de dicha empresa, así como de la satisfacción de los sujetos sometidos a investigación. Los resultados se presentan a continuación teniendo en cuenta los objetivos de la investigación.

3.1. Visión empresarial de la Cebichería Jimmy's – Sullana.

TABLA 1. Percepción de los clientes del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana, acerca de la Visión

Aspectos	Si		No	
	Nº	%	Nº	%
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	8	4.7%	163	95.3%
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	153	89.5%	18	10.5%
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	147	86.0%	24	14.0%
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	154	90.1%	17	9.9%
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	97	56.7%	74	43.3%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

El estudio revela que muy poco clientes conocen la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana. No obstante hay bastante concordancia en que el objetivo fundamental de dicha Cebichería, es la satisfacción del cliente. También hay bastante concordancia en que la Razón de Ser de la Empresa es apropiada; lo mismo sucede con la preocupación de la empresa por la sociedad. Los clientes de la Cebichería Jimmy's Sullana desconocen la visión pero tienen muy claro de manera empírica que el objetivo fundamental de la empresa es principalmente su satisfacción.

TABLA 2. Percepción de los trabajadores acerca de la visión del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos	Si		No	
	Nº	%	Nº	%
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	7	35.0%	13	65.0%
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	17	85.0%	3	15.0%
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	20	100.0%	0	.0%
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	16	80.0%	4	20.0%
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	5	25.0%	15	75.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

En cuanto a la visión de la Cebichería Jimmy's Sullana, son pocos los trabajadores que la conocen; no obstante si hay concordancia en que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción laboral; también les parece apropiada la razón de Ser de la Empresa le parece apropiada, así como la preocupación de ésta por la sociedad y por el medio ambiente.

TABLA 3. Percepción de los proveedores acerca de la visión del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos	Si		No	
	Nº	%	Nº	%
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	0	.0%	18	100.0%
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	16	88.9%	2	11.1%
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	15	83.3%	3	16.7%
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	17	94.4%	1	5.6%
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	2	11.1%	16	88.9%

Fuente: Cuestionario aplicado a los proveedores

El estudio también da cuenta que los proveedores desconocen totalmente la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana. Pero si concuerdan bastante en que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción; desde su punto de vista, la razón de Ser de la Empresa le parece apropiada y sienten que ésta se preocupa por la sociedad.

3.2. Valores a considerar en el desempeño de los colaboradores internos de la Cebichería Jimmy's – Sullana.

TABLA 4. Percepción de los clientes del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana, acerca de los Valores

Aspectos		Nº	%
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	Si	31	18.1%
	No	140	81.9%
Total		171	100.0%
¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente? (Marque como máximo 3)	Respeto	88	51.5%
	Trabajo en equipo	12	7.0%
	Responsabilidad	24	14.0%
	Honradez	47	27.5%
Total		171	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

En cuanto a los valores, son relativamente pocos los que consideran que en la empresa existe una declaración de valores; los clientes consideran respecto a éstos que son indispensables para el trato al cliente, el respeto y la honradez.

TABLA 5. Percepción de los trabajadores acerca de la visión del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos		Nº	%
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	Si	17	85.0%
	No	3	15.0%
Total		20	100.0%
¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente? (Marque como máximo 3)	Respeto	4	20.0%
	Trabajo en equipo	7	35.0%
	Responsabilidad	3	15.0%
	Solidaridad	1	5.0%
	Honradez	5	25.0%
Total		20	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

En cuanto a los valores, los trabajadores consideran que en la empresa si existe una declaración de valores, siendo el respeto, trabajo en equipo y la honradez, los fundamentales para el buen trato al cliente.

TABLA 6. Percepción de los proveedores acerca de los valores del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos		Nº	%
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	Si	94.4%	85.0%
	No	5.6%	15.0%
Total		18	100.0%
¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente? (Marque como máximo 3)	Respeto	6	33.3%
	Trabajo en equipo	1	5.6%
	Responsabilidad	8	44.4%
	Honradez	3	16.7%
Total		18	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los proveedores

En cuanto a los valores, hay bastante coincidencia en que en la empresa existe una declaración de valores y que es la responsabilidad la que permite el buen trato con el cliente.

3.3. Nivel de satisfacción de los colaboradores externos (clientes, proveedores, etc.) e internos (trabajadores) de la Cebichería Jimmy's – Sullana.

TABLA 7. Satisfacción de los clientes por el servicio que brinda el restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
La atención que recibe.	3.3	.9
La rapidez y puntualidad del servicio.	2.8	.9
La calidad de los productos.	3.9	.9
El sabor de la comida.	3.8	.8
El precio que paga.	4.3	1.0
Innovación en la presentación de los platos.	2.7	.9
Conformidad por el ambiente.	2.5	.7
Medios de pago.	3.0	.9
El menú presenta suficiente variedad de productos.	3.8	.8

Los servicios están siempre limpios.	4.1	.7
La oferta de bebidas.	4.2	.9
La cantidad de comida.	2.9	.7
La carta de productos es fácil de leer.	4.3	.5

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

En cuanto a la satisfacción del cliente, el estudio deja en claro que hay aspectos favorables y desfavorables en el servicio. Los clientes no tienen una buena percepción por la atención que reciben, ni por la rapidez en la atención, aunque si consideran satisfactorio la calidad de los productos, el sabor de la comida y el precio que pagan. La innovación en la preparación de los platos, la conformidad por el ambiente y los medios de pago, no son valorados de manera muy favorable, generando poca satisfacción en el cliente. Por el contrario, hay concordancia en que el menú presenta suficiente variedad de productos, que los servicios están siempre limpio, hay satisfacción por la oferta de bebidas, por la cantidad de comida y por la carta de productos es fácil de leer.

TABLA 8. Satisfacción laboral de los trabajadores del restaurante cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
Condiciones en el puesto de trabajo.	4.1	.6
Estimulación moral a los trabajadores.	4.1	.8
Salario y beneficios adicionales al salario.	4.0	.6
Reconocimiento a los trabajadores con mejores resultados.	3.7	.7
Agrado que siente con la labor que realiza.	4.3	.4
Seguridad que siente de mantener su trabajo.	4.3	.4
Carga de trabajo.	3.9	.6
Uniforme.	4.2	.4
Posibilidades de desarrollo profesional dentro de la Cebichería Jimmy's.	3.6	.7
Aplicación justa y adecuada de la política de sanciones.	3.5	.7
Preocupación de mandos y directivos por el trabajador.	4.1	.8
Formación/Capacitación.	4.2	.7

Ambiente laboral dentro de la Cebichería Jimmy's.	3.7	.8
---	-----	----

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

En cuanto a los aspectos laborales, el estudio deja entrever una percepción satisfactoria por todos los aspectos evaluados, como se desprende de los promedios superiores en todos los casos a los 3 puntos. Así, ellos consideran que tienen condiciones en el puesto de trabajo, que hay estimulación moral a los trabajadores, están satisfechos por el salario y beneficios adicionales, sienten que se los reconoce a los que logran mejores resultados. El estudio también deja en evidencia que sienten agrado por la labor que realizan, básicamente por la seguridad que siente de mantener su trabajo. Este grupo también está satisfecho con la carga de trabajo, con el uniforme y con las posibilidades de desarrollo profesional dentro de la Cebichería Jimmy's. También hay satisfacción por la aplicación justa y adecuada de la política de sanciones, por la preocupación de los mandos y directivos por el trabajador, por su formación y Capacitación y en general por el ambiente laboral dentro de la Cebichería.

TABLA 9. Satisfacción laboral de los proveedores por el ambiente del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana, acerca de los Valores

Aspectos	Promedio	Desviación estándar
Ambiente laboral.	4.1	.5
Agrado que siente con las personas que tiene trato directo dentro de la cebichería	4.1	.5
Se le proporciona información oportuna y adecuada de su desempeño.	4.1	.4
Precisión y claridad con la que se le asignan los requerimientos.	4.3	.5
Cooperación y ayuda en inconvenientes.	4.2	.4
Cumplimiento en los pago por los productos y/o servicios.	4.9	.3
Grado de exigencia en relación con el tiempo de entregas.	4.7	.5
Medios de pago por los productos y/o servicios.	4.7	.5
Adecuación de las condiciones para realizar sus ocupaciones.	4.7	.5
Fidelidad de la cebichería Jimmy's.	4.4	.5
Se da una vigilancia efectiva y grata.	4.6	.5
Antigüedad comercial con la cebichería	4.2	.4

Fuente: Cuestionario aplicado a los proveedores

En cuanto a la satisfacción por el ambiente del restaurant, los proveedores evidencian encontrarse bastante satisfechos, como se desprende de los promedios de más de 4 puntos en todos los aspectos. Hay coincidencia en que hay un buen ambiente laboral, sienten agrado con las personas con las que tiene un trato directo dentro de la cebichería. También sienten que se le proporciona información oportuna y adecuada de su desempeño, así como por la precisión y claridad con la que se le asignan los requerimientos. Hay evidencias de que en la cebichería se Cooperar y ayuda en inconvenientes, se cumple con los pago por los productos y/o servicios. El grado de exigencia en relación con el tiempo de entregas también es satisfactorio, lo mismo sucede con los medios de pago por los productos y/o servicios y con la adecuación de las condiciones para realizar sus ocupaciones. Hay evidencias de que en la cebichería se practica la fidelidad y de que se da una vigilancia efectiva y grata. Este grupo se siente satisfecho con la relación comercial que tienen con la cebichería.

3.4. Características fundamentales distintas a las de los productos y/o servicios ya existentes que utiliza la Cebichería Jimmy's – Sullana.

TABLA 10. Percepción de los trabajadores acerca de la innovación del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos	Si		No	
	Nº	%	Nº	%
¿La empresa desarrolla y lanza productos nuevos con frecuencia diferenciándose de la competencia?	2	10.0%	18	90.0%
¿La empresa produce lo mismo que la competencia?	3	15.0%	17	85.0%
¿La empresa ofrece el Servicio de Delivery?	20	100.0%	0	.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

En cuanto a la innovación, el estudio enfatiza que son pocos los trabajadores que consideran que la empresa plantea y anuncia productos nuevos con frecuencia distanciándose de la competencia, y que ocurre lo mismo que la competencia. En cambio, si hay total concordancia en que la empresa brinda el servicio de Delivery?

3.5. Procesos que utiliza el restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana en la producción de sus productos y/o servicios.

TABLA 11. Percepción de los trabajadores acerca de los procesos del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos	Si		No	
	Nº	%	Nº	%
¿Existe un sistema de control para mantener el Inventario con los Recursos suficientes?	16	80.0%	4	20.0%
¿El proceso de pedidos es rápido y sencillo?	20	100.0%	0	.0%
¿Considera usted que es apropiado el tiempo en que los pedido están listo?	11	55.0%	9	45.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores

En cuanto a los procesos, la mayoría de trabajadores, coincide en que existe un sistema de control para mantener el Inventario con los Recursos suficientes y que el proceso de pedidos es rápido y sencillo; no obstante no hay mucha concordancia en el tiempo en que los pedidos están listos.

TABLA 12. Percepción de los proveedores acerca de los procesos del restaurante Cebichería Jimmy's Sullana

Aspectos	Si		No	
	Nº	%	Nº	%
¿Considera que es adecuada la frecuencia con que se hacen los pedidos en la empresa?	15	83.3%	3	16.7%
¿La recepción de los pedidos es rápida y sencilla?	18	100.0%	0	.0%
¿Considera usted que son apropiada las formas de pago que utiliza la empresa?	18	100.0%	0	.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los proveedores

Los proveedores en su mayoría consideran que la frecuencia con que se hacen los pedidos es adecuada, y hay una coincidencia total en que la recepción de los pedidos es rápida y sencilla, así como las formas de pago.

IV. DISCUSIÓN

Para la presente investigación se aplicaron instrumentos cuantitativos que fueron validados por expertos lo cual permitió aplicar el trabajo de campo que se hizo en 2 semanas.

El instrumento fue contestado al 100% y no se presentaron problemas así obteniéndose los resultados deseados. Por ello se recomienda para futuros estudios aplicar los instrumentos de manera personalizada para poder guiar a la persona encuestada.

Los resultados encontrados según los objetivos es que los clientes, proveedores y trabajadores de la Cebichería Jimmy's Sullana no conocían la visión de esta, pero tenían una idea clara de la esencia del trabajo de la misma, así que empíricamente estos resultados se asemejan a la tesis planteada por Barragán (2010) en su tesis denominada "Guía metodológica para la Planificación Estratégica en Pymes del sector servicios basada en Balanced Scorecard" de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, donde la autora plasmó que la mayoría de las organizaciones son construidas entorno a indicadores y metas financieras y que estos casi siempre tienen poca relación con el perfeccionamiento en el logro de los objetivos estratégicos de mediano y largo plazo, además revela que nueve de cada diez compañías fallan en la ejecución de sus estrategias por problemas en su visión, en su gente o en su capacidad de gestión y como se muestra en la Tabla 1 muy pocos de los clientes conocen la Visión de la empresa aunque tienen idea de cuál es el camino al que se dirige la empresa a largo plazo que es su satisfacción y la preocupación por la sociedad en la que desempeña sus labores. Además las bases teóricas nos indican que los administradores están forzados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el efecto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas. Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir. (Thompson y Strickland 2001).

Además concuerdo con Madrid (2006) en "Estudio de la calidad en el servicio de atención al cliente de la oficina de normalización Previsional Piura y su repercusión en la satisfacción de los pensionistas de la Ciudad de Piura", con respecto a que el grado de satisfacción de los empleados depende de factores como se muestra en la Tabla 8 como el salario, los incentivos, capacitaciones donde los promedios muestran una escala (3.5 a 4.3 medidos según la escala de Likert) y en lo que corresponde a la satisfacción de los clientes hay factores como los que se muestran en la Tabla 7, donde los promedios muestran una escala de (2.5 a 4.3 medidos según la escala de Likert) la rapidez y puntualidad en el servicio, calidad y la atención en el servicio.

Entre otros que se pudieron rescatar en la investigación son los medios de pago, el sabor de la comida, el precio que se paga, entre otros.

Y según Oliver (1980), “La satisfacción es una propuesta de los consumidores que viene dada por un estándar inicial en cuanto a expectativas y por la discrepancia entre esas expectativas y el rendimiento percibido del producto consumido.”

Por otro lado Bayona (1994) propone en el “Planeamiento Estratégico para una Empresa Comercial” de la Universidad de Piura”, que la actividad de venta no modificada y la no innovación de las formas de capacitación de mayor mercado, se constituyen, entonces como las principales oportunidades para la empresa, pues uno de los objetivos en el presente estudio apuntó a analizar la Innovación de la empresa y el (90%) de los encuestados precisó que no se lanzan productos nuevos que la diferencien de la competencia, pero trata de innovar en el mercado con nuevas técnicas de diferenciación como es el servicio de Delivery ya que el (100%) de los encuestados expresó que sí se ofrece. Además las bases teóricas según Drucker (1998), afirma que “la innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Se le presenta como una disciplina que puede aprenderse y practicarse.”

Al igual que Menéndez y Ruesta (2010) presentaron la investigación titulada “Estudio de factibilidad para implementar un servicio de Delivery en restaurantes de comida criolla en el distrito de Piura durante el año 2010” de la Universidad Cesar Vallejo de Piura concluyéndose entre otras que es factible implementar el servicio de Delivery en los restaurantes de comida criolla en el distrito de Piura. El estudio arrojó un resultado positivo en el servicio de Delivery del restaurante siendo este una forma de innovación en la empresa para diferenciarse de su competencia en la ciudad de Sullana.

Por su lado Chunga y Risco (2009) en su Diagnóstico y Propuesta de un Plan Estratégico para el Restaurante las Gaviotas – ubicado en la Ciudad de Sullana para el año 2009 de la Universidad Cesar Vallejo Piura, formulan entre otras conclusiones que los aspectos débiles con lo que cuenta el restaurante del restaurante Las Gaviotas es la cordialidad en la atención básicamente en presentación de los mozos, la falta de capacitación de personal que labora en el restaurante. El funcionamiento del restaurante solo es realizado de manera rutinaria debido a la falta de un plan estratégico. Y resalta la ausencia de un sistema de administración en el reclutamiento y selección del personal, por lo tanto en la tabla 8 nos muestra que el (4.2 de 5 en la escala de

Satisfacción el personal está de satisfecho con el uso del uniforme de trabajo), además se evalúan aspectos estratégicos como la implementación de la Visión y los Valores en la empresa, como se muestra en las Tablas 2 y 5 respectivamente.

V. CONCLUSIONES

- Al diagnosticar el cumplimiento de los 5 factores claves de éxito empresarial en el Restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana, podemos determinar que estos factores son los elementos claves para distinguirnos de nuestros demás competidores, determinando aspectos únicos y notables en nuestra empresa.
- Al analizar la visión empresarial de la Cebichería Jimmy's – Sullana, se comprueba que ni nuestros clientes, ni colaboradores y tampoco nuestros proveedores la conocen pero éstos determinan aspectos importantes para poder desarrollarla teniendo en cuenta que la empresa tiene como principal objetivo la satisfacción de sus clientes, además de su preocupación por la sociedad.
- Los valores a considerar en el desempeño de los colaboradores internos y externos de la Cebichería Jimmy's – Sullana, deben ser 3: Respeto, Trabajo en Equipo y Responsabilidad.
- El nivel de satisfacción de los colaboradores externos (clientes y proveedores) e internos (trabajadores) de la Cebichería Jimmy's – Sullana es medianamente satisfecho, así que deben ocuparse en aquellos con menor satisfacción como son: la conformidad por el ambiente y mejorar la aplicación justa y adecuada en las políticas de sanciones, para así mejorar la satisfacción de medianamente a satisfecho.
- La Cebichería Jimmy's – Sullana no tiene innovación en la presentación de sus platos y en la creación de nuevos productos que la diferencien de su competencia por lo tanto no solo hay que trabajar en la innovación de servicios como el Delivery, sino ofrecer nuevos productos y además la mejora del local.
- Los procesos que utiliza el restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana son adecuados ya que si se utiliza un sistema de control de inventarios para el proceso de producción, por otra parte tanto el proceso de pedidos para los proveedores como para los clientes es rápido y sencillo.

VI. RECOMENDACIONES

- La empresa debe considerar en Innovar la presentación de sus platillos. Que no cambie el sabor ni la calidad pero la presentación como platos, Ronda Criolla, Causa de Langostinos, Cebiche Mixto, entre otros.
- Se recomienda a la empresa la confección de nuevos uniformes para el personal algo más fresco y un modelo más cómodo para ellos, ya que el clima de la ciudad es caluroso y se sienten sofocados en ciertas horas del día.
- La empresa debe exponer su visión y valores, no solo a su personal sino a sus clientes y público en general, colgado en la pared del negocio, ya que si bien es cierto se conoce de forma empírica pero es importante que veamos la visión para saber por qué trabajamos día a día y hacia donde queremos llegar y nuestros valores para que nuestros clientes, colaboradores y proveedores consideren en practicarlos también.
- Lo más importante es que la empresa debe atreverse al cambio, hay nuevas herramientas tecnológicas y metódicas que nos permiten mejorar en el negocio pero no solo es bueno conocerlas sino de ser posible aplicarlas en el negocio, se recomienda empezar poco a poco con la propuesta presentada en esta investigación y luego buscar nuevas formas de modernización, para atraer a nuevos clientes ya que con el tiempo las exigencias de éstos cambian.

VII. PROPUESTA

BREVE RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA

La empresa inició sus actividades en el año 1991 con el nombre de “Cebichería Jimmy’s”, en la Transversal 2 de Mayo.

Fundada por los esposos Rosaura Leonor Espinoza de la Cruz y Jimmy Edgardo Vargas Machuca Celi, actualmente es una de las cebicherías más reconocidas en la ciudad de Sullana que se encuentra ubicada en la provincia de Sullana, Piura.

En sus inicios concentró su actividad en la venta de cebiche de pescado y conchas negras, insumos eran comprados por proveedores de la misma provincia.

Al darse cuenta los esposos, de la acogida por parte de los pobladores de la provincia, quienes en muchas oportunidades hacían colas para poder probar el rico cebiche que se ofrecían, contrataron al primer cocinero y empezaron a ofrecer platos como Arroz con Mariscos, Chicarrón de Pescado y Sudado de Cabrilla.

Así seguido a esto empezó la construcción y remodelación de la Cebichería Jimmy’s, ampliando el local, instalando baños para los clientes y una cocina más amplia en donde ya trabajaban aproximadamente 3 personas.

Conscientes de la necesidad de ir a la vanguardia del crecimiento actual en el mercado, la empresa supo articular año tras año la eficiencia ofreciendo nuevos platillos que pronto se convirtieron en favoritos dentro de la ciudad, obteniendo como resultado productos considerados los de mejor calidad.

Siendo el objetivo principal la satisfacción del cliente, la “Cebichería Jimmy’s”, emprendió un continuo crecimiento que se dio como resultado la elaboración de nuevos productos que día a día fueron mejorando en calidad, lo cual le permitió ingresar con éxito en el mercado.

A inicios del 2003 la Cebichería obtiene un nuevo triunfo al abrir su puertas al público en su nuevo local en la Calle Independencia #472, un local más amplio, moderno y donde se ofrecía al público platos típicos de la región como Seco de Chavelo, Costillas de Chancho, Ronda Criolla, entre otros.

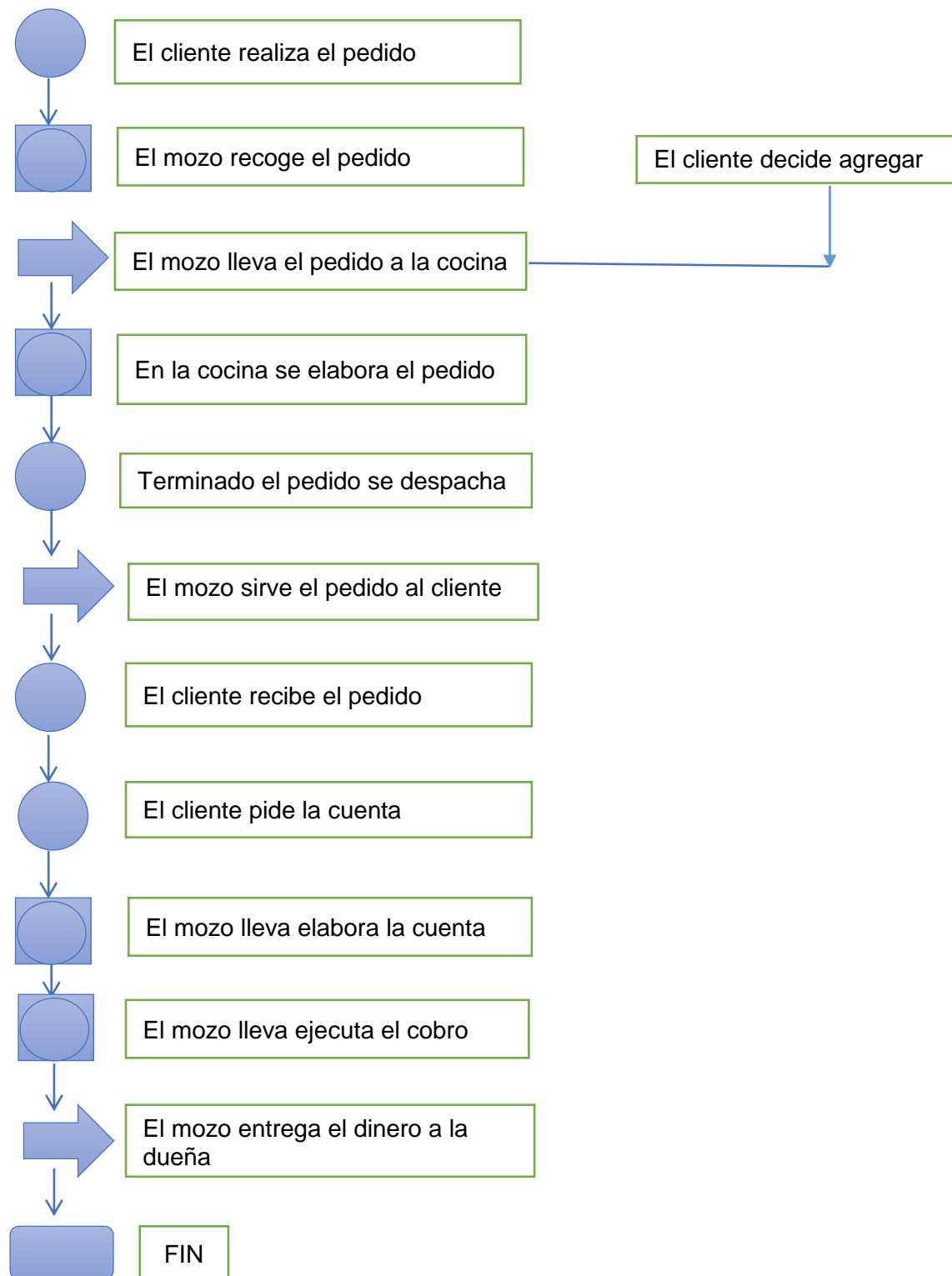
En la actualidad cada una de las Cebicherías es dirigida por cada uno de los esposos y siguen recibiendo a sus clientes.

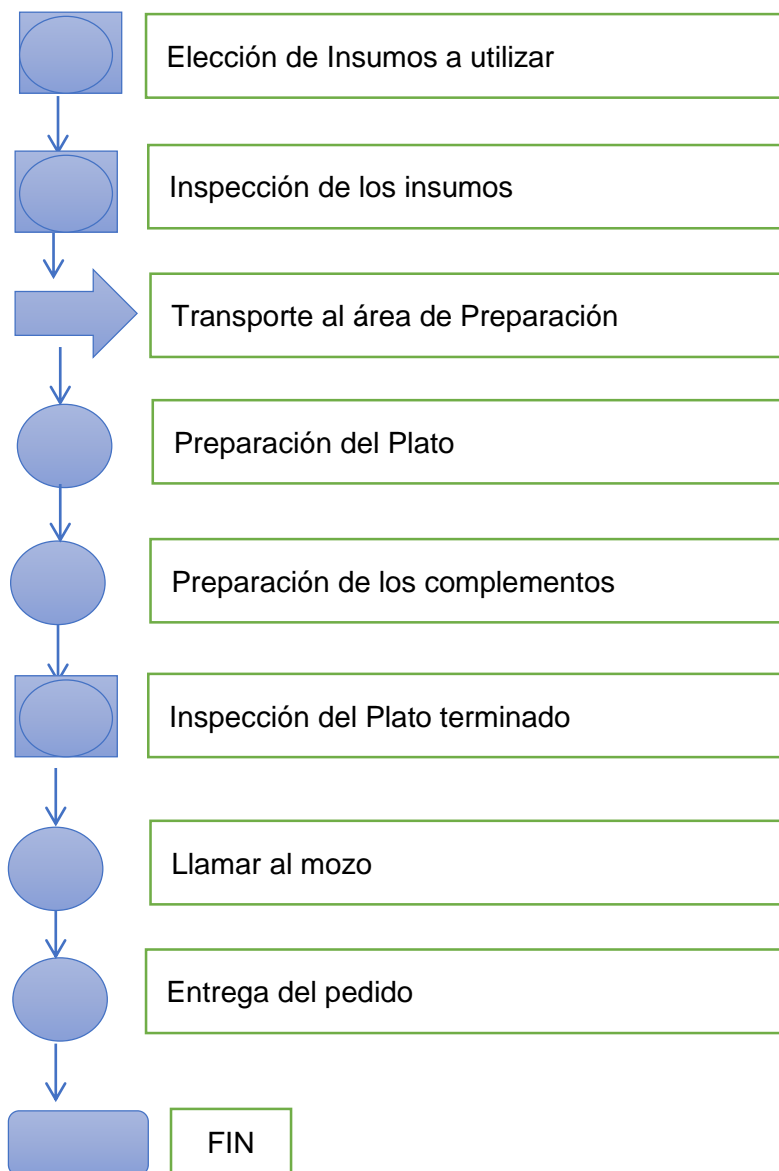
VISIÓN Y VALORES

VISIÓN: Llegar a ser reconocidos como un restaurante original, una empresa gastronómica líder en nuestra provincia, un restaurante con calidad humana y principios éticos siendo el objetivo principal la satisfacción de nuestros clientes. Manteniendo el espíritu peruano en la Preparación de los Platos Regionales de nuestra tierra y ofreciendo un servicio y productos de excelencia.

VALORES: Respeto, Trabajo en Equipo, Responsabilidad, Mejora Continua, Creatividad y Compromiso.

PROCESOS: PROCESO DEL SERVICIO



PROCESOS: PROCESO DE LA ELAVORACIÓN DE LOS PLATOS

INNOVACIÓN

Entre las formas de pago y procedimientos de cobro, el restaurante pretende aceptar las siguientes formas de pago:

- Efectivo en Soles (S/.)
- Efectivo en dólares (\$)
- Tarjeta de crédito y débito

Por lo tanto se instalara en el negocio un POS (Point of Sale o Punto de Venta).

Además se seguirá contando con el servicio de Delivery, sin cobrar monto adicional.

La creación de una página web, donde el público podrá hacer sus pedidos on-line en tiempo real, hacer reservas y elegir lo que desee del menú.

Nueva presentación de nuestros platillos principales como el cebiche:

Nueva presentación de nuestros platillos

Imagen 1: “Cebiche Mixto”



Es una combinación de pescado crudo cortado en trozos pequeños y puestos a marinar en un preparado de adobo de jugo de limón, cebolla picada, sal, pimienta y cilantro; y mariscos marinados en los mismos ingredientes.

Imagen 2: Mix cevichero

Plato el cual incluiría cebiche de pescado o tiradito de pescado a pedido del cliente, con otros 3 platos que ofrezca el restaurante según la carta; podrían ser sudado de pescado, que es la ebullición del pescado, tomate, cebolla, chicha de jora y ají, además de chicharrón de pescado, típico plato de pescado con harina frito en trozos; y papa a la huancaína que es papa blanca sancochada, bañada con salsa de ají molido, leche, aceite y queso fresco. En su decoración es acompañada por huevos duros, aceitunas negras y hojas de lechuga.

Imagen 3: Causa de Langostinos

Papas cocinadas en agua con sal, amasadas y sazonadas con sal, limón, y aceite, rellenas de langostinos con mayonesa y ketchup al gusto. Forradas en un molde rectangular y cubiertas con tajadas de palta.

Imagen 4: Ronda Criolla



Es un plato bandera de la región Piura que congrega la mezcla de cuatro platos típicos de la gastronomía piurana que son; majado de yuca, seco de Chavelo, carne aliñada, costillas de chanco y puede ir acompañado con tamalitos verdes o chifles.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barragán (2010). "Guía metodológica para la Planificación Estratégica en Pymes del sector servicios basada en Balanced Scorecard." Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá - Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativa
- Calavié, S. (18 de Octubre de 2014). *Herramientas del Plan Estratégico*. Obtenido de <http://www.monografias.com>
- Carmona Muñoz, Diana Milena, Román Leonardo Villarreal, and Juan Carlos Herrera (2012). "Caracterización del sector agrícola y condiciones de empresarización en la región de Yopal, Casanare", *Equidad y Desarrollo*.
- Castellanos, R. (12 de Octubre de 2007). *Valores, Visión y Misión*. Obtenido de <http://www.eumed.net>
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá: Mc. Graw - Hill.
- Chunga y Risco (2009). *Diagnóstico y Propuesta de un Plan Estratégico para el Restaurante las Gaviotas – ubicado en la Ciudad de Sullana para el año 2009*. Universidad Cesar Vallejo Piura
- Cooper, B. F. (2002). *Cómo iniciar y administrar un restaurante*. Bogotá: Norma.
- Davis, K. y. (2001). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. México: Mc. Graw - Hill.
- Drucker, P. (1998). *La innovación y el empresario innovador*. México: Hermes S.A.
- Evans, J. y. (2000). *Administración y Control de Calidad*. México: Thomson Editores.
- Fiestas, J. (2009). *Recopilación bibliográfica sobre metodología de investigación científica*. Piura: Norma.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: McGraw Hill.
- Friedman, B. y. (2000). *Atraer, gestionar y retener el capital humano*. España: Paidós Ibérica.
- García (2012). "Diseño de Planeación y Direccionamiento Estratégico aplicado al Restaurante Zaguán de la Quinta". Universidad Autónoma de Occidente en la ciudad de Santiago de Cali - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- Gisbert, M. (13 de Marzo de 2005). *Creatividad e Innovación en la práctica empresarial*. Obtenido de <http://es.slideshare.net>
- González,A (2011) Dirección por valores en la Aldea Universitaria -Narciso Gonell- disponible en <http://www.monografias.com/trabajos89/direccion-valor-aldea-universitaria/direccion-valor-aldea-universitaria.shtml#ixzz2y7CFIN9G>. Página consultada el 04 de abril de 2014
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing. Sexta Edición*. México: Prentice Hall.
- María Encarnación Andrés-Martínez, Miguel Ángel Gómez-Borja, Juan Antonio Mondéjar-Jiménez. (2013). "A review of the price fairness perception concept", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 2013.
- Martínez, L. (25 de Julio de 2006). *Gestión del Cambio y la Innovación en la Empresa*. Obtenido de <http://es.slideshare.net>
- Méndez, J. (2002). *La administración, la Calidad de Persona y la Calidad en el Servicio al Cliente*. México: Prentice Hall.
- Menéndez y Ruesta (2010) "Estudio de factibilidad para implementar un servicio de Delivery en restaurantes de comida criolla en el distrito de Piura durante el año 2010". Universidad Cesar Vallejo de Piura.
- Montalvo (2008). "Plan de negocios para el montaje de un restaurante en la ciudad de Cali, de comida tradicional italiana". Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
- Bayona (1994). "Planeamiento Estratégico para una Empresa Comercial". Universidad de Piura"
- Palma, S. (2000). *Manual de Escala de Satisfacción Laboral*. Lima: Norma.
- Robbins, S. (2004). *Admintración, teoría y práctica. 3° Edición*. México: Prentice Hall.
- Rodríguez, C. (Octubre de 13 de 2014). *Claves del Éxito Empresarial*. Obtenido de <http://gestion.pe>

- Sallenave, J. (1990). *Gerencia y planificación estratégica*. Bogotá: Norma.
- Serna, H. (1994). *Planeacion y Gestion Estrategica*. Buenos Aires: Legis.
- Serna, H. (1994). *Planeacion y Gestion Estrategica*. Colombia: Legis.
- Serna, H. (2008). *Gerencia estratégica*. Bogotá: 3R Editores.
- Siliceo, A. C. (2000). *Hacia una Organización Competitiva*. México: Mc Graw Hill.
- Siliceo, A. C. (2000). *Liderazgo, Valores y Cultura Organizacional*. México: Interamericana Editores, S.A.
- Solano (2010). "Planificación Estratégica Aplicada al restaurante vegetariano Sabor de Zen". Universidad de Cuenca de Ecuador - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
- Thompson, A. y. (2001). *Administración Estratégica Conceptos y Casos, 11va. Edición*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Valderrama, M. (15 de Octubre de 2009). *El Boom de la Gastronomía*. Obtenido de <http://www.apegea.com.pe>
- Velásquez, N. (2012). Los valores Organizacionales: Referencia para la evaluación de la productividad. 6th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management. XVI Congreso de Ingeniería de Organización. Vigo, July 18-20, 2012 disponible en: http://oa.upm.es/19402/1/INVE_MEM_2012_139916.pdf. Consultada 10 de abril 2014
- Vera, L. (2007). *La Revolución gastronómica Reruana*. Lima: Norma.
- Vera, L. (2009). *Perú Hoy*. Lima: Desco.
- Villapaldon, D (2012) ¿Es importante que una empresa establezca valores? Disponible en <http://www.creciendoempresas.com/factor-humano/es-importante-que-una-empresa-establezca-valores/> . Página consultada el 15 de abril de 2014.
- Werther, W. y. (2000.). *Administración de personal y recursos humanos. Quinta edición*. México: Mc. Graw-Hill.

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema General	Objetivo General	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Evaluación y propuesta de los 5 factores clave del éxito empresarial: Restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.	¿Cuáles es el nivel de cumplimiento de los 5 factores claves de éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's – Sullana?	Evaluar los 5 factores claves de éxito empresarial en la cebichería Jimmy's – Sullana, 2014	Éxito empresarial	Son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única.	En esta oportunidad evaluaremos los factores clave de éxito empresarial mediante la visión, los valores, la satisfacción de nuestros colaboradores externos e internos, innovación y los procesos de la organización.	Visión Valores Gente Innovación Procesos	Encuesta Entrevista	Cuestionario Guía de entrevista

ANEXO 2: INSTRUMENTOS



Objetivo: Analizar las dimensiones del éxito empresarial de la Cebichería Jimmy's Sullana – 2014.

Estimado trabajador:

Se le ofrece este cuestionario con un sentido único: mejorar el trabajo. El propósito es analizar las dimensiones del éxito empresarial; visión, valores y satisfacción laboral de la Cebichería Jimmy's Sullana. Es totalmente anónimo. ¡Gracias!

I. PREGUNTAS, Marque con una X, según corresponda:

1. Visión:

1.1. ¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?

SÍ

NO

1.2. ¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?

SÍ

NO

1.3. En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?

SÍ

NO

1.4. En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?

SÍ

NO

1.5. En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?

SÍ

NO

2. Valores:

2.1. ¿En la empresa existe una declaración de Valores?

SÍ

NO

2.2. ¿Qué valores considera que son indispensables dentro de su ambiente laboral? (Marque como máximo 3)

Respeto
Trabajo en equipo
Honestidad

Responsabilidad
Solidaridad
Honradez

3. Satisfacción Laboral:

Evalúe los siguientes aspectos relacionados con su trabajo	Muy satisfecho	Satisfecho	Medianamente satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Condiciones en el puesto de trabajo.					
Estimulación moral a los trabajadores.					
Salario y beneficios adicionales al salario.					
Reconocimiento a los trabajadores con mejores resultados.					
Agrado que siente con la labor que realiza.					
Seguridad que siente de mantener su trabajo.					

Carga de trabajo.					
Uniforme.					
Posibilidades de desarrollo profesional dentro de la cebichería Jimmy's.					
Aplicación justa y adecuada de la política de sanciones.					
Preocupación de mandos y directivos por el trabajador.					
Formación/Capacitación.					
Ambiente laboral dentro de la cebichería Jimmy's.					

4. Procesos:

4.1. ¿Existe un sistema de control para mantener el Inventario con los Recursos suficientes?

SÍ

NO

4.2. ¿El proceso de pedidos es rápido y sencillo?

SÍ

NO

4.3. ¿Considera usted que es apropiado el tiempo en que los pedidos están listos?

SÍ

NO

5. Innovación:

5.1. ¿La empresa desarrolla y lanza productos nuevos con frecuencia diferenciándose de la competencia?

SÍ

NO

5.2. ¿La empresa produce lo mismo que la competencia?

SÍ

NO

5.3. ¿La empresa ofrece el Servicio de Delivery?

SÍ

NO



Objetivo: Analizar las dimensiones del éxito empresarial de la Cebichería Jimmy's Sullana – 2014.

Estimado Proveedor:

Se le ofrece este cuestionario con un sentido único: mejorar el trabajo. El propósito es analizar las dimensiones del éxito empresarial; visión, valores y satisfacción de los colaboradores externos de la Cebichería Jimmy's Sullana. Es totalmente anónimo. ¡Gracias!

I. PREGUNTAS, Marque con una X, según corresponda:

1. Visión:

1.1. ¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?

SÍ

NO

1.2. ¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?

SÍ

NO

1.3. En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?

SÍ

NO

1.4. En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?

SÍ

NO

1.5. En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?

SÍ

NO

2. Valores:

2.1. ¿En la empresa existe una declaración de Valores?

SÍ

NO

2.2. ¿Qué valores considera que son indispensables para este ambiente laboral? (Marque como máximo 3)

Respeto
Trabajo en equipo
Honestidad

Responsabilidad
Solidaridad
Honradez

3. Satisfacción de los colaboradores externos:

Evalúe los siguientes aspectos relacionados con el trabajo:	Muy satisfecho	Satisfecho	Medianamente satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Ambiente laboral.					
Agrado que siente con las personas que tiene trato directo dentro de la cebichería					
Se le proporciona información oportuna y adecuada de su desempeño.					
Precisión y claridad con la que se le asignan los requerimientos.					
Cooperación y ayuda en inconvenientes.					

Cumplimiento en los pago por los productos y/o servicios.					
Grado de exigencia en relación con el tiempo de entregas.					
Medios de pago por los productos y/o servicios.					
Adecuación de las condiciones para realizar sus ocupaciones.					
Fidelidad de la cebichería Jimmy's.					
Se da una vigilancia efectiva y grata.					
Antigüedad comercial con la cebichería.					

4. Procesos:

4.1. ¿Considera que es adecuada la frecuencia con que se hacen los pedidos en la empresa?

SÍ

NO

4.2. ¿La recepción de los pedidos es rápida y sencilla?

SÍ

NO

4.3. ¿Considera usted que son apropiada las formas de pago que utiliza la empresa?

SÍ

NO



Objetivo: Analizar las dimensiones del éxito empresarial de la Cebichería Jimmy's Sullana – 2014.

Estimado cliente:

Se le ofrece este cuestionario con un sentido único: mejorar el servicio. El propósito es analizar las dimensiones del éxito empresarial; visión, valores y satisfacción del cliente de la Cebichería Jimmy's Sullana. Es totalmente anónimo. ¡Gracias!

I. PREGUNTAS, Marque con una X, según corresponda:

1. Visión:

1.1. ¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?

SÍ

NO

1.2. ¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?

SÍ

NO

1.3. En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?

SÍ

NO

1.4. En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?

SÍ

NO

1.5. En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?

SÍ

NO

2. Valores:

2.1. ¿En la empresa existe una declaración de Valores?

SÍ

NO

2.2. ¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente? (Marque como máximo 3)

Respeto
Trabajo en equipo
Honestidad

Responsabilidad
Solidaridad
Honradez

3. Satisfacción de los clientes:

Evalúe los siguientes aspectos relacionados con el trato al cliente:	Muy satisfecho	Satisfecho	Medianamente satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
La atención que recibe.					
La rapidez y puntualidad del servicio.					
La calidad de los productos.					
El sabor de la comida.					
El precio que paga.					

Innovación en la presentación de los platos.					
Conformidad por el ambiente.					
Medios de pago.					
El menú presenta suficiente variedad de productos.					
Los servicios están siempre limpios.					
La oferta de bebidas.					
La cantidad de comida.					
La carta de productos es fácil de leer.					

ANEXO 3: VALIDACIONES

**Validez de contenido del cuestionario sobre:
Evaluación y propuesta de los 5 factores clave del éxito empresarial, Restaurante
Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.**

Estimado Ingeniero M. Sc.:
Groover Villanueva Butrón

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la evaluación y propuesta de los 5 factores claves del éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's - Sullana.

A continuación presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

A. Información sobre el especialista

Sexo	: Varón <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()
Edad	: ...41... Años
Profesión o especialidad	: ...INDUSTRIAL
Años de experiencia laboral	: ...16 años
No. ID. Colegio Profesional	: ...113341

B. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Los Factores Claves del Éxito Empresarial son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única, se evaluará mediante las dimensiones de visión, valores, gente e innovación.

Preguntas de la encuesta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto? Sí () No (X)
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	X			X		X	
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	X			X		X	
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	X			X		X	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	X			X		X	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	X			X		X	
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	X			X		X	
¿Qué valores considera que son indispensables dentro de su ambiente de trabajo?	X			X		X	
Condiciones en el puesto de trabajo.	X			X		X	
Estimulación moral a los trabajadores.	X			X		X	
Salario y beneficios adicionales al salario.	X			X		X	
Reconocimiento a los trabajadores con mejores resultados.	X			X		X	
Agrado que siente con la labor que realiza.	X			X		X	
Seguridad que siente de mantener su trabajo.	X			X		X	
Carga de trabajo.	X			X		X	
Uniforme.	X			X		X	
Posibilidades de desarrollo profesional dentro de la cebichería Jimmy's.	X			X		X	
Aplicación justa y adecuada de la política de sanciones.	X			X		X	
Preocupación de mandos y directivos por el trabajador.	X			X		X	
Formación/Capacitación.	X			X		X	
Ambiente laboral dentro de la cebichería	X			X		X	

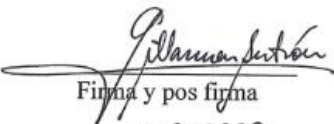
Jimmy's.	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
Existe un sistema de control para mantener el Inventario con los Recursos suficientes	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿El proceso de pedidos es rápido y sencillo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿Considera usted que es apropiado el tiempo en que los pedido están listo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿La empresa desarrolla y lanza productos nuevos con frecuencia diferenciándose de la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
¿La empresa produce lo mismo que la competencia	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>

¡Muchas gracias por su colaboración!

Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y fiabilidad

Yo... Groover Valenty Villanueva Butrón especialista
en... Ingeniería Industrial ostento el grado de MAGISTER y
ejercicio la carrera profesional en UCV (Institución
educativa) VALIDO el instrumento
denominado....., el mismo que consta de
Independencia.

Fecha


Firma y pos firma
02842722
CIP 113341

**Validez de contenido del cuestionario sobre:
Evaluación y propuesta de los 5 factores clave del éxito empresarial, Restaurante
Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.**

Estimado Ingeniero M. Sc.:
Groover Villanueva Butrón

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la evaluación y propuesta de los 5 factores claves del éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's - Sullana.

A continuación presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

C. Información sobre el especialista

Sexo	: Varón <input checked="" type="radio"/> Mujer ()
Edad	:41..... Años
Profesión o especialidad	:INDUSTRIAL.....
Años de experiencia laboral	:16 años.....
No. ID. Colegio Profesional	:11.2341.....

D. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Los Factores Claves del Éxito Empresarial son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única, se evaluará mediante las dimensiones de visión, valores, gente e innovación.

Preguntas de la encuesta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	✓			✓		✓	SÍ () NO (✓)
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	✓			✓		✓	
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	✓			✓		✓	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	✓			✓		✓	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	✓			✓		✓	
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	✓			✓		✓	
¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente?	✓			✓		✓	
Ambiente laboral.	✓			✓		✓	
Agrado que siente con las personas que tiene trato directo dentro de la cebichería	✓			✓		✓	
Se le proporciona información oportuna y adecuada de su desempeño.	✓			✓		✓	
Precisión y claridad con la que se le asignan los requerimientos.	✓			✓		✓	
Cooperación y ayuda en inconvenientes.	✓			✓		✓	
Cumplimiento en los pago por los productos y/o servicios.	✓			✓		✓	
Grado de exigencia en relación con el tiempo de entregas.	✓			✓		✓	
Medios de pago por los productos y/o servicios.	✓			✓		✓	
Adecuación de las condiciones para realizar sus ocupaciones.	✓			✓		✓	
Fidelidad de la cebichería Jimmy's.	✓			✓		✓	
Se da una vigilancia efectiva y grata.	✓			✓		✓	

	✓			✓		✓	
Antigüedad comercial con la cebichería.	✓			✓		✓	
¿Considera que es adecuada la frecuencia con que se hacen los pedidos en la empresa?	✓			✓		✓	
¿La recepción de los pedidos es rápida y sencilla?	✓			✓		✓	
¿Considera usted que son apropiada las formas de pago que utiliza la empresa?	✓			✓		✓	

¡Muchas gracias por su colaboración!

Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y
fiabilidad

Yo Groover Valentín Villanueva Botrán, especialista
en Ingeniería Industrial, ostento el grado de MAGISTER y ejerzo
la carrera profesional en UCV (Institución educativa)
VALIDO el instrumento denominado....., el mismo
que consta de Independencia.

Fecha


Firma y pos firma
0284222
CIP 113341

**Validez de contenido del cuestionario sobre:
Evaluación y propuesta de los 5 factores clave del éxito empresarial, Restaurante
Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.**

Estimado Ingeniero M. Sc.:
Groover Villanueva Butrón

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la evaluación y propuesta de los 5 factores claves del éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's - Sullana.

A continuación presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

E. Información sobre el especialista

Sexo	: Varón <input checked="" type="checkbox"/> Mujer ()
Edad	: 41 Años
Profesión o especialidad	: INDUSTRIAL
Años de experiencia laboral	: 16 AÑOS
No. ID. Colegio Profesional	: 112241

F. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Los Factores Claves del Éxito Empresarial son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única, se evaluará mediante las dimensiones de visión, valores, gente e innovación.

Preguntas de la encuesta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	✓			✓		✓	SÍ () NO ()
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	✓			✓		✓	
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	✓			✓		✓	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	✓			✓		✓	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	✓			✓		✓	
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	✓			✓		✓	
¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente?	✓			✓		✓	
La atención que recibe.	✓			✓		✓	
La rapidez y puntualidad del servicio.	✓			✓		✓	
La calidad de los productos.	✓			✓		✓	
El sabor de la comida.	✓			✓		✓	
El precio que paga.	✓			✓		✓	
Innovación en la presentación de los platos.	✓			✓		✓	
Conformidad por el ambiente.	✓			✓		✓	
Medios de pago.	✓			✓		✓	
El menú presenta suficiente variedad de productos.	✓			✓		✓	
Los servicios están siempre limpios.	✓			✓		✓	
La oferta de bebidas.	✓			✓		✓	
La cantidad de comida.	✓			✓		✓	
La carta de productos es fácil de leer.	✓			✓		✓	

¡Muchas gracias por su colaboración!

Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y
fiabilidad

Yo... Groover Valenty Villanueva Batrón especialista
en... INGENIERIA INDUSTRIAL..., ostento el grado de MAGISTER y ejerzo
la carrera profesional en UCV (Institución educativa)
VALIDO el instrumento denominado....., el mismo
que consta de Independencia.

Fecha


Firma y pos-firma
02842722
CIP 11334/

**Validez de contenido del cuestionario sobre:
Evaluación y propuesta de los 5 factores clave del éxito empresarial, Restaurante
Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.**

Estimado Magíster:
Oliver López Herrera

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la evaluación y propuesta de los 5 factores claves del éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's - Sullana.

A continuación presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

C. Información sobre el especialista

Sexo	: Varón (X) Mujer ()
Edad	: 44 Años
Profesión o especialidad	: Lic. en Administración
Años de experiencia laboral	: 10 años
No. ID. Colegio Profesional	:

D. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Los Factores Claves del Éxito Empresarial son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única, se evaluará mediante las dimensiones de visión, valores, gente e innovación.

Preguntas de la encuesta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	/			/		/	SÍ () NO (X)
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	/			/		/	
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	/			/		/	
¿Qué valores considera que son indispensables dentro de su ambiente de trabajo?	/			/		/	
Condiciones en el puesto de trabajo.	/			/		/	
Estimulación moral a los trabajadores.	/			/		/	
Salario y beneficios adicionales al salario.	/			/		/	
Reconocimiento a los trabajadores con mejores resultados.	/			/		/	
Agrado que siente con la labor que realiza.	/			/		/	
Seguridad que siente de mantener su trabajo.	/			/		/	
Carga de trabajo.	/			/		/	
Uniforme.	/			/		/	
Posibilidades de desarrollo profesional dentro de la cebichería Jimmy's.	/			/		/	
Aplicación justa y adecuada de la política de sanciones.	/			/		/	
Preocupación de mandos y directivos por el trabajador.	/			/		/	
Formación/Capacitación.	/			/		/	
Ambiente laboral dentro de la cebichería	/			/		/	

Jimmy's.	/			/		/
Existe un sistema de control para mantener el Inventario con los Recursos suficientes	/			/		/
¿El proceso de pedidos es rápido y sencillo?	/			/		/
¿Considera usted que es apropiado el tiempo en que los pedido están listo?	/			/		/
¿La empresa desarrolla y lanza productos nuevos con frecuencia diferenciándose de la competencia?	/			/		/
¿La empresa produce lo mismo que la competencia	/			/		/

¡Muchas gracias por su colaboración!

**Validez de contenido del cuestionario sobre:
Evaluación y propuesta de los 5 factores clave del éxito empresarial, Restaurante
Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.**

Estimado Magister:
Oliver López Herrera

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la evaluación y propuesta de los 5 factores claves del éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's - Sullana.

A continuación presento una lista de afirmaciones (ítems) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

C. Información sobre el especialista

Séxo	: Varón (X) Mujer ()
Edad	:44..... Años
Profesión o especialidad	: Lic. en Administración
Años de experiencia laboral	:10 años.....
No. ID. Colegio Profesional	:

D. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Los Factores Claves del Éxito Empresarial son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única, se evaluará mediante las dimensiones de visión, valores, gente e innovación.

Preguntas de la encuesta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	/			/		/	SÍ () NO ()
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	/			/		/	
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	/			/		/	
¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente?	/			/		/	
Ambiente laboral.	/			/		/	
Agrado que siente con las personas que tiene trato directo dentro de la cebichería	/			/		/	
Se le proporciona información oportuna y adecuada de su desempeño.	/			/		/	
Precisión y claridad con la que se le asignan los requerimientos.	/			/		/	
Cooperación y ayuda en inconvenientes.	/			/		/	
Cumplimiento en los pago por los productos y/o servicios.	/			/		/	
Grado de exigencia en relación con el tiempo de entregas.	/			/		/	
Medios de pago por los productos y/o servicios.	/			/		/	
Adecuación de las condiciones para realizar sus ocupaciones.	/			/		/	
Fidelidad de la cebichería Jimmy's.	/			/		/	
Se da una vigilancia efectiva y grata.	/			/		/	

	/			/		/	
Antigüedad comercial con la cebichería.	/			/		/	
¿Considera que es adecuada la frecuencia con que se hacen los pedidos en la empresa?	/			/		/	
¿La recepción de los pedidos es rápida y sencilla?	/			/		/	
¿Considera usted que son apropiada las formas de pago que utiliza la empresa?	/			/		/	


¡Muchas gracias por su colaboración!

**Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y
fiabilidad**

Yo... OLIVER LOPEZ HERRERA....., especialista
en... Administración....., ostento el grado de Lic. Administración y
ejercí la carrera profesional en U.C.V...... (Institución
educativa) VALIDO el instrumento
denominado....., el mismo que consta de
Independencia (nombre del cuestionario).

Fecha

Firma y pos firma


18121059.

**Validez de contenido del cuestionario sobre:
Evaluación y propuesta de los 5 factores clave del éxito empresarial, Restaurante
Cebichería Jimmy's – Sullana, 2014.**

Estimado Magíster:
Oliver López Herrera

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la evaluación y propuesta de los 5 factores claves del éxito empresarial en el restaurante Cebichería Jimmy's - Sullana.

A continuación presento una lista de afirmaciones (items) relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No le pido que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De antemano agradezco su cooperación.

E. Información sobre el especialista

Sexo : Varón () Mujer ()
 Edad : 44 Años
 Profesión o especialidad : Lic. en administración
 Años de experiencia laboral : 10 años
 No. ID. Colegio Profesional :

F. Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem

Los Factores Claves del Éxito Empresarial son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única, se evaluará mediante las dimensiones de visión, valores, gente e innovación.

Preguntas de la encuesta	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
¿Conoce usted la Visión de la Cebichería Jimmy's Sullana?	/			/		/	SÍ () NO (x)
¿Considera usted que el objetivo fundamental de la Cebichería Jimmy's Sullana es su satisfacción?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La Razón de Ser de la Empresa le parece apropiada?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por la sociedad?	/			/		/	
En su punto de vista ¿La empresa se preocupa por el medio ambiente?	/			/		/	
¿En la empresa existe una declaración de Valores?	/			/		/	
¿Qué valores considera que son indispensables para el trato al cliente?	/			/		/	
La atención que recibe.	/			/		/	
La rapidez y puntualidad del servicio.	/			/		/	
La calidad de los productos.	/			/		/	
El sabor de la comida.	/			/		/	
El precio que paga.	/			/		/	
Innovación en la presentación de los platos.	/			/		/	
Conformidad por el ambiente.	/			/		/	
Medios de pago.	/			/		/	
El menú presenta suficiente variedad de productos.	/			/		/	
Los servicios están siempre limpios.	/			/		/	
La oferta de bebidas.	/			/		/	
La cantidad de comida.	/			/		/	
La carta de productos es fácil de leer.	/			/		/	

¡Muchas gracias por su colaboración!

Carta emitida por el juez experto que cierra el procedimiento de la validez y fiabilidad

Yo... OLIVER LOPEZ HERRERA....., especialista en... ADMINISTRACION....., ostento el grado de... Lic. ADMINISTRACION y ejerzo la carrera profesional en... Univ. Cesar Vallejo..... (Institución educativa) VALIDO el instrumento denominado....., el mismo que consta de Independencia (nombre del cuestionario).

Fecha

Firma y pos firma


18121059

ANEXO 4: CONFIABILIDAD

Piura, 10 de Abril del 2015

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
Universidad "Cesar Vallejo" - Piura

El que suscribe la presente, informa sobre el requerimiento de confiabilidad del instrumento utilizado para desarrollar el proyecto de investigación titulado **"EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE DEL ÉXITO EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE CEBICHERÍA JIMMY'S, SULLANA - 2014"**, solicitado por la Bachiler, Vargas Machuca Espinoza G. L., para presentarlo a la instancia correspondiente.

El instrumento utilizado no está orientado a construir indicadores, que resulten de agregar las preguntas del cuestionario, por lo que no necesita el índice de confiabilidad. No obstante, es necesario aclarar que el instrumento si necesita validez.

Atentamente,



LEMIN ABANTO CERNA
LIC. EN ESTADÍSTICA
COESPE 506

ANEXO 5: FORMATO TURNITIN DEL ASESOR

Fecha de entrega: 26-feb-2019 10:58a.m. (UTC-0500)
 Identificador de la entrega: 10R4146924
 Nombre del archivo: GIANNINA_VARGAS_MACHUCA_ESPINOZA_ADMINISTRACI_N_3.docx (1.31M)
 Total de palabras: 18614
 Total de caracteres: 103328

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

"EVALUACION Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE DEL ÉXITO EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE CEBICHERÍA JIMMY'S, SULLANA - 2014"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORA:
 VARGAS MACHUCA ESPINOZA GIANNINA LEONOR

ASESORA:
 RODRIGUEZ ORTEGA NELIDA MG.

LÍNEA DE INVESTIGACION:
 PLANEAMIENTO

PIURA - PERU
 2015

"EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE DEL ÉXITO EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE CEBICHERÍA JIMMY'S, SULLANA - 2014"

REPORTES DE ORIGINALIDAD

ÍNDICE DE SIMILITUD	PLUGETES DE REFERENC	PUBLICACIONES	TRONAJOS DEL ESTUDIANTE
22%	23%	0%	9%

FUENTES REFERIDAS

1	www.responsable.net Fuente de Internet	4%
2	www.plusformacion.com Fuente de Internet	3%
3	www.bigafalca.org Fuente de Internet	2%
4	bdigital.uao.edu.co Fuente de Internet	2%
5	ateneo.urmsm.edu.pe Fuente de Internet	2%
6	repository.javeriana.edu.co Fuente de Internet	2%
7	dspace.ucuencia.edu.ec Fuente de Internet	2%
8	mystide.es Fuente de Internet	2%
9	www.culturandide.org Fuente de Internet	2%
10	repositorio.autonomia.edu.pe Fuente de Internet	2%

ESUELA DE ADMINISTRACION
UCV
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
PIURA

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

MÁXIMO JAVIER ZEVALLOS VILCHEZ, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración revisor de la Universidad César Vallejo Piura, titulado **“EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE DEL ÉXITO EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE CEBICHERÍA JIMMY’S, SULLANA - 2014”** de la estudiante **VARGAS MACHUCA ESPINOZA GIANINA LEONOR**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.



Piura, 04 de marzo de 2019

Mg. Máximo Javier Zevallos Vilchez
 DNI: 03839229

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: VARGAS MACHUCA ESPINOZA GIANINA LEONOR
D.N.I. : 46538407
Domicilio : CALLE 02 DE MAYO 941
Teléfono : Fijo : 478462 Móvil : 949767909
E-mail : gianina_vargas@outlook.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado
Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela : ADMINISTRACION
Carrera : ADMINISTRACION
Título : LICENCIADA EN ADMINISTRACION

Tesis de Post Grado
 Maestría Doctorado
Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
VARGAS MACHUCA ESPINOZA GIANINA LEONOR

Título de la tesis:
"EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE DEL ÉXITO
EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE CEBICHERÍA JIMMY'S, SULLANA
- 2014"

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,
Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :

04/03/2019





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

VARGAS MACHUCA ESPINOZA GIANINA LEONOR

INFORME TÍTULADO:

“EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE LOS 5 FACTORES CLAVE DEL ÉXITO
EMPRESARIAL EN EL RESTAURANTE CEBICHERÍA JIMMY’S, SULLANA -
2014”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN FECHA: 08/03/2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADO



UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Nelida Rodríguez de Peña
Dra. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA
Directora de la Escuela de Administración

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN