



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN
ADMINISTRACIÓN**

Las empresas de alto desempeño y su influencia en la tipología de los
negocios de restauración comercial, Ate Vitarte, 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Doctora en Administración

AUTORA:

Mgtr. Reyna Quispe, Crystal Massiel del Carmen (orcid.org/0000-0002-3756-9925)

ASESOR:

Dr. Alva Palacios Gómez, Luis Enrique (orcid.org/0000-0003-3224-5363)

LÍNEA DE INVESTIGACION:

Modelo de Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por haberme dado la dicha de ser madre y poder tener un hermoso y maravilloso niño: mi hijo Gabriel, quien desde su llegada me enseña a valorar todo lo que tengo y fomenta en mí, deseos de superación. Por eso a pesar de las dificultades y el poco tiempo que tengo, me brinda la fortaleza para seguir adelante. A mi esposo Antonio por su paciencia y palabras de aliento. A mis padres y hermanos que han sido mi soporte estos años y brindado su apoyo para lograr esta meta.

Agradecimiento

- Al Dr. Luis Enrique Alva Palacios Gómez, por haberme guiado en esta investigación, que en base a las constantes observaciones, experiencia y sabiduría ha sabido direccionar el presente trabajo.
- A la UCV donde vengo laborando desde el 2017, donde he podido aprender y adquirir valiosa experiencia desde el área académica y administrativa.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	13
III. METODOLOGÍA	25
3.1 Tipo y diseño de investigación	25
3.2 Variables y operacionalización	26
3.3 Población, muestra y muestreo	27
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	29
3.5 Procedimientos	29
3.6 Método de análisis de datos	30
3.7 Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	41
VI. CONCLUSIONES	45
VII. RECOMENDACIONES	46
VIII. PROPUESTA	48
Referencias	52
Anexos	60

Índice de tablas

Tabla 1. Variables	15
Tabla 2. Operacionalización de variables	16
Tabla 3. Validación de expertos	18
Tabla 4. Índice de confiabilidad de Cronbach	19
Tabla 5. Confiabilidad de Cronbach	20
Tabla 6. Variable Negocios de alto desempeño	22
Tabla 7. Tabla de la dimensión Grupos de interés	23
Tabla 8. Tabla de la dimensión Procesos	23
Tabla 9. Tabla de la dimensión recursos	24
Tabla 10. Tabla de la dimensión organización	24
Tabla11. Tabla de la variable Tipología de los negocios de restauración comercial 25	
Tabla 12. Tabla de la dimensión tipo familiar	26
Tabla 13. Tabla de la dimensión Tipo de Monoproducto	26
Tabla 14. Tabla de la dimensión Neorestauración	27
Tabla 15. Presentación del coeficiente de normalidad de la prueba de Shapiro-Wilk	27
Tabla 16. Prueba de correlación de Spearman	28

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Empresas de alto desempeño	20
Figura 2. Grupos de interés	22
Figura 3. Procesos	23
Figura 4. Recursos	24
Figura 5. Organización	24
Figura 6. Tipología de los negocios de restauración comercial	26
Figura 7. Tipo familiar	26
Figura 8. Tipo monoprodueto	27
Figura 9. Neorestauración	27

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de las empresas de alto desempeño en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, 2021; de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de nivel explicativo; con una población de 104 gerentes de restaurantes del distrito de Ate, siendo la muestra 82. Se hizo uso de dimensiones como grupos de interés, procesos, recursos, organización, tipo familiar, tipo monoproducción y neorestauración. Respecto al dato de las variables se adaptó la escala de Likert que consta de 14 indicadores y 20 ítems respectivamente. Entre los principales resultados que se obtuvo fue que las empresas de alto rendimiento tienen influencia significativa en la tipología de los negocios de restauración comercial donde el 19% de los gerentes manifestaron. Las empresas de alto rendimiento son de nivel alto, asimismo un 40,5% con un nivel medio y finalmente un 40,5% con un nivel bajo mientras que la tipología de los negocios de restauración comercial es de nivel alto, asimismo un 40,5% con un nivel medio y finalmente un 40,5% con un nivel bajo.

El análisis estadístico ha permitido corroborar que las empresas de alto rendimiento tienen una incidencia probabilística y estadísticamente significativa (p -valor: <0.05), respectivamente en la tipología de los negocios de restauración comercial del distrito de Ate; lo mismo sucede con cada una de las dimensiones.

Palabras Clave: Procesos, empresas de alto desempeño, tipología de los negocios, restauración comercial

Abstract

The general objective of this research was to determine the influence of high-performance companies on the typology of commercial restoration businesses in Ate-vitarte, 2021; quantitative approach, non-experimental design, explanatory level; with a population of 104 restaurant managers in the district of Ate, with a sample of

Dimensions such as Interest groups, processes, resources, organization, family type, monoproduct type and neo-restaurant were used. regarding the data of the variables, the Liker scale was adapted, which consists of 14 indicators and 20 items, respectively. Among the main results obtained was that high-performance companies have a significant influence on the typology of commercial catering businesses, where 19% of managers stated. The high-performance companies are of a high level, likewise 40.5% with a medium level and finally 40.5% with a Low level, while the typology of commercial catering businesses is of a high level, also 40, 5% with a medium level and finally 40.5% with a Low level.

Statistical analysis has confirmed that high-performance companies have a probabilistic and statistically significant incidence (p -value: <0.05), respectively, in the typology of commercial catering businesses in the Ate district; the same happens with each of the dimensions.

Keywords: Processes, high-performance companies, business typology, commercial restoration

I. Introducción

A nivel mundial las grandes marcas hacen su mejor esfuerzo por liderar en sus rubros y segmentos, por lo tanto, van adquiriendo y desarrollando tecnologías las cuales les permitan desarrollar ventajas competitivas con la finalidad de seguir siendo la marca preferida en su mercado. En el escenario económico post pandemia las empresas de alto desempeño de todos los niveles sobre todo las del sector del turismo y la restauración deben emplear nuevas estrategias en sus procesos comerciales, administrativos y operativos, solo así protegerán las finanzas en sus negocios. En el rubro de la restauración existen dos clases: restauración colectiva o social, que involucra cada servicio de restauración que requieren las empresas dentro de sus instalaciones y, por otra parte, encontramos a la restauración comercial, que se lleva a cabo en distintos establecimientos libre a todo público, como, por ejemplo: Los restaurantes, mesones, hoteles, restobar, etc. En este punto nos concentraremos en la restauración comercial.

Debemos tener en cuenta que poseer una empresa es rápido y fácil si se cuenta con el capital o inversionistas confiables, pero el detalle es mantener a flote este negocio, ya que no sólo se basa en seguir un modelo de negocio para toda la vida de la empresa, sino ir renovando en ideas, ampliando el conocimiento y asimismo superar las expectativas del cliente y de esa manera no ocurran factores negativos. Por ello, para que pueda permanecer en el tiempo una determinada empresa y se logre visualizar su desempeño, se debe tener rigor en la selección de toma de decisiones, porque primero tenemos el modelo de negocio y segundo la integración de posibles negocios con potencial que incrementarían las ganancias, aportando mayor rentabilidad económica González, et al. (2016).

En un establecimiento gastronómico, no sólo es fundamental seguir los lineamientos en la relación interpersonal, ser hospitalarios y cordiales con el cliente, tampoco en la preparación de los alimentos, sino existen datos esenciales en la presentación de servicios gastronómicos como las técnicas y métodos clásicos al presentar y entregar los alimentos al consumidor. Para ello la tipología clásica de servicio, es entendida como dando inicio a la

presentación, disposición y entrega del plato al cliente. (Wendhausen y Moutinho, 2016).

A nivel nacional, el sector de la restauración fue uno de los más perjudicados con la llegada de la pandemia y por ende el cierre de fronteras, la cuarentena y el toque de queda, sumando a ello las disposiciones del gobierno en llevar una cuarentena obligatoria a todos los ciudadanos del país fue sin duda alguna la llegada de un cambio, cambiando los servicios y creciendo incluso los pedidos de delivery por parte de la población por temor al contagio.

Las empresas de restauración, son comprendidas por lugares prestadoras de servicio ya sea de comida, bebida y/o alojamientos. Este tipo de empresas son vistas desde tiempos remotos, donde se estableció que las empresas de alojamiento brindan un profesionalismo al prestar servicio de hospedaje y manutención, todo a cambio de un precio específico, siempre acorde con lo presentado al cliente. Los restaurantes se mencionaron anteriormente y también están sujetas a las empresas de restauración. Asimismo, es fundamental tener en claro que cada servicio otorgado por estas empresas tiene una remuneración gratificante y en otros casos bajos, por que todo parte de cómo se presenta al cliente, ya que, si se determina que los clientes elijen establecimientos seguros, cómodos y buena atención. Lo más lógico es superar sus expectativas y otorgar una buena estancia al nivel del monto de cada servicio (Del Río, 2016).

Por otro lado, en el caso del mercado de restauración peruano el cual ha sido considerado como el mejor destino gastronómico por séptimo año desde el 2012, demostró un alto crecimiento y buen desempeño de los negocios de restauración en nuestro país, se puede observar la profesionalización de muchos negocios y personas que se desarrollan en esterubro y lo utilizan como principal fuente generadora de empleo y dinero. De tal forma se establece primero el problema general de la investigación y posteriora ello los específicos. Dando inicio al problema general, (a) ¿En qué medida las empresas de alto desempeño influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?, Seguidamente, surgen los tres problemas específicos; (b) ¿En qué medida los grupos de interés influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate- Vitarte, en el año 2021?, (c) ¿En qué medida los procesos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?, (d) ¿En qué medida los recursos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año

2021? y (e)¿En qué medida la organización influye en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?.

El presente estudio se realiza con el fin conocer la relaciona las variables Tipología de los negocios de restauración comercial y las Empresas de alto, desempeño en el distrito de Ate, 2021. Los resultados de esta investigación serán útiles para la comunidad científica, empresarial, estudiantil y otros relacionados al rubro o el ámbito de acción de las variables. La justificación teórica se fundamenta en el análisis de las dos variables de estudio. Para la variable Tipología de los negocios de restauración comercial, se sustenta en tres tipologías de restaurantes: familiar, monoproducción y neorestauración. Para la variable empresas de alto desempeño son: grupos de interés, procesos, recursos y organización. La organización de datos, hipótesis y resultados, aportarán al conocimiento del fenómeno de estudio demostrando la relación o no entre las variables, aportando una visión a la solución del problema en el contexto empresarial y en base al argumento teórico conceptual explicado principalmente en la teoría de motivación de Herzberg, teoría XY de McGregor, y la teoría motivacional de McClelland. La justificación práctica se sustenta en que en el sector empresarial existe una brecha entre cuál es la tipología de negocios de restaurante comercial que se relacione con aquellas empresas de alto desempeño en el mismo mercado, de modo que permitirá reconocer el análisis interno según el tipo de negocio frente a la gestión interna y externa de los mismos, que aportará a identificar procedimientos y mejorar la toma de decisiones orientadas a las necesidades del negocio de la restauración. La justificación metodológica de la presente investigación se sustenta en que se hace uso del método científico en cada etapa correspondiente a fin de contribuir con conclusiones y recomendaciones que aporten al conocimiento académico, así mismo se utilizarán instrumentos de recolección de datos, debidamente validados por expertos en el tema, cuyo análisis a través de un proceso con metodología de investigación científica, logrará resultados concluyentes y con precisión estadística.

Finalmente, se cuenta con una justificación social, que surge de la necesidad de determinar a las empresas de alto desempeño con la tipología de negocios de restauración comercial, que contribuirá en mejorar la gestión, incrementando sus ingresos económicos y la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes.

Por lo tanto, el objetivo general es: (a) Determinar la influencia de las empresas de alto desempeño

en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021. Los específicos son: (b) Determinar la influencia de los grupos de interés en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021, (c) Determinar la influencia de los procesos en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021, (d) Determinar la influencia de los recursos en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021 y (e) Determinar la influencia de la organización en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021.

II. Marco teórico

Para este capítulo se trabajó con material bibliográfico relacionado a las variables de esta investigación, en donde es importante presentar los estudios previos realizados a nivel nacional e internacional.

Torres (2021) en su tesis nacional tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión administrativa, el talento humano y el rendimiento laboral, mientras que su metodología fue una investigación básica correlacional múltiple de diseño no experimental de corte transversal, además el resultado que se obtuvo fue significativo del $r = 0,962$ y $r = 0,942$, finalmente se llegó a la conclusión de que si existe relación significativa entre las variables.

Así mismo el estudio de Zuzunaga (2021) tuvo como objetivo examinar los niveles de satisfacción que muestran los colaboradores de los restaurantes de comida rápida, en la investigación se utilizó el diseño descriptivo para observar los rasgos de satisfacción, los datos se obtuvieron de los 38 trabajadores que están en las distintas áreas de la franquicia de Pizza Hut, como resultado se obtuvo que si hay una gran satisfacción de los colaboradores en sus áreas asignadas, puesto que ofrecen un beneficio económico con una buena calidad de trabajo y reconocimiento personal, por lo tanto se tuvo como conclusión que la franquicia de Pizza Hut está enfocada en que sus trabajadores, brindándoles un clima laboral para que se reconozcan como parte de la empresa.

Sevilla (2020) en su investigación tuvo como objetivo determinar cómo se relaciona el compromiso organizacional con la percepción del usuario de una universidad, investigación conformada por una muestra de 376 estudiantes y 3 docentes de la ciudad de Trujillo, investigación de tipo mixta de tipo aplicada, mediante un diseño descriptivo correlacional y un tipo experimental y cuasiexperimental y de un diseño explicativo secuencial. Al final de la investigación se determinó que existe una relación positiva y significativa en las variables de estudio, generando rentabilidad en la empresa.

En línea similar, Choy (2019) en su investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión empresarial en la rentabilidad de la empresa DYNAMO, conformada por 35 trabajadores de la ciudad de Tarapoto, mediante un diseño descriptivo correlacional y un tipo no experimental de corte transversal. Al final de la investigación se determinó que existe una relación positiva y significativa en las variables de estudio, generando rentabilidad en la empresa.

Monzon (2020) en su investigación tuvo como objetivo demostrar el efecto de las variables neuro management y responsabilidad social empresarial de una universidad de Lima Este, investigación conformada por una muestra censal de 15 DTC, investigación de enfoque cuantitativo de tipo aplicada, mediante un diseño descriptivo correlacional causal y tipo no experimental. Al final de la investigación se determinó que existe una relación causal alta, positiva y significativa entre las variables de estudio, generando indicadores claves de éxito.

Flores (2020) en su tesis nacional tuvo como objetivo determinar la relación entre sus variables como la seguridad ocupacional y la calidad de vida, realizando la investigación bajo un enfoque cuantitativo ya que hay más beneficios para la empresa cuando se incrementa la seguridad de los colaboradores porque las actividades pueden ser compartidas por diferentes trabajadores y mejorando en las responsabilidades de su calidad de vida se comparten junto con los reconocimientos por haber cumplido los objetivos. Es por ello que el autor llegó a la conclusión de que un equipo seguro es capaz de trazarse metas que les ayudan a tener mayor fluidez en el crecimiento profesional junto con las estrategias de la organización.

En la tesis de Blas (2019) tuvo como objetivo precisar la relación entre los equipos de alto desempeño en ventas y la cultura organizacional en las compañías de seguros y bancos, en su metodología se utilizó el diseño no experimental y sus resultados fueron que el coeficiente de correlación de las variables es establecido por Rho de Spearman, en donde se indica que existe una alta relación de las variables y que es positiva. Como conclusión se llegó a que hay una relación directa entre la cultura organizacional y los equipos que son de alto desempeño en las compañías de seguros y bancos.

El estudio de Larico (2022) planteó como objetivo determinar la influencia del programa AGB en la CS para los trabajadores del restaurante ubicado en Cañete, de enfoque cuantitativo y a través del método hipotético deductivo se incide que hay más beneficios para la empresa cuando se incrementa la productividad de los colaboradores. La muestra estuvo conformada por 25 colaboradores. Se realizó un pre y postest, teniendo como resultado un p valor de 0,005, que es una diferencia estadísticamente positiva. Es por ello que se rechaza la hipótesis nula.

Otero (2018) en su artículo sustentó que muchos atletas de alto nivel aplican sus principios que son esenciales para la mejora continua y el éxito. Estos principios al ser aplicados al mundo empresarial, sin duda alguna se lograrían excelentes resultados, a continuación, los menciona: tener pasión por lo que se hace, visualizarse haciendo las cosas bien, practicar continuamente, contar con un grupo de personas entusiasmadas, mirar siempre a donde se quiere ir y aprender de las personas que hacen bien.

El estudio de Gamarra (2020) planteó el desarrollo de un programa de hab. blandas para el incremento de la calidad, de enfoque cuantitativo y a través del método básico descriptivo se incide que hay más beneficios para la empresa cuando se incrementa la productividad de los colaboradores. La muestra estuvo conformada por 147 participantes. Los usuarios que participaron en la encuesta llegan a un nivel medio en la calidad de sus servicios con un 51.7%.

El estudio de Dueñas (2018) planteó como objetivo establecer como los grupos de alto desempeño influyen en la productividad empresarial, ya que hay más beneficios para la empresa cuando se incrementa la productividad de los colaboradores porque las actividades pueden ser compartidas por diferentes trabajadores y las responsabilidades se comparten junto con los reconocimientos por haber cumplido los objetivos. Es por ello que el autor llega a la conclusión de que un equipo es capaz de trazarse metas que les ayudan a tener mayor fluidez en el crecimiento profesional y personal, junto con las estrategias de la organización, mayormente al juntarse las habilidades con la fuerza con la que se quiere alcanzar los objetivos, se les denomina cohesión.

Así mismo, Floridas (2017) en su tesis nacional tuvo como objetivo general establecer la relación entre el desempeño laboral y la motivación en los grupos de Hoteles Edith Paucar, mientras que su metodología fue una investigación básica correlacional de diseño no experimental, además el resultado que se obtuvo fue que si hay una correlación significativa en la variable Motivación que es de un nivel de 0.05 y la Satisfacción laboral es de un 95.7% de confianza, puesto que se llegó a la conclusión de que si hay una semejanza de causa-efecto y que se debe llevar a cabo mejorar las condiciones de evaluación y los niveles medio-bajo, ya que funcionara para la organización en influir en el desempeño laboral de sus trabajadores.

Hoffmann, et. al (2014) en su publicación plantearon como objetivo en que los equipos de alto desempeño, son un grupo pequeño de individuos que su función es compartir sus conocimientos, experiencias y habilidades. Las cuales están sujetas a compromisos con un solo propósito, donde decretan metas reales, desafiantes y métodos efectivos que buscan lograr estos propósitos para obtener resultados óptimos. Cabe recalcar que hacen responsables entre sí.

Romero (2014) en su tesis señaló que su objetivo fue establecer si los trabajos en equipos de alto desempeño inciden como una ventaja competitiva para las organizaciones, la metodología que se utilizó fue la revisión teórica ya que se analizó la situación de los equipos que tienen un alto desempeño en un ambiente organizacional, teniendo como conclusión una abundante información referente al estudio de los equipos de alto desempeño. Empezando desde la base revisión de artículos de revistas, bibliografías encontradas en la web, se determinó la distinción que hay entre grupos y equipos de alto desempeño; asimismo se pudo evidenciar que algunas organizaciones han logrado tener éxito por medio de un equipo con un alto rendimiento.

La investigación está estructurada en base a dos variables, las mismas que se sustentan en teorías y postulados científicos que permitan comprender y aproximarnos al estudio. Siendo la primera variable la tipología de los negocios de restauración comercial y la segunda variable los negocios de alto desempeño.

Las empresas de alto desempeño se sustentaron en la teoría humanista: Tiene como representante a Mayo (1932), y se enfocó en las relaciones humanas bajo la perspectiva conductista. Considera que el trabajador por su característica única como un ser social es importante la delegación de funciones dentro de la organización y la autonomía del colaborador son recompensas, asimismo debe existir integración dentro de la organización para un mayor nivel de producción. Por ello es necesario incentivos sociales y simbólicos para un resultado eficiente y óptimo.

Fernández y Bajo (2012), sustentaron que los grupos de interés consisten en que cada uno de los denominados tienen la participación en las operaciones de la empresa cuentan con el objetivo de querer ganar y es posible que quieran cambiar o mantener alguna forma de práctica para permanecer en la empresa

Por lo tanto, se concluye que cada stakeholder, tal como dice su nombre, tienen algún tipo de stake en el desarrollo continuo de la empresa.

Gonzales (2018) señaló que el grupo de interés es un componente importante en relación a las empresas con el entorno de sus actividades y sujetos a la capacidad para obtener objetivos económicos. Además, representan un entorno social, ambiental y económico. Estos tres niveles de exigencia están vinculadas a la definición de responsabilidad social corporativa.

Solis (2017) aseveró que el grupo de interés es un conjunto de asociaciones con membresías que funcionan para conseguir influencia política, es por ello que se descarta a una cantidad de personas que son fragmentos del sistema de presión. Los grupos de interés son aquellos que pueden influir o verse afectados por los objetivos de la organización; por lo tanto, deben tenerse en cuenta en el proceso de planificación estratégica según (Freeman, 2010 citado en Marulanda y Rojas, 2019).

Bravo (2011) expuso que, la gestión de operaciones puede obtener muchos beneficios, tales como: saber qué hacemos y cómo es que lo hacemos, por lo que también somos conscientes de nuestras debilidades y fortalezas. El aplicar ecuaciones de costos a las operaciones, a nivel de operaciones, para averiguar cuánto cuestan nuestros productos o servicios. Simplemente mejora el tener que describir un proceso. Siendo este uno de los beneficios al tener que tomar conciencia. Y esto ayuda a que esté un paso más cerca de la certificación ISO 9001 y otros estándares que requiere.

El utilizar métodos que favorezcan y aseguren la calidad, va a permitir que aumente la eficacia y eficiencia. Ya que continuamente se va aprendiendo de acuerdo a ello empiezan los cambios y mejoras. En algunos casos, es bueno rediseñar un proceso, porque de acuerdo a eso se logran obtener mayores resultados. Sánchez, et al (2015) señalaron que existe la necesidad de ser competitivos en el sector empresarial, porque impulsa a las empresas a estudiar los procesos a fin de conseguir una mejora en la calidad para que se le permita cumplir con las necesidades y las expectativas del cliente.

Rivera et al. (2020) mencionaron que el proceso consiste en una secuencia de trabajos u operaciones necesarias que permitirán ejecutar la producción de un servicio o un bien, además se tiene como finalidad determinar si se contribuyó la innovación en la producción de proceso de la empresa, ya que esto ocasiona cambios que favorecen al desarrollo del trabajo, para que pueda mejorar el servicio que oferta una empresa.

Navas y Guerras (2007) manifestaron que los recursos son los elementos o componentes que una empresa dispone para concretar sus estrategias. Sánchez y Herrera (2016) mencionaron que los recursos son algunos ingresos en el sistema productivo en el que se produce una salida y a sea los productos y/o servicios. Estos recursos se pueden clasificar en organizacionales, físicos, financieros, entre otros, además pueden ser intangibles y tangibles, los primeros no son por su propia naturaleza y los segundos se pueden identificar fácilmente y hacer una medición.

Arribas (2020) sostuvieron que un recurso estratégico es la información, también el empleado, los bienes materiales y económicos son considerados recursos ya que generan un beneficio, en otras palabras, son bienes productivos. En este caso la información produce rendimiento en base a que tiene la misión de informar, minimizar indecisiones, desvelar soluciones entre otras cosas más. Sánchez et al. (2020) afirmaron que el recurso es un bien intangible que se fundamenta en base del conocimiento e información, no existe algo material y no hay susceptibilidad, por ello se diferencia en cuatro clases de recursos intangibles que son capital organizativo, humano, tecnológico y la reputación. Las diferentes competencias que están asociadas a las categorías se han ordenado según la separabilidad de los individuos que lo creación.

Es un término utilizado en diferentes campos, como, por ejemplo: Grupos de individuos que buscan realizar actividades de bien social, en ayuda de los demás. Pero como estamos hablando de establecimientos, en temas administrativos, una organización se rige a una estructura legal donde se cumplen funciones y cuenta con puestos previamente diseñados para desarrollarse como una empresa (Vásquez, 2020).

Por otro lado, Mañunga (2021) indicó que las organizaciones la gran mayoría tiene interés social, brindando ayuda a los más necesitados y otros son empresas que cuentan con responsabilidad social dentro de sus áreas, prosiguiendo en su trabajo, pero bajo la tarea de apoyar al sector donde se encuentre su establecimiento.

Pérez (2014) señaló que la organización es un conjunto de personas que están integradas una sociedad u organismo que tienen un propósito de común que es la economía. Además, también se puede determinar como un grupo de actividades que son llevadas a cabo por distintas personas para dar un servicio o un bien. Para alcanzar estos puntos se requiere trazar unas metas, realizar objetivos a un nivel organizacional, por el cual es imprescindible tener herramientas como lo es la información ya que sin ello no habría orientación alguna.

Morón (2014) manifestó que la organización es vista desde un punto empresarial ya que está orientada a la producción de servicios y bienes, es decir es la unión de dos factores, como lo son los recursos humanos y los materiales que se encuentran dentro de un ambiente institucional, económico hasta organizativo en los que se desarrolla cualquier actividad.

Velásquez (2007) estableció que la organización, visto desde un concepto actual se redefine desde los cambios que se evidencian en las particularidades del nuevo siglo; por ello las organizaciones se establecen en los conocimientos, en los mercados globales y en la tecnología de la información, para intervenir en el clúster del conocimiento. Es decir, la

organización es un sistema socio-técnico, en el cual dispone los insumos y los productos.

Los clientes son Individuos que realizan compras en un determinado establecimiento público, ya sea donde recurre regularmente o no. Kotler (2002), manifiesta que las entidades que se centran en sus clientes agregan valor a sus procesos y están en mejor posición, estableciendo estrategias con beneficios a largo plazo.

Los colaboradores son aquellos sujetos que se van desempeñando desde el primer día de su ingreso a un trabajo, realizando sus tareas designadas por sus superiores, las cuales puede desarrollarlos en oficinas o en campo, demostrando sus cualidades intelectuales, teniendo una remuneración monetaria dependiendo del puesto que tenga. Por ejemplo: Un obrero es aquel trabajador manual que recibe salario, también conocido como un operario.

Los tipos de procesos dentro de las organizaciones existe variedad de procesos los cuales contribuyen con lograr los objetivos trazados por el área superior, es decir, la gerencia. Y una manera de reflejar estos procesos es mediante un mapa de procesos, que vendría a ser una representación y facilitaría su interpretación (Kotler, 2002).

El control de procesos busca el buen desempeño de las actividades desarrolladas a través de la mejora continua. Fayol define que el control de procesos es verificar si todo marcha conforme al plan y principios establecidos, con el fin de corregir errores y fortalecer debilidades impidiendo que se repitan nuevamente.

El área de recursos humanos hace mención a cada persona que labora en una organización y es participe en las actividades diarias. En esta área es fundamental tener un equipo de trabajo muy calificado puesto que sus funciones son de vital importancia para el buen desempeño de una entidad.

Las maquinarias son los instrumentos que permiten desarrollar el trabajo con eficiencia en un periodo de tiempo más rápido. Razón por la cual se debe elegir maquinarias de alta calidad y gran durabilidad para obtener un óptimo servicio (Kotler, 2002).

La política se refiere a las normas dadas por la gerencia para organizar el trabajo y mantener el orden con los empleados. Lo que conducirá a alcanzar resultados esperados en el caso del negocio de restauración es la seguridad con la cual se manipulan los alimentos y para ello se deberá elaborar y seguir políticas y procedimientos que garanticen su cumplimiento.

La cultura son tradiciones o conocimientos impuestos por una empresa que los diferencia de los demás por su método de trabajo. También es visto en nuestro día a día y en casa. Últimamente ha tomado gran valor en el contexto empresarial pues permite entender de mejor manera las conductas, comportamientos, creencias, valores entre otros; los cuales juegan un rol importante en los procesos organizacionales (Kotler, 2002).

Teoría estructuralista: De acuerdo a Burnham J. (1947) buscó el equilibrio de los recursos de una empresa bajo una perspectiva de atención al talento humano, al ambiente de trabajo y a su estructura organizacional de jerarquía formal e informal, debido a que toda organización tiene objetivos como tal y también las personas que la integran, es así que se le considera una unidad social compleja con un sistema natural y abierto. El talento de la persona siempre le da un rol que debe desempeñar dentro de las organizaciones, siendo su rol social muy importante para el estructuralismo. Teniendo como niveles jerárquicos, primero el área técnica, segundo el nivel gerencial y tercero el institucional, dividiendo sus objetivos entre materiales y sociales.

La restauración de tipo familiar según, Buhalis, et al. (1998) determinaron que son empresas dedicadas a prestar servicio gastronómico de comida casera. Es visto que no cuentan con un amplio lugar, cuentan con un número pequeño de mesas por más que la afluencia de clientes supere su aforo y la gran variedad de platillos que presentan. Acostumbran a mostrar menús económicos mayormente durante el medio día y establecen su carta relativamente amplia. Usualmente, estos servicios son prestados por la misma familia del dueño del negocio, hay ocasiones que contratan a alguien externo para brindar asesoría o simplemente apoyo.

Bowen, et. al (2011) indicaron que el desafío de mayor intensidad que se enfrentan aquellas empresas del sector turístico en la actualidad es cómo establecer y mantener negocios rentables en un mercado en constante cambio. Para ello, es necesario determinar las características comerciales de alto rendimiento, a través de los siguientes factores: stakeholders, procesos, recursos y organización. La metodología que se utilizó fue la revisión teórica ya que se analizó la situación de los equipos que tienen un alto desempeño en un ambiente organizacional, teniendo como conclusión una abundante información referente al estudio de los equipos de alto desempeño

Emcebar (2019) precisó que la restauración tipo familiar ofrecen alimentos sencillos y a un precio cómodo, mayormente tiene la particularidad de brindar un servicio sumamente confiable, además este tipo de establecimientos son franquicias. Por lo cual, dentro de este tipo de restaurante la gran parte de emprendimientos que son pequeños tienen comidas y cocinas económicas. La metodología que se utilizó fue la revisión teórica ya que se analizó la situación de los equipos que tienen un alto desempeño en un ambiente organizacional, teniendo como conclusión una abundante información referente al estudio de los equipos de alto desempeño.

Betancourt, et al. (2014) nos manifestaron que los restaurantes tipo familiar todavía no hay un concepto generalmente aceptado, es más hay lecturas que poseen definiciones con distintas perspectivas, una de ellas se refleja como la propiedad, el control estratégico, y la colaboración de la familia para el proceso de tomas de decisiones, ya que son los familiares o el fundador que son piezas clave para ser director, accionista o ejecutivo. Además, los establecimientos familiares por lo general, más del 50% de la propiedad está a cargo de una o más familias, la empresa mayormente es transferida a las siguientes generaciones de la familia y los miembros ocupan puestos de dirección de la empresa.

La restauración tipo Monoproducto según Buhalis, et al. (1998). Sostienen que la restauración da capacidad a una variedad de establecimientos que tienen la característica de brindar como particularidad un producto determinado y en oportunidades se acompaña con un tipo de decorado, servicio, ambiente, entre otros., que atribuye cierta singularidad al establecimiento y que a su vez puede ser empleado como un reclamo para captar la atención de los clientes. Por ejemplo, se tiene a establecimientos como: pizzerías, tortillería, parrillas, etc.

Jimenez (2021) afirmó que los restaurantes mono productos se basan en una oferta con una carta generalmente reducida, el servicio eficaz y solo un producto como referencia. Actualmente este tipo de restaurante produce una buena rentabilidad para los empresarios, ya que posee un enfoque que beneficia a la oferta gastronómica. Pérez (2015) señaló que los restaurantes tipo Mono productos son las últimas tendencias en la gastronomía ultraspecializada, ya que se ha transformado en un boom porque brindan una materia prima concreta. En estos tiempos la carta se vuelve más reducida y es fácil satisfacer al cliente, además se convierte en una oportunidad para que el negocio se vuelva más rentable como la organización de eventos y actividades que se basen en el ingrediente estrella.

La Neorestauración según Buhalis et al. (1998) sostuvo que fuera de otros tipos de restauración, también se debe poner mayor énfasis a otra línea que ha obtenido una notable relevancia y son respecto a las empresas que están incluidas en lo que es denominado la neorestauración y que es un conjunto de fórmulas nuevas de restauración como los son: El catering, Vendig, Take away y Vending.

Campusseas (2020) manifestó que la neorestauración tiene relación con los establecimientos funcionales ya que se encargan de brindar sus servicios en un corto tiempo y que además poseen la capacidad de tener productos que alcancen a un elevado número de personas para que así puedan satisfacer las necesidades de una demanda seleccionada, teniendo por finalidad obtener una alta rentabilidad de la empresa. Es decir, incluye a establecimientos que están enfocados en atender de una manera práctica y con característica de brindar comida en un espacio breve de tiempo y que a su vez haya capacidad para servir los productos a un alto número de clientes. Se encuentran diversas maneras de servicio que va desde un self-service, fastfood, banqueting, entre otros, que se relacionan con el uso de técnicas alimentarias modernas.

Laza y Lambies (2015) expresan que la neorestauración o como también es llamado restauración moderna, es la unión de las nuevas tendencias que están enfocadas en la gestión de las necesidades de la actual sociedad con las recientes técnicas alimenticias y maneras de servicio. La metodología que se utilizó fue la revisión teórica ya que se analizó la situación de los equipos que tienen un alto desempeño en un ambiente organizacional, teniendo como conclusión una abundante información referente al estudio de los equipos de alto desempeño.

El tamaño de la carta hace mención a la variedad del menú que se ofrece en el establecimiento o punto de venta de comida. Cabe resaltar, que es un factor de suma importancia para el rubro de hostelería y restauración, el cual no se puede dejar de lado, ya que, estando el comensal en la mesa, la carta es el primer medio de intercomunicación. Es decir, es la mejor carta de presentación de un establecimiento de venta de comida (Balanzino, 2020). El número de trabajadores hace mención a la capacidad de personal contratado para desarrollar labores dentro de la organización. Y cuando este va dirigida al cliente, tener trabajadores responsables que pongan en práctica sus habilidades técnicas se convierte en elemento fundamental para alcanzar las metas.

Para González (2020) La decoración se refiere a la temática que muestra la organización o punto de ventas de comida en el caso de restaurantes. Si bien es cierto, el hecho de comer viene a ser un acto social, no olvidemos que también es una experiencia vital y el sentirnos bien atendidos y a gusto es fundamental y se ha convertido prácticamente en una obligación para la hostelería. Pues, no solo se estaría vendiendo comida, sino que a éste se suma vender una experiencia gastronómica perfecta.

El ambiente se refiere al espacio en donde se desarrolla la actividad comercial. Y es otro factor que influye en la experiencia del usuario, es por ello su importancia tanto como la calidad del buen servicio y producto ofrecido. De esto dependerá como nos posicionemos en la mente de la clientela.

La rapidez se refiere al cumplimiento del servicio dentro de los tiempos establecidos en los procedimientos. Con el paso de los años, los clientes son más exigentes puesto que, ya no solo buscan calidad y precio, sino que además buscan una buena atención, comodidad con un trato personalizado, pero sobre todo una atención donde sobresalga la rapidez.

La atención se refiere al servicio ofrecido por el personal, éste siempre se da de manera cordial. Para que así sea, los colaboradores deberán tener una buena autoestima y sentirse bien consigo mismos, de esa forma podrá transmitir confianza. Un cliente satisfecho con el servicio y atención, muy probablemente volvería y recomendaría el servicio hacia con otros. González(2020)

III. Metodología

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica por lo mismo que se origina en un marco teórico y que no está dirigida en la solución de problemas (Hernández & Mendoza, 2018). El enfoque de la investigación fue cuantitativo porque busca tener determinación, a través de conocimientos científicos como métodos o tecnología, que cumplan con los hallazgos específicos, enriqueciendo el desarrollo de la investigación citando a Hernández y Mendoza (2018) se compilan estudios y se recopilan fundamentos con la intención de resolver interrogantes y demostrar las hipótesis preestablecidas, basándose en mediciones y conteos a través de la estadística para el reconocimiento de patrones de conducta de una población en específica.

Esta investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo, según Hernández et al (2014), intenta recolectar datos seguros mediante el análisis de datos, y la comprobación de las hipótesis planteadas anteriormente, toda a base de la medición numérica junto al análisis estadístico. Se aplicó el diseño no experimental, en el cual no se interviene ni se altera los hechos que observa el investigado. Hernández et al., (2014) “son estudios en los que se maniobran las variables y en los que los fenómenos se estudian únicamente en su medio natural y luego se analizan” (p. 152).

3.1.2 Diseño de investigación

Es de nivel explicativa, porque establece las causas de los casos o fenómenos que se están estudiando; profundizan la definición de conceptos o fenómenos al establecer opiniones que están direccionadas a responder por la causa de los sucesos físicos o sociales. (Hernández, et al., 2014, p.95). es decir, explora la relación en serie de todos los hechos reales, para dar una explicación objetiva, verdadera y científica de lo desconocido. Para ello es necesario que haya dos o

más variables. Para esta investigación se empleó el método hipotético deductivo, porque partimos de hipótesis y a raíz de deducciones obtenemos las conclusiones. Bernal (2016), las hipótesis siempre parte de una afirmación y puede ser rechazada, siendo necesario la confrontación para llegar a las conclusiones (p. 10).

Figura 1. Gráfico del Diseño de investigación



Donde:

X1: Empresas de alto desempeño

Y1: Tipología de los negocios de restauración comercial

3.2 Variables y operacionalización

La variable independiente de estudio según Chiavenato (2015), las empresas de alto desempeño se caracterizan por el elevado compromiso de las personas y por la búsqueda de respuestas rápidas e innovadoras ante los cambios en el entorno de negocios a fin de satisfacer las demandas crecientes de los clientes.

Definición operacional según Bowen, et al. (2011), se definieron operativamente mediante cuatro dimensiones que son: Grupos de interés, procesos, recursos, y organización. En la siguiente tabla se puede observar las dimensiones y subdimensiones establecidos por las variables.

La variable dependiente de estudio es tipología de los negocios de restauración comercial: Son aquellos tipos de negocios en el que es el usuario quien elige un sitio u otro, siendo establecimientos muy capaces de ofertar una variedad de comidas y que gozan de la capacidad de poder brindar servicio a un elevado número de comensales. Alonso (2012) Determinan que son empresas dedicadas a prestar servicio gastronómico de comida casera. Es visto que no cuentan con un amplio lugar, cuentan con un número pequeño de mesas por más que la afluencia de clientes supere su aforo y la gran variedad

de platillos que presentan.

Definición operacional; según Hernandez et al. (2014), corresponde a las actividades que se realizan para la medición de la variable de estudio (p. 120). Se realizó la medición de la percepción de los gerentes de los restaurantes de la zona de Santa Clara en el distrito de Ate, esta variable se midió mediante la aplicación de una encuesta de escala Likert que es de medición ordinal del 1 al 5 mediante tres dimensiones que son: Tipo familiar, tipo monoproducto y neorestauración Aragón (2009).

3.3 Población, muestra y muestreo

La población según Hernández et al (2014). Mencionó que la investigación cuantitativa intenta ampliar los resultados que fueron encontrados en los grupos o en el segmento (la muestra) a un conjunto mayor (población). Además, se examinan que dichos estudios están hechos a aplicarse. Mientras que para Ramirez, et al (2018) expreso que: “La población universo es el conjunto de objetos, sujetos o unidades que comparten las mismas particularidades que se estudia y a la que se pueden generalizar los hallazgos encontrados en la muestra” (p.62). Es decir, la población es el grupo de los casos que guardan concordancia con una secuencia de distinciones. En el presente estudio la población es:

$N = 104$ gerentes de restaurantes.

Es definida según como lo indican Cascant y Hueso (2012) nos detallan que “La muestra es el subconjunto de la población que se selecciona para el estudio, esperando que lo que se averigüe en la muestra no dé una idea sobre la población en su conjunto”. (p.10). Asimismo, Hernández et al (2010). Expresan que la muestra es el subconjunto de una población que tienen por objetivo recolectar datos y se debe representar de ellos.

Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula de población finita. La muestra estimada de acuerdo a la fórmula utilizada es de 82 gerentes de restaurantes de zona de Santa Clara en el distrito de Ate, teniendo un margen de error de 5% y nivel de confianza del 95%.

En este estudio al ser de enfoque cuantitativo, el tamaño de la muestra para determinar la población, será establecido mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Clasificación:

n: tamaño muestral

N: tamaño de la población = 140

Z: valor corresponde a la distribución de gauss, $Z(\alpha=0.05) = 1.96$ y $Z(\alpha=0.01) = 2.58$

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ($p=0.05$), que hace mayor el tamaño muestral.

q: $1 - p$ (si $p = 50\%$, $q = 50\%$)

i: error que se prevé cometer es del 5%

n= 82 gerentes de restaurantes

$$n = \frac{104 * 1.96 * 1.96 * 0.5 * 0.5}{0.05 * 0.05 (104-1) + 1.96 * 1.96 * 0.5 * 0.5}$$

n= 82

Respecto al muestreo “implica el criterio del investigador para seleccionar las unidades de muestreo y conforme a ciertas particularidades requeridas como consecuencia del tipo de estudio a realizar” (Ñaupas et al., 2018, p.342). Es así que la metodología del muestreo utilizado es de tipo no probabilístico y elegido la muestra de manera intencional.

La unidad de análisis fueron 82 gerentes de restaurantes del distrito de Ate-Vitarte.

La unidad muestral no consideró gerentes de otros tipos de empresas diferentes a la muestra que no poseen las particularidades de la investigación.

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Se realizó la encuesta como técnica de recolección, en el cual se basó de un interrogatorio donde las preguntas se desempeñarán en base de un modelo anticipadamente elaborado. Para Hernández, et al. (2014) La encuesta es unatécnica que va dirigida a un grupo significativo de personas, en donde el margen de error para esta investigación fue de 5%. Mientras que Carrasco (2005), señala que “La encuesta es un tipo de tesina de investigación social por cualidad, ya que es resaltada por la utilidad, variabilidad, facilidad e imparcialidad de datos que se obtiene de ella”

El instrumento que se empleó en esta investigación se adaptó al contexto es un cuestionario; cuya estructura constó de 20 interrogantes. Tuvo una escala likert. En la presente investigación se realizó una prueba piloto para el proceso de confiabilidad, aplicando en una muestra de 30 participantes; llegando a obtener los siguientes resultados. La técnica utilizada fue la encuesta a travésde preguntas dirigidas a un grupo de personas muy significativo, para lo cual se utilizó cuestionarios a través de consultas realizadas en forma individual. (Hernández et al. 2014). Por su parte Sánchez y Reyes (2006), señala que el instrumento utilizado de tipo cuestionario, “son documentos o formatos escritosde diversas preguntas que tienen relación con los objetivos materia delestudio” (p.151).

3.5 Procedimientos

En primer lugar, se identificó la problemática, de acuerdo al contexto de estudio las variables; empresas de alto desempeño y negocios de restauración comercial para lo cual se tuvo que recopilar antecedentes del repositorio de la UCV, revistas especializadas como scopus, ebsco, entre otros. En cuanto al procedimiento de recolección que se utilizó en la investigación para analizar los datos, empieza en la numeración de las encuestas que estuvieron efectuadas a losparticipantes, después de ello se llevó a cabo la comprobación de las respuestas, con la finalidad de corroborar que el estudio se realizó de manera adecuada.

Se definió la unidad de análisis, en la cual se clasificó la información bibliográfica, al mismo tiempo las bases teóricas de los conceptos operacionales de las variables, se procedió con lo siguiente: (a) se analizó las variables empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate- Vitarte 2021; (b) se aplicó el instrumento las variables tipología de los negocios de restauración comercial y las empresas de alto desempeño; (c) se estudiaron los datos recopilados de la encuesta y (d) se realizó la comprobación del planteamiento de la hipótesis de la investigación.

El cuestionario fue aplicado a los gerentes de restaurantes de la zona de Santa Clara en el distrito de Ate-Vitarte. El investigador es responsable del seguimiento de los instrumentos, así como los realizados del mismo, las cuales se compartió a través de dispositivos y aplicaciones vía online.

Por consiguiente, cuando las encuestas fueron comprobadas, se continuó a redactar los datos en una hoja de Excel, para así luego realizar la validación de las encuestas a través del programa SPSS25. El análisis, registro y tabulación de la data se realizó a través del software estadístico ya mencionado, que nos permitió obtener conclusiones y recomendaciones del estudio.

3.6 Método de análisis de datos

Se obtendrán tablas predeterminadas que van a permitir que se procesen los datos y análisis a través de los cálculos mediante el uso del software SPSS Versión 25, que facilitará la elaboración de la discusión de resultados y posteriormente arribar a las conclusiones y recomendaciones. Según Valderrama (2014) “Consta de comprobar los resultados mediante una muestra reducida, para encontrar la confiabilidad o prueba de hipótesis” (p. 142). Por ello se utilizó el instrumento Google formulario a través de dispositivos digitales y aplicaciones como el whatsapp. La tabulación y la codificación de los datos según las variables y dimensiones fue a través de la hoja de cálculo de Excel; dicha información también se procesó a través del software estadístico SPSS25, la distribución de frecuencias y gráficos de barras relevantes para un estudio detallado de las variables. Se aplicó un nivel de estudio explicativo de diseño transversal para demostrar la causa de la variable independiente en la variable dependiente, que permitió la contrastación de las hipótesis formuladas.

3.7 Aspectos éticos

Esta investigación se efectuó de manera ética, honesta, cumpliendo con cada valor ético que el doctorado exige, en donde el investigador respalda y muestra respeto a la información de aquellos resultados obtenidos, manteniendo la confiabilidad de datos y los datos de cada encuestado, protegiendo su identidad de cada uno de ellos en toda la investigación, por lo tanto, se cumplen con las reglas establecidas por la UCV para el diseño de una investigación cuantitativa. En respaldo de todo lo mencionado, se adjunta documentos de validación de instrumento por profesionales con el grado de doctor de carreras afines, y su vez la declaración de validez del software turnitin.

La investigación se desarrolló mediante la autorización del Consentimiento informado, en el cual el participante informará el propósito de la investigación y los procedimientos que se tendrán en cuenta, en donde la entidad o persona a investigar tiene derecho a retirarse de la investigación; por otro lado, la investigación tiene un rigor de confidencialidad, donde se tiene en cuenta a los contactos para preguntar acerca de la investigación.

Finalmente, la investigación cumplió con los principios éticos en contra del plagio, destacando los valores de honestidad y confiabilidad.

IV. Resultados

4.1 Tablas descriptivas de las variables en estudio

Análisis descriptivo

Tabla 1

Empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios

		Tipología de los negocios				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Empresas de alto desempeño	Bajo	Recuento	17	9	2	28
		% del total	20,2%	10,7%	2,4%	33,3%
	Medio	Recuento	16	13	4	33
		% del total	19,0%	15,5%	4,8%	39,3%
	Alto	Recuento	1	12	10	23
		% del total	1,2%	14,3%	11,9%	27,4%
Total	Recuento	34	34	16	84	
	% del total	40,5%	40,5%	19,0%	100,0%	

En la tabla 3 se muestra que del 100% de los encuestados, las empresas de alto desempeño; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto.

Tabla 2

Grupos de interés y la tipología de los negocios de restauración comercial

		Tipología de los negocios				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Grupos de interés	Bajo	Recuento	18	6	4	28
		% del total	21,4%	7,1%	4,8%	33,3%
	Medio	Recuento	15	24	2	41
		% del total	17,9%	28,6%	2,4%	48,8%
	Alto	Recuento	1	4	10	15
		% del total	1,2%	4,8%	11,9%	17,9%
Total	Recuento	34	34	16	84	
	% del total	40,5%	40,5%	19,0%	100,0%	

En la tabla 2 se muestra que del 100% de los encuestados, en la dimensión grupo de interés; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto.

Tabla 3

Procesos y la tipología de los negocios de restauración comercial

		Tipología de los negocios				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Procesos	Bajo	Recuento	17	9	2	28
		% del total	20,2%	10,7%	2,4%	33,3%
	Medio	Recuento	17	14	6	37
		% del total	20,2%	16,7%	7,1%	44,0%
	Alto	Recuento	0	11	8	19
		% del total	0,0%	13,1%	9,5%	22,6%
Total	Recuento	34	34	16	84	
	% del total	40,5%	40,5%	19,0%	100,0%	

En la tabla 3 se muestra que del 100% de los encuestados, en la dimensión procesos; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto.

Tabla 4

Recursos y la tipología de los negocios de restauración comercial

		Tipología de los negocios				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Recursos	Bajo	Recuento	24	19	2	45
		% del total	28,6%	22,6%	2,4%	53,6%
	Medio	Recuento	10	15	14	39
		% del total	11,9%	17,9%	16,7%	46,4%
	Total	Recuento	34	34	16	84
		% del total	40,5%	40,5%	19,0%	100,0%

En la tabla 4 se muestra que del 100% de los encuestados, la dimensión recursos; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto.

Tabla 5*Organización y la tipología de los negocios de restauración comercial*

		Tipología de los negocios				
			Bajo	Medio	Alto	Total
Organización	Bajo	Recuento	22	9	5	36
		% del total	26,2%	10,7%	6,0%	42,9%
	Medio	Recuento	5	20	3	28
		% del total	6,0%	23,8%	3,6%	33,3%
	Alto	Recuento	7	5	8	20
		% del total	8,3%	6,0%	9,5%	23,8%
Total	Recuento	34	34	16	84	
	% del total	40,5%	40,5%	19,0%	100,0%	

En la tabla 5 se muestra que del 100% de los encuestados, la dimensión organización; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto.

Tabla 6*Distribución de frecuencias de la variable empresas de alto desempeño*

Nivel	F	%	
Válido	Bajo	28	33,3
	Medio	33	39,3
	Alto	23	27,4
	Total	84	100,0

En la tabla 6 se muestra que la distribución de frecuencias de la variable se tiene que un 27,4% de los gerentes manifestaron que se debe de contar con empresas de alto desempeño a un nivel alto, asimismo un 39,3% con un nivel Medio y finalmente un 33,33% con un nivel Bajo.

Tabla 7*Distribución de frecuencias de las dimensiones de empresas de alto desempeño*

Nivel	Grupo de interés	%	Procesos	%	Recursos	%	Organización	%
	f		f		f		f	
Bajo	28	33,3	28	33,3	45	53,6	36	42,9
Medio	41	48,8	37	44,0	39	46,4	28	33,6
Alto	15	17,9	19	22,6			20	23,8
Total	84	100	84	100	84	100	84	100

En la tabla 7 se muestra que la distribución de frecuencias respecto a las dimensiones, prevalece el nivel medio, siendo el de menor el 33,33% de la dimensión organización y el valor más alto es del 48,81% que corresponde a la dimensión grupo de interés. Mientras, que el 23,81% de la muestra indican que es de nivel alto en la dimensión organización y el nivel más bajo fue de 53,57% en la dimensión recursos. Por lo tanto, podemos ver que se muestran valores altos entre 17,86% y 23,81%.

Tabla 8*Distribución de frecuencias de la variable tipología de los negocios de restauración comercial*

Nivel	F	%	
Válido	Bajo	34	40,5
	Medio	34	40,5
	Alto	16	19,0
	Total	84	100,0

En la tabla 8 se muestra que la distribución de frecuencias de la variable se tiene que un 19% de los gerentes manifestaron que se debe de contar con una tipología

de los negocios de restauración comercial es de nivel alto, asimismo un 40,5% con un nivel Medio y finalmente un 40,5% con un nivel Bajo.

Tabla 9

Distribución de frecuencias de las dimensiones de tipología de los negocios de restauración comercial

Nivel	Tipo familiar		Tipo mono producto		Neorestauración	
	f	%	f	%	f	%
Bajo	57	67.9	34	40.5	34	40.5
Medio	0	0.0	34	40.5	33	39.3
Alto	27	32.1	16	19.0	17	20.2
Total	84	100.0	84	100.0	84	100.0

En la tabla 9 se muestra que la distribución de frecuencias respecto a las dimensiones, prevalece el nivel bajo, siendo el de menor el 40,48% de las dimensiones de tipo monoproducto y neorestauración y el valor más alto es del 67,86% que corresponde a la dimensión de tipo familiar. Mientras, que el 32,14% en la dimensión familiar, 20,24% en neorestauración y 19,05% en la dimensión monoproducto. Por lo tanto, podemos ver que se muestran valores altos entre 20,24% y 32,14%.

4.2 Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

Análisis inferencial

Ho: Las empresas de alto desempeño no influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte 2021.

Ha: Las empresas de alto desempeño influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte 2021.

Nivel significancia: $\alpha = 5\%$

Regla de decisión: Si: $p\text{-valor} < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula, y el contraste es significativo.

Tabla 10

Correlación de Rho de Spearman de Tipología de los negocios con empresa de alto desempeño.

		Tipología de los negocios
Rho de Spearman	Empresas de alto desempeño	Coefficiente de correlación ,471**
		Sig. (bilateral) ,000
		N 84
		R ,199

El coeficiente rho de spearman resultó 0,471, indica que existe una correlación positiva moderada entre las empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1%. Por otra parte, del nivel de significancia es inferior a 0,05($0,000 < 0,05$), lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Prueba de hipótesis específicas

Análisis inferencial

Ho: Los grupos de interés no influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial.

Ha: Los grupos de interés influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial.

Nivel significancia: $\alpha = 5\%$

Regla de decisión: Si: $p\text{-valor} < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula, y el contraste es significativo.

Tabla 11*Correlación de Rho de Spearman de grupos de interés con tipología de los negocios*

		Grupos de interés	Tipología de los negocios
Rho de Spearman	Grupos de interés	1,000	,447**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	84
Tipología de los negocios		,447**	1,000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	84	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente rho de spearman resultó 0,447, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión grupos de interés y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1%. Por otra parte, del nivel de significancia es inferior a 0,05(0,000<0,05), lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Ho: Los procesos no influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial.

Ha: Los procesos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial. Nivel significancia: $\alpha = 5\%$

Regla de decisión: Si: p-valor < 0.05, se rechaza la hipótesis nula, y el contraste es significativo.

Tabla 12*Correlación de Rho de Spearman de proceso con tipología de los negocios*

		Procesos	Tipología de los negocios
Rho de Spearman	Procesos	1,000	,454**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	84	84

Tipología de los negocios	Coefficiente de correlación	,454**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	84	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente rho de spearman resultó 0,454, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión procesos y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1%. Por otra parte, del nivel de significancia es inferior a 0,05(0,000<0,05), lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Ho: Los recursos no influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial.

Ha: Los recursos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

Regla de decisión: Si: $p\text{-valor} < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula, y el contraste es significativo.

Tabla 13

Correlación de Rho de Spearman de recursos con Tipología de los negocios

Recursos		Tipología de los negocios		
Rho de Spearman	Recursos	Coefficiente de correlación	1,000	,383**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	84	84
	Tipología de los negocios	Coefficiente de correlación	,383**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	84	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente rho de spearman resultó 0,383, indica que existe una correlación positiva baja entre la dimensión recursos y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1%. Por otra parte, del nivel de significancia es inferior a 0,05(0,000<0,05), lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Ho: La organización no influye en la tipología de los negocios de restauración comercial.

Ha: La organización influye en la tipología de los negocios de restauración comercial.

Nivel significancia: $\alpha = 5\%$

Regla de decisión: Si: $p\text{-valor} < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula, y el contraste es significativo.

Tabla 14

Correlación de Rho de Spearman de organización con Tipología de los negocios

Correlaciones			
		Organización	Tipología de los negocios
Rho de Spearman	Organización	Coeficiente decorrelación 1,000	,304**
		Sig. (bilateral)	,005
		N	84
	Tipología de los negocios	Coeficiente decorrelación ,304**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005
		N	84

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El coeficiente rho de spearman resultó 0,304, indica que existe una correlación positiva baja entre la dimensión organización y la tipología de los negocios de restauración a un nivel de significancia de 1%. Por otra parte, del nivel designificancia es inferior a 0,05($0,000 < 0,05$), lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

V. Discusión

De acuerdo a los resultados correspondiente a la hipótesis general, se establece que existe influencia entre las variables de estudio de los gerentes encuestados, con respecto a la primera variable de estudio, el 72,6% de los encuestados indican que las empresas de alto desempeño no son de nivel óptimo y respecto a la segunda variable el 81% de los gerentes afirman que la tipología de los negocios de restauración comercial está en un nivel regular.

La variable empresas de alto desempeño se ubica porcentualmente entre 44,5% y 53,9% de la varianza de la variable tipología de los negocios de restauración comercial que indica que hay una influencia positiva entre ambas variables, del mismo modo se puede apreciar que el grado de significancia estadística indica el valor $p < 0.05$, lo cual hace que la hipótesis nula quede rechazada (H_0) mientras que la hipótesis alterna (H_1) sea aceptada. De esta manera queda determinada que existe influencia directa y significativa entre ambas variables. Resultados que van de la mano con los antecedentes.

El nivel alcanzado entre la dimensión grupos de interés y la variable tipología de los negocios de restauración comercial en el distrito de Ate-Vitarte es bajo 33,3%, medio 48,8% y alto 17,9%, se puede apreciar que existe influencia positiva y moderada.

El nivel alcanzado entre la dimensión procesos y la variable tipología de los negocios de restauración comercial en el distrito de Ate-Vitarte es bajo 33,3%, medio 44,0% y alto 22,6%, se puede apreciar que existe influencia positiva y moderada.

El nivel alcanzado entre la dimensión recursos y la variable tipología de los negocios de restauración comercial en el distrito de Ate-Vitarte es bajo 53,6% y medio 46,4%, se puede apreciar que existe influencia positiva y moderada.

El nivel alcanzado entre la dimensión organización y la variable tipología de los negocios de restauración comercial en el distrito de Ate-Vitarte es bajo 42,9%, medio 33,3% y alto 23,8%, se puede apreciar que existe influencia positiva y moderada.

Se seleccionaron los antecedentes más representativos, que van de acuerdo a la línea de esta investigación, teniendo como resultado los siguientes:

En la investigación realizada por Blas, M. (2019) se obtuvo como resultado que entre la variable tipología de los negocios y el nivel de ventas existía una relación fuerte, con un valor de 0,784, y por otro lado el nivel de significancia fue de 0,001 es decir menos de un cinco por ciento, por lo que se descartó la hipótesis nula, aceptando la alterna. Tenemos también a Dueñas, E. (2018) que llegó a la conclusión que existe una correlación positiva media de 0,625 entre el liderazgo y desempeño laboral. Los resultados contrastados posibilitan concluir que la empresa, debe mejorar el control y ausencia hacia los colaboradores por parte de sus superiores, la organización no solamente debe pensar en el bienestar de la empresa, sino también en el de los colaboradores.

Mendoza, E. (2019) llega a la conclusión que existe relación significativa entre el liderazgo y el desempeño laboral en empresas de electrodomésticos de Tarapoto; con un coeficiente de correlación lineal de Pearson de ($r=0.889$). Además, existe un coeficiente de determinación (0.790), explicando que aproximadamente el 80% de un buen desempeño laboral se da por el liderazgo del jefe de área. También Dueñas, E. (2018) señala que un negocio es capaz de trazarse metas a través de sus trabajadores siendo sus actividades compartidas, lo cual favorecerá de manera natural el seguimiento, mejoramiento y adecuación de todos los procedimientos con estrategias para incrementar la productividad brindando servicios de gran calidad. Asimismo, Floridas, J. (2017) llega a la conclusión de que existe semejanza causa – efecto, es decir, existe una buena relación del equipo de trabajo con los negocios de alto desempeño, los cuales fueron demostrados mediante los resultados de las encuestas aplicadas a sus trabajadores. Incluso coinciden con los autores Blas, M. (2019) y Romero, M. (2014) quienes en su trabajo de investigación finalizan con la conclusión de que existe una relación directa de los equipos de alto desempeño en las compañías evidenciando que algunas de estas organizaciones han tenido éxito por medio de un equipo de alto rendimiento.

Por lo tanto, podemos ver que se muestran valores altos entre 20,24% y 32,14% cuyos resultados tienen relación con la conclusión al cual llegó Otero, L. (2018) en su artículo donde menciona que el desempeño y restauración de tipo familiar tiene un nivel alto. Este objetivo también

es respaldado por lo mencionado por Shein (2013), quien señala a la restauración familiar es de importancia para sostener a toda entidad que quiera ser más competitiva frente a la competencia.

En la investigación realizada por García y Guillen (2019) se obtuvo como resultado que entre la variable tipología de los negocios y el nivel de ventas existía una relación fuerte, con un valor de 0,784, y por otro lado el nivel de significancia fue de 0,001 es decir menos de un cinco por ciento, por lo que se descartó la hipótesis nula, aceptando la alterna. Tenemos también a Zapana, J. (2021) que llegó a la conclusión que existe una correlación positiva media de 0,625 entre el liderazgo y desempeño laboral. Los resultados contrastados posibilitan concluir que la empresa, debe mejorar el control y ausencia hacia los colaboradores por parte de sus superiores, la organización no solamente debe pensar en el bienestar de la empresa, sino también en el de los colaboradores.

Estos resultados llegan a coincidir con lo mencionado por Rojas, K. (2020) quien manifiesta que actualmente este tipo de restaurante produce una buena rentabilidad para los empresarios, ya que posee un enfoque que beneficia a la oferta gastronómica. Mendoza, E. (2019) llega a la conclusión Existe relación significativa entre el liderazgo y el desempeño laboral en empresas de electrodomésticos de tarapoto; con un coeficiente de correlación lineal de Pearson de ($r=0.889$). Además, existe un coeficiente de determinación (0.790), explicando que aproximadamente el 80% de un buen desempeño laboral se da por el liderazgo del jefe de área. También Dueñas, E. (2018) señala que un negocio es capaz trazarse metas a través de sus trabajadores siendo sus actividades compartidas, lo cual favorecerá de manera natural el seguimiento, mejoramiento y adecuación de todos los procedimientos con estrategias para incrementar la productividad brindando servicios de gran calidad.

Al respecto Buhalis, D. et al. (1998) y Campusseas, (2020) respaldan la conclusión que le llevo con la encuesta realizada que un 50,96% con un nivel alto, es decir, para un negocio es indispensable que cuente con la neorestauración lo que implicamejor y rápida atención. Asimismo, Floridas, J. (2017) donde llega a la conclusión de que existe semejanza causa – efecto, es decir, existe una buena relación del equipo de trabajo con los negocios de alto desempeño, los cuales fueron demostrados mediante los resultados de las encuestas aplicadas a sustrabajadores. Incluso coinciden con los autores Blas. M. (2019) y Romero, M. (2014) quienes en su trabajo de investigación finalizan con la conclusión de que existe unarelación directa de los equipos de alto desempeño en las compañías evidenciandoque algunas de estas organizaciones han tenido éxito por medio de un equipo de alto rendimiento.

Considerando también la conclusión de Flores, K. (2020) en los resultados de la hipótesis demostraron que existe una relación significativa entre las variablesdesarrollo organizacional y administración de estrategias; donde llega a la conclusión de que existe semejanza causa – efecto, es decir, existe una buena relación del equipo de trabajo con los negocios de alto desempeño, los cuales fueron demostrados mediante los resultados de las encuestas aplicadas a sus trabajadores. Incluso coinciden con los autores considerando los resultados de spearman es igual a 0,893 permite ver una relación muy fuerte , se evidencia que elnivel de significancia (sig = 0.00) es menor que el p valor 0.05, en cuestión es un rechazo de la hipótesis nula (Ho) y se reconoce la hipótesis alternativa (Ha).Teniendo en cuenta los elementos evaluados evidenciaron debilidades en el desarrollo organizacional en la estrategia, estructura, cultura de la misma forma administración de estrategia en la formulación, implementación y evaluación

VI. Conclusiones

1. De acuerdo a los resultados de la aplicación de las encuestas y mediante la prueba de hipótesis se obtuvo el siguiente resultado: El coeficiente rho de Spearman resultó 0,471, indicando que existe una influencia positiva moderada entre las empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa.
2. Asimismo, en la dimensión grupos de interés y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de Spearman resultó 0,447, indicando que existe un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 33,3% piensa que es bajo, el 48,8% que es medio y el 17,9% piensa que es alto.
3. En la dimensión procesos y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de Spearman resultó 0,454, indicando un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 33,3% piensa que es bajo, el 44,0% que es medio y el 22,6% piensa que es alto.
4. En la dimensión recursos y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de Spearman resultó 0,383, indicando un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 53,6% piensa que es bajo y el 46,4% que es medio.
5. En la dimensión organización y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de Spearman resultó 0,304, indicando un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 42,9% piensa que es bajo, el 33,3% que es medio y el 23,8% piensa que es alto.

VII. Recomendaciones

Primera: Se observa que hay una influencia significativa moderada entre las empresas de alto rendimiento y la tipología de los negocios de restauración comercial con 0,471 siendo un nivel medio, por lo que se recomienda que para futuras investigaciones de debe incluir diferentes variables que estén relacionadas a la naturaleza de las empresas de alto desempeño, ya que la afinidad en ambas variables es mesurada. Asimismo, es necesario el desarrollo de programas de capacitación en gestión a los dueños del negocio para un mejor desempeño de sus servicios.

Segunda: Se recomienda que los dueños del negocio realicen charlas informativas a sus colaboradores sobre los distintos tipos de clientes para así brindar un servicio de calidad reconociendo los grupos de interés más valiosos para sus negocios, así como también la realización de actividades donde se vea involucrado todo su equipo de trabajo. También es necesario conocer no solo a nuestros clientes sino también a nuestro equipo de colaboradores de esta manera saber las fortalezas y debilidades que tiene el negocio.

Tercero: Se recomienda que los dueños del negocio realicen cursos de capacitación y que estos conocimientos adquiridos sean compartidos a través de charlas a sus colaboradores, de tal manera que se mejore y valore para implementar los procesos en el negocio y así mejorar el servicio y realizar actividades donde se vea a todo su equipo de trabajo involucrado en tener dominio de los procesos en un negocio que aspira a ser de alto rendimiento.

Cuarto: Se recomienda que los dueños del negocio reflexionen sobre la importancia del talento humano, así como también el de las máquinas a adquirir. En primer lugar, se debe elegir un personal idóneo, adecuado y/o calificado que pueda encargarse de brindar un óptimo servicio dentro del establecimiento, ya que ello será la presentación del negocio, pero también es necesario contar con equipamiento adecuado y útil que faciliten a disminuir los tiempos de atención y entrega final del producto.

Quinto: Se recomienda que los dueños del negocio reflexionen sobre la importancia de la organización que tienen actualmente y que, si desean llegar a ser una empresa de alto rendimiento, por lo que es necesario la realización de eventos de prueba para que logren verificar tanto la atención, la comprensión, colaboración y rapidez entre sus colaboradores. Asimismo, es necesario que los colaboradores se identifiquen con los valores, misión, visión y políticas del negocio, logrando así una culturalización organizacional que encamine al logro de los objetivos planteados.

VIII. Propuesta

“Programa de formación para emprendedores del rubro de restauración comercial de la zona de Santa Clara en el distrito de Ate - 2021”

Descripción

Este programa de formación para emprendedores surge ante la necesidad de fomentar el conocimiento en gestión, estrategias directivas y de marketing orientados al contexto de la restauración comercial, de tal forma que se pueda identificar los diversos tipos de oferta que el emprendedor puede ofrecer al identificar a un potencial cliente. Actualmente el emprendimiento es una opción ante tanta informalidad y falta de empleo, por lo que es necesario que se enseñe a cómo crear planes de negocios, a gestionar todas las áreas de una empresa, incluso a elaborar el plan de marketing, pasando por el área de finanzas hasta el de recursos humanos, siendo este programa muy importante y necesario para todo emprendedor.

Justificación

El presente programa de formación y su propuesta es brindar una solución al problema identificado, a través del planteamiento de actividades que coadyuven a la capacitación y formación sobre la tipología de los negocios de restauración comercial, brindar herramientas para los emprendedores de la restauración comercial a fin que sus negocios sean viables, duraderos y les permita crecer económicamente para una mejor calidad de vida. Asimismo, muchos jóvenes e incluso señores han pensado en ser sus propios jefes, tener un negocio o emprendimiento propio que a la larga se convierta en proyecto empresarial.

Objetivo general

Proponer un programa de formación para emprendedores de la restauración comercial de la zona de Santa Clara ubicado en el distrito de ATE.

Objetivos específicos

- Generar conocimiento acerca de la gestión de negocios de restauración comercial de la zona de Santa Clara ubicado en el distrito de ATE.

- Incentivar el emprendimiento específicamente en negocios de restauración comercial de la zona de Santa Clara ubicado en el distrito deate.

Temario

1. Módulo I: Tú emprendedor

Vamos a trabajar con usted para que se conozca mejor y sepa qué tipo de emprendedor es, cuáles son sus mejores cualidades y así pueda gestionar con éxito su proyecto.

Temario:

- ¿En qué consiste ser un emprendedor?
- El emprendedor ¿Nace o se hace?
- Mitos sobre la personalidad y competencias del emprendedor.
- Tipos de emprendedores
- Oportunidades y riesgos del emprendimiento
- ¿Cómo maximizar las oportunidades y minimizar los riesgos?
- El trabajo en equipo
- Plan de desarrollo y complemento del perfil
- De empleado a empresario
- Explicar qué es un negocio por oportunidad
- Explicar qué es un negocio por necesidad
- Explicar sobre el uso de herramientas del CANVAS

2. Módulo II: Eligiendo negocio correcto

Vamos a trabajar con su idea para conocer el grado del desarrollo que permita conocer su viabilidad para la demanda del mercado.

Temario:

- El mercado: Proveedores, competencia y potencial
- Capital disponible
- Entorno geográfico
- Técnicas “low cost” y herramientas de gestión para la investigación de mercados y la detección de oportunidades de negocio.

- Posicionamiento y segmentación de mercado.
- El producto y sus beneficios
- Explicar en qué consiste un plan estratégico digital y elaborar uno para el negocio o idea de negocio
- Explicar en qué consiste el branding y neuromarketing
- Elaborar un ejercicio de marketing en redes digitales:
- Promoción de un post en Facebook Ads e Instagram Ads
- Explicar acerca de cómo funciona el e-commerce y cómo implementarlo en el negocio
- Absolver las dudas de los participantes

3. Módulo III: Desarrollo del negocio

Se planificará como poner el negocio en el mercado a través de un plan de negocios y explicando la función de las siguientes áreas:

- Área económica: Previsión de ingresos, gastos y financiamiento
- Área jurídica: Posibles formas jurídicas.
- Marketing: Marketing mix, gestión de marca y posicionamiento.
- Técnicas de venta y roles comerciales.
- Elección de socios.
- Presentación y el arte de hablar en público.
- Explicar los conceptos básicos sobre finanzas.
- Enseñar de dónde obtener los recursos para emprendimientos.
- Explicar las formas para llevar las cuentas de tu negocio.
- ¿Cómo llevar y analizar las cuentas según la etapa de tu negocio?
- Absolver las dudas de los participantes.

- Explicar los pasos de formalización de un negocio.
- Explicar en qué consiste la propiedad intelectual.
- Elaborar un ejercicio para saber cómo registrar tu marca en Indecopi.
- Absolver las dudas de los participantes.

Resultados y beneficios esperados

El cronograma es el siguiente:

Año 2022

Módulo	Junio	Julio	Agosto
01	X		
02		X	
03			X

Resultados y beneficios esperados

- Maximizar y comprender tu perfil emprendedor, aprendiendo a identificar cuáles son tus mejores cualidades para potenciarlas.
- Tener en cuenta el perfil de tu negocio, sabiendo elegir a los socios, trabajadores y proveedores para tu proyecto.
- Evitar los errores típicos y saber entablar buenas relaciones interpersonales.
- Crear y diseñar tu plan de negocios.
- Validar tus ideas de emprendimiento a fin de convertirlas en un modelo de negocio que sea rentable.

Referencias

- Alles, M. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos gestión por competencias* Argentina: Granica
<https://comunicacionrrhh.files.wordpress.com/2018/04/alles-direccion-estrategica-de-recursos-humanos.pdf>
- Apaza, I. (2015). *Factores motivadores y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad provincial de san román – Juliaca 2014*.
<http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/453/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Araujo, A. (2015). *Satisfacción Laboral y su Relación con el Desempeño Laboral del Personal Administrativo de la Municipalidad Provincial de Huaraz – 2014*. [Tesis de maestría] Universidad César Vallejo
- Atalaya, M. (1999) *Satisfacción laboral y productividad*. *Rev. de Psicología*.
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/psicologia/1999_n5/satisfaccion.htm
- Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (1998) *Introduction to Tourism*. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Barreto, A. y Azeglio, A. (2013). *La problemática de la gestión del capital humano en las MiPyMEs de alojamiento turístico de la Ciudad de Buenos Aires – Argentina*. *Estudios perspectivas en turismo*, 22(6), 1140-1159.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S185117322013000600007&lng=es&ting=es

Bohlander, G. Y Snell, S. (2008). *Administración De Recursos Humanos*.
<https://www.academia.edu/33378179/ADMINISTRACION%20de%20RECURSOS%20HUMANOS>

Bonilla, E. (2012) *Mejora continua de procesos: Herramientas y técnicas*.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10832/Bonilla_Diaz_kleeberg_Noriega_Mejora_continua.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Caballero, J. (2015). *Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Independencia, 2015*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]

Carranza, L. (2014). *Clima Organizacional y Desempeño Laboral de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Pamparomás – 2014*. [Tesis de maestría] Universidad César Vallejo

Carrasco, S. (2009) *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima:Ed. San Marcos. 236.
http://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-de-la-investigacion-cientifica_45761

Casma, C. (2015). *Relación de la gestión del talento humano por competencias en el desempeño laboral de la Empresa Ferro Sistemas, Surco-Lima, año 2015*. [Tesis de maestría, Licenciatura en Administración] Universidad Nacional de Educación

Castro, G. (2015). *Motivación y Desempeño Laboral en los Trabajadores de la Municipalidad Provincial de Huaylas- Ancash-2014*. [Tesis de maestría, Licenciatura en Gestión Pública] Universidad César Vallejo

- Cerrate, L. (2015). *Actores de Motivación y su Relación con el Desempeño Laboral de los Servidores de la Municipalidad Distrital de Yautan – 2014*. [Tesis de maestría] Universidad César Vallejo
- Cevallos, Y. (2013). *Gestión del talento humano y su incidencia en el desempeño laboral, dirección provincial agropecuaria de santa elena*. [http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1136/1/gesti%c3%93n%20del%](http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1136/1/gesti%c3%93n%20del%20)
- Chiavenato I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: MC GRAW-HILL/Interamericana Editores S.A. 3era. Ed
<https://1library.co/document/eqo1xrmz-gestion-del-talento-humano-idalberto-chiavenato-edicion.html>
- Choy W. (2019). *Gestión empresarial y su influencia en la rentabilidad de la empresa DYNAMO GROUP E.I.R.L ciudad de Tarapoto, 2019*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38997/Choy_RW.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Chuquitucto L. (2014). *Clima Organizacional y el Desempeño Laboral de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo*. [Tesis de maestría] Universidad Nacional de Trujillo
- Enríquez, P. (2015). *Motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la visión en México*. México: Universidad Montemorelos. <https://docplayer.es/35015740-Universidad-de-montemorelos-facultad-de-ciencias-administrativas-motivacion-y-desempeno-laboral-de-los-empleados-del-instituto-de-la-vision-en-mexico.html>
- Fernández, J.L. y Bajo, A. (2012). *La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad*.

Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC. 6 (6). 130- 143.

Flores, L. (2020) *Gestión Administrativa y su relación con la Seguridad Salud Ocupacional y la Calidad de Vida Laboral desde la perspectiva de los empleados de la empresa HENE IMPORT EIRL Chorrillos 2019*
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41234/FLORES_B_L.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Folgado, R. (2014) *Diseño y estimulación para mejorar el rendimiento laboral. El Mundo*.<http://www.elmundo.es/economia/2014/06/10/5391ebc5ca474196668b458e.html>

Gibson, J., Ivancevich, J., & Donnelly, J. (1994). *Las organizaciones. Estados Unidos: Addison-Wesley Iberoamericana*.
https://www.academia.edu/39262462/Organizaciones_Comportamiento_estructura_y_procesos

Guambuquete, K. (2015). *Modelo de gestión por competencias para lograr calidad en los servicios de la empresa la esperanza comercializadora Wholesaleinn S.A. Ecuador: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES*.
<https://1library.co/document/yr2k41vz-modelo-gestion-competencias-calidad-servicios-esperanza-comercializadora-wholesaleinn.html>

Guevara, F., G. y Aguirre E. (2012). *Factores asociados con el desempeño del personal que labora como oficiales de tránsito y seguridad en la universidad de costa rica. enfermería actual en costa rica, abril-septiembre, 1- 10.*

Helieregel, S. (2004). *Comportamiento Organizacional. México: Digital Oriente S.A.*

- Hernández, R. Fernández C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación, México, Editorial Mc Graw Hill, sexta edición. 634*
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Gomez, Á, Y Arboleda C., (2008) *C Los equipos de alto desempeño en la gestión curricular: propuesta para la facultad de administración de empresas de la universidad pontificia bolivariana. Rev. Ciencias Estratégicas, 16 (19), 9-21.*
<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7389>
- Luengo, Y. (2013). *Clima organizacional y desempeño laboral del docente en centros de educación inicial. Venezuela: Universidad del Zulia.*
- Manene, L. (2013) *Eficacia, eficiencia y efectividad en el desempeño del trabajo. Actualidad Empresa.* <http://actualidadempresa.com/eficacia-eficiencia-y-efectividad-en-el-desempeno-del-trabajo/>
- Malpica, R., Romer, R., Y Hoffman, I. Universidad de Carabobo. Venezuela
2014 Equipos de trabajo de alto desempeño.
<https://www.redalyc.org/pdf/2190/219040849005.pdf>
- Marulanda, N., & Rojas, M. (2019). *Ética en Instituciones de Educación Superior para la Construcción de Relaciones de Confianza con Grupos de Interés (Stakeholders). Información Tecnológica. 30(3), 269-276*
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v30n3/0718-0764-infotec-30-03-00269.pdf>
- Marín, P. (2014). *Influencia de la aplicación de un programa sobre liderazgo transformacional en el desempeño laboral de los gerentes en la Municipalidad Distrital del Santa 2014. [Tesis de maestría] Universidad César Vallejo.*

- Monzon, A. (2020). *La incidencia del neuromanagement y la responsabilidad social empresarial en los indicadores claves de éxito, en la CP Administración de una universidad privada de Lima Este 2019.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40758/Monzon_TA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palma, S. (2007). *Elaboración y validación de una escala de satisfacción laboral SL-SPC para trabajadores de Lima Metropolitana.* Lima: Universidad Ricardo Palma.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/iber/v21n2/a06v21n2.pdf>
- Perez, L., & Murzi, M. (2012). *Destrezas y habilidades como condiciones necesarias para el desarrollo.* *Rev. Digital de Historia de la Educación*, 15, 229-241.
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/37311/articulo19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pizarro, T. (2017). *Motivación y el desempeño laboral de los trabajadores obreros de la empresa Inmobiliaria si Construyo Perú s.a.c. – San Juan de Lurigancho.* [Tesis de licenciatura] Universidad César Vallejo
- Prado, C. (2015). *Relación entre clima laboral y desempeño laboral en los trabajadores de la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo.* Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Quispe, E. (2015). *Clima organizacional y desempeño laboral en la municipalidad distrital de pacucha, Andahuaylas, 2015,* <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/230/20-2015EPAEQuispe%20VargasClima%20organizacional%20y%20desempe%C3%B1o%20laboral%20en%20la%20MD%20de%20Pacucha.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Reyes, Y. (2017). *Motivación y satisfacción laboral en personal administrativo del cuartel Issac Rodríguez de Piura [Tesis de maestría] Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*
- Rodríguez, D. (2014). *Estudio de las competencias de los recursos humanos en las buenas prácticas del sistema de administración financiera en las municipalidades distritales de Soplín y Capelo de la provincia de Requena, año 2014. Perú: Universidad Nacional de la Amazonia*
- Rojas, H. (2012) *Tres categorías de funcionario público. La Nación*
<http://www.nacion.com/opinion/foros/categoriasfuncionariopublico01254874616.html>
- Salas R, Díaz, L. y Pérez, G. (2012). *Las competencias y el desempeño laboral en el Sistema Nacional de Salud. Educación Médica Superior, 26(4), 604-617.*
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412012000400013&lng=es&tlng=es
- Santacruz. J. (2017). *La influencia de la motivación en el desempeño laboral de los funcionarios del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito Administración Zonal Eloy Alfaro [Tesis de Licenciatura] Universidad Central del Ecuador.*
- Sevilla. M. (2020). *El compromiso organizacional y la percepción del usuario de la calidad de servicio de una Universidad de la ciudad de Trujillo 2019*
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44632/Sevilla_AMA-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Silva, E. (2015). *Influencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad distrital de morales; durante el primer semestre del año 2015.*

<http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/bitstream/11458/974/1/edman%20junior%20silva%20huamantumba.pdf>

Solano, S. (2017). *Clima organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central*. [Tesis de Licenciatura] Universidad Cesar Vallejo

Terán O. y Lorenzo, J. (2011). *Influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral y la productividad de los trabajadores administrativos en instituciones de educación superior*. *Omnia*, enero-abril, 96-11

Torres, G. (2021). *Gestión administrativa, talento humano y rendimiento laboral de los trabajadores del Ministerio de la Producción, Lima 2020*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54422/Torres_RG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vilca, L. (2012). *El control interno y su impacto en la Gestión financiera de las MYPES de servicios turísticos en Lima Metropolitana* [Tesis de Licenciatura] Universidad San Martín de Porres

Zans, A. (2017). *Clima Organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores administrativos y docentes de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Matagalpa* [Tesis de Magister] Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

Anexos

Anexo 1 : Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles		
Empresas de alto desempeño	"Se caracterizan por el elevado compromiso de las personas y por la búsqueda de respuestas rápidas e innovadoras ante los cambios en el entorno de negocios a fin de satisfacer las demandas crecientes de los clientes" Chiavenato (2015)	Se define operativamente mediante cuatro dimensiones que son: Grupos de interés, procesos, recursos, y organización. Bowen, et al. (2011).	Grupos de interés	Cientes	13	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre		
			Procesos	Empleados Tipos de procesos Control de procesos	14 15 16			
Tipología de los negocios de restauración comercial.	So <u>aquellos</u> tipos de negocios en el que es el usuario quien elige un sitio u otro, siendo establecimientos muy capaces de ofertar una variedad de comidas y que gozan de la capacidad de poder brindar servicio a un elevado número de comensales. Alonso (2012)	Se define operativamente mediante tres dimensiones que son: Tipo familiar, tipo monoproducto y neorestauración Aragón (2009)	Recursos	Recurso humano	17	ESCALA DE MEDICIÓN Ordinal		
			Organización	Maquinaria	18			
				Políticas	19			
				Cultura	20			
			Tipo Familiar	Tamaño de la carta	1	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre		
			Tipo Monoproducto	Número de trabajadores	2			
				Decoración	3			
					4			
			Neorestauración			Decoración	5	ESCALA DE MEDICIÓN Ordinal
							6	
						Ambiente	7	
							8	
Rapidez	9							
	10							
Atención	11							
	12							

Anexo 2 : Matriz de Consistencia

Las empresas de alto desempeño y su influencia en la tipología de los negocios de restauración comercial, Ate Vitarte, 2021							
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿En qué medida las empresas de alto desempeño influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?	Determinar la influencia de las empresas de alto desempeño en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021.	Las empresas de alto desempeño influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte 2021.	EMPRESAS DE ALTO DESEMPEÑO (V.1)	El desafío de mayor intensidad que se enfrentan aquellas empresas del sector turístico es cómo establecer y mantener negocios rentables en un mercado en constante cambio. (Bowen, Flores, Gardá, Kotler y Makens, 2011).	Grupos de interés	Cilientes Empleados	DISEÑO No experimental
					Procesos	Tipos de procesos Control de procesos	ENFOQUE: CUANTITATIVO Descriptivo correlacional
					Recursos	Recurso humano Maquinaria Políticas Cultura	NIVEL DE INVESTIGACIÓN: TIPO: BÁSICA
					Organización		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	
¿En qué medida los grupos de interés influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?	Determinar la influencia de los grupos de interés en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021.	Los grupos de interés influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial.		Betancourt, et al. (2014) nos manifestaron que los restaurantes tipo familiar todavía no hay un concepto generalmente aceptado, es más hay lecturas que poseen definiciones con distintas perspectivas, una de ellas se refleja como la propiedad, el control estratégico, y la colaboración de la familia para el proceso de toma de decisiones; ya que son los familiares o el fundador que son piezas clave para ser director, accionista o ejecutivo.	Tipo Familiar	Tamaño de la carta Número de trabajadores	
¿En qué medida los procesos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?	Determinar la influencia de los procesos de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021.	Los procesos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial.	TIPOLOGÍA DE LOS NEGOCIOS (V.D)		Tipo Monoproducto	Decoración Ambiente	
¿En qué medida los recursos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?	Determinar la influencia de los recursos en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021.	Los recursos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial.			Neorestauración	Rapidez Atención	
¿En qué medida la organización influye en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?	Determinar la influencia de la organización en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021.	La organización influye en la tipología de los negocios de restauración comercial.			Organización	Amabilidad confianza	

Anexo 3: Cuestionario

Las Empresas de Alto Desempeño y su Influencia en la Tipología de los Negocios de Restauración Comercial, Ate Vitarte, 2021

OBJETIVO: determinar la influencia de las empresas de alto desempeño en la tipología de los negocios de restauración comercial en ate-vitarte, 2021.

CONSENTIMIENTO INFORMADO:

¿Desea participar y otorgar su consentimiento para hacer uso de los datos en la presente investigación y se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo?? Por favor marque con una (X) su respuesta.	SI	NO
---	----	----

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
a	b	c	d	e

N°	ITEM	VALORACION				
		a	b	c	d	e
1	Considera a sus clientes aliados en su negocio.					
2	Sus empleados se preocupan por el desarrollo del negocio.					
3	Gestiona por procesos cada actividad del restaurante.					
4	Controla sus procesos organizacionales.					
5	Cuenta con personal capacitado.					
6	Implementa maquinas nuevas al negocio.					
7	Maneja políticas dentro del centro de labores.					
8	Considera un buen manejo de la cultura organizacional en su establecimiento.					
9	La carta muestra variedad de productos.					
10	La carta es actualizada con frecuencia.					
11	Cuenta con el número de trabajadores adecuados.					
12	Incrementa el personal cada dos años.					
13	La decoración es la que desea.					
14	Considera que el local presenta una decoración a la exigencia de sus clientes.					
15	El local cuenta con los ambientes adecuados.					
16	El local presenta el número de ambientes requerido para el negocio.					
17	Sus procesos se realizan en los tiempos establecidos.					
18	Sus colaboradores realizan un trabajo rápido.					
19	Considera que sus clientes reciben una buena atención.					
20	Su método de atención es evaluado por su persona.					

Anexo 4 : Cuestionario

ENCUESTA

El presente instrumento es de carácter confidencial y reservado.

Estimado participante, a continuación se le presenta 33 preguntas que deberá responder con la mayor objetividad que le sea posible, teniendo en cuenta las siguientes opciones de respuestas que exprese mejor su grado de acuerdo a una escala entre 5 puntos a 1 punto. (Siempre - Nunca)

Considera a sus clientes aliados en su negocio. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Sus empleados se preocupan por el desarrollo del negocio. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Gestiona por procesos cada actividad del restaurante. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Controla sus procesos organizacionales. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Cuenta con personal capacitado. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Implementa maquinas nuevas al negocio. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Maneja politicas dentro del centro de labores. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Considera un buen manejo de la cultura organizacional en su establecimiento. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

La carta muestra variedad de productos. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

La carta es actualizada con frecuencia. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Cuenta con el número de trabajadores adecuados. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Incrementa el personal cada dos años. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

La decoración es la que desea. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Considera que el local presenta una decoración a la exigencia de sus clientes. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

El local cuenta con los ambientes adecuados. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

El local presenta el número de ambientes requerido para el negocio. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Sus procesos se realizan en los tiempos establecidos. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Sus colaboradores realizan un trabajo rápido. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Considera que sus clientes reciben una buena atención. *

- 5 Siempre
- 4 Casi siempre
- 3 A veces
- 2 Casi nunca
- 1 Nunca

Anexo 5: Validación de Cuestionario



ESCUELA DE POSGRADO DOCTORADO EN ADMINISTRACION TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 15 de diciembre de 2021

Apellido y nombres del experto: POMA VARGAS ALEXIS ENRIQUE

DNI: 41008373 - **Teléfono:** 969778109

Título/grados: DOCTOR EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD – DOCENTE METODÓLOGO

Cargo e institución en que labora: ASESOR EXTERNO

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 90



Dr. CPC Alexis Enrique Poma Vargas
 Gestión Pública y Gobernabilidad
 MAT N° 02-4013
 MAT ARDOC LL N° 00018

**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACION
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, diciembre de 2021

Apellido y nombres del experto: ALVA PALACIOS GÓMEZ LUIS ENRIQUE

DNI: 27148724 - **Teléfono:** 949708588

Título/grados: DOCTOR EN GESTION PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD – DOCENTE METODÓLOGO

Cargo e institución en que labora: EPG UCV LIMA NORTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES		
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											X	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											X	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											X	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?											X	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											X	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											X	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											X	

Promedio de valoración: 90



LUIS ENRIQUE ALVA PALACIOS GÓMEZ



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACION
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, diciembre de 2021

Apellido y nombres del experto: MORALES SALAZAR PEDRO OTONIEL

DNI: 17910106 - Teléfono: 966914497

Título/grados: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN – DOCENTE METODÓLOGO

Cargo e institución en que labora: EPG UCV TRUJILLO

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		
2										X		
3										X		
4										X		
5										X		
6										X		
7										X		
8										X		

Promedio de valoración: 90

PEDRO OTONIEL MORALES SALAZAR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACION
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, diciembre 2021

Apellido y nombres del experto: NAVARRO TAPIA JAVIER FELIX

DNI: 08814139 Teléfono: 959968125

Título/grados: DOCTOR EN ADMINISTRACION

Cargo e institución en que labora: EPG UCV LIMA NORTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										x		
2										x		
3										x		
4									x			
5									x			
6										x		
7									x			
8										x		

Promedio de valoración: 87%

FIRMA

ESCUELA DE POSGRADO DOCTORADO EN ADMINISTRACION TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 20 de Junio de 2021

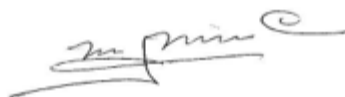
Apellido y nombres del experto: BARDALES CARDENAS, MIGUEL DNI: 08437636 - Teléfono: 986266065

Título/grados: Lic. En Administración/ Dr. En Administración Cargo e institución en que labora: EPG UCV LIMA NORTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1 ¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?									x			
2 ¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?									x			
3 ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										x		
4 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?									x			
5 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										x		
6 ¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										x		
7 ¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										x		
8 ¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										x		

Promedio de valoración: 86. %



FIRMA

Anexo 6 : Alfa de Croinbach V1

X
□
-

Archivo
Editar
Ver
Datos
Transformar
Insertar
Formato
Analizar
Gráficos
Utilidades
Ampliaciones
Ventana
Ayuda

+
-
+
-
+
-
+
-

/MODEL=ALPHA.

Fiabilidad

[ConjuntoDatos1.]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	30	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos
	,775	12

RELIABILITY

/VARIABLES=VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020

/SCALE=ALL VARIABLES(1) .ALL.

Unicode:ON
H: 116, W: 205 pt.

Anexo 7 : Alfa de Croinbach V2

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode.ON | Ht: 116, W: 205 pt.

RELIABILITY
 /VARIABLES=VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020
 /SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
	30	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,878	8

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode.ON | Ht: 116, W: 205 pt.

Anexo 8 : Gráficos

Gráfico de barras

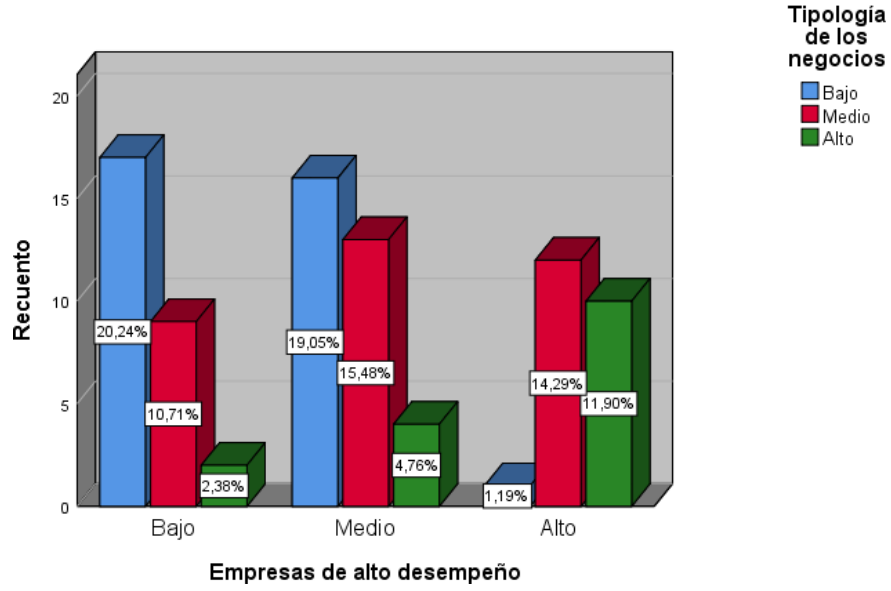
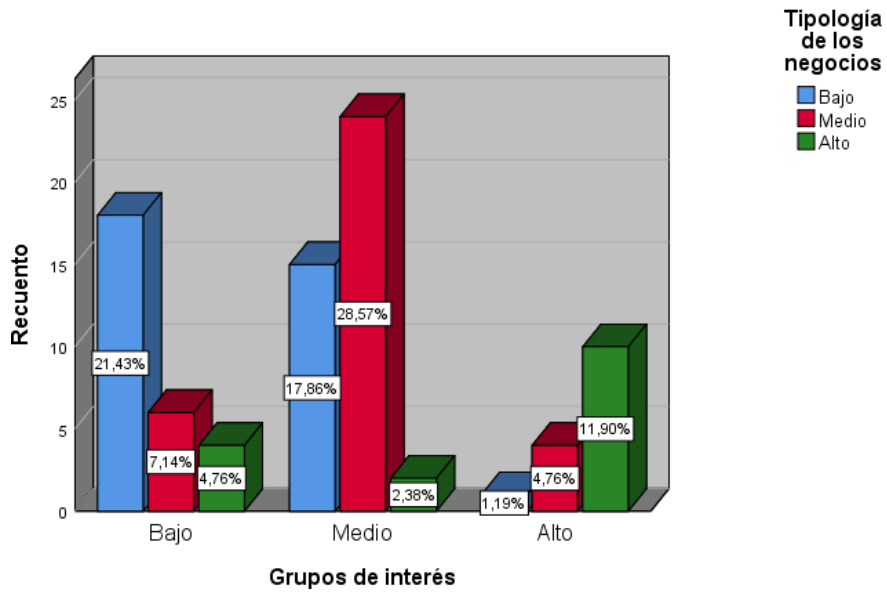
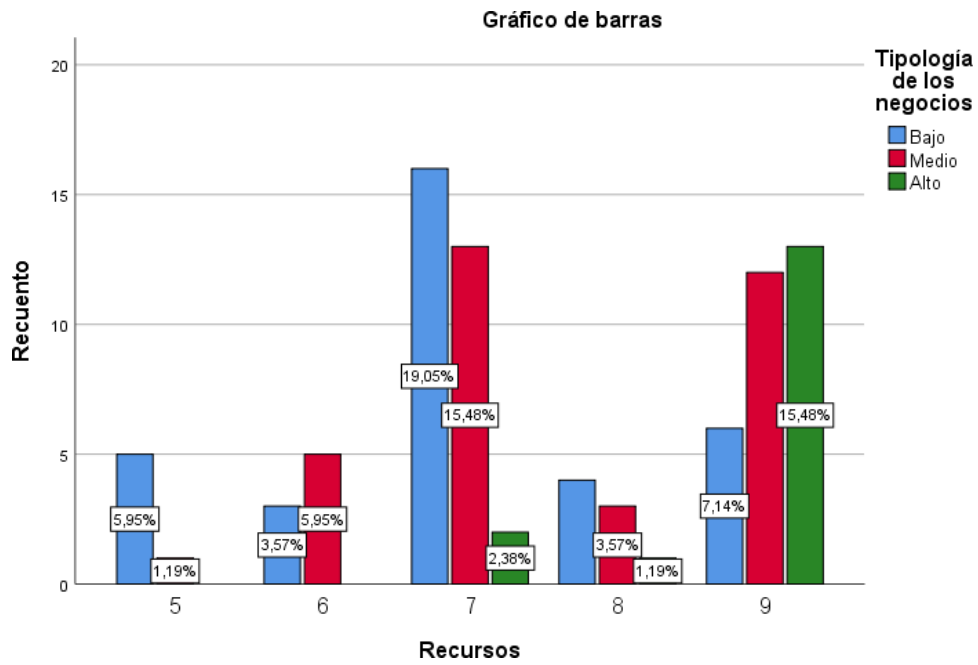
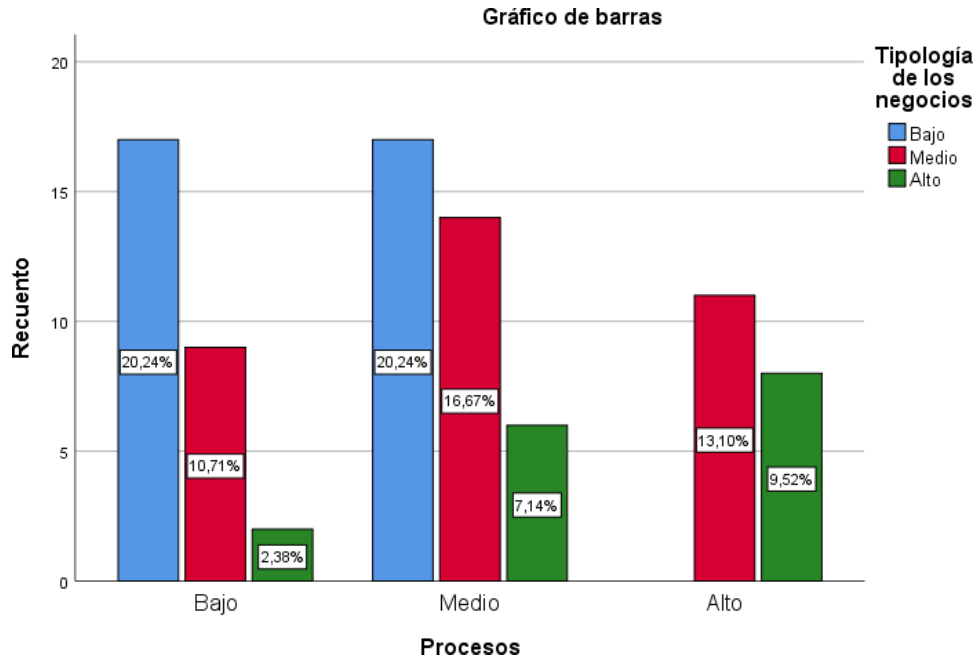
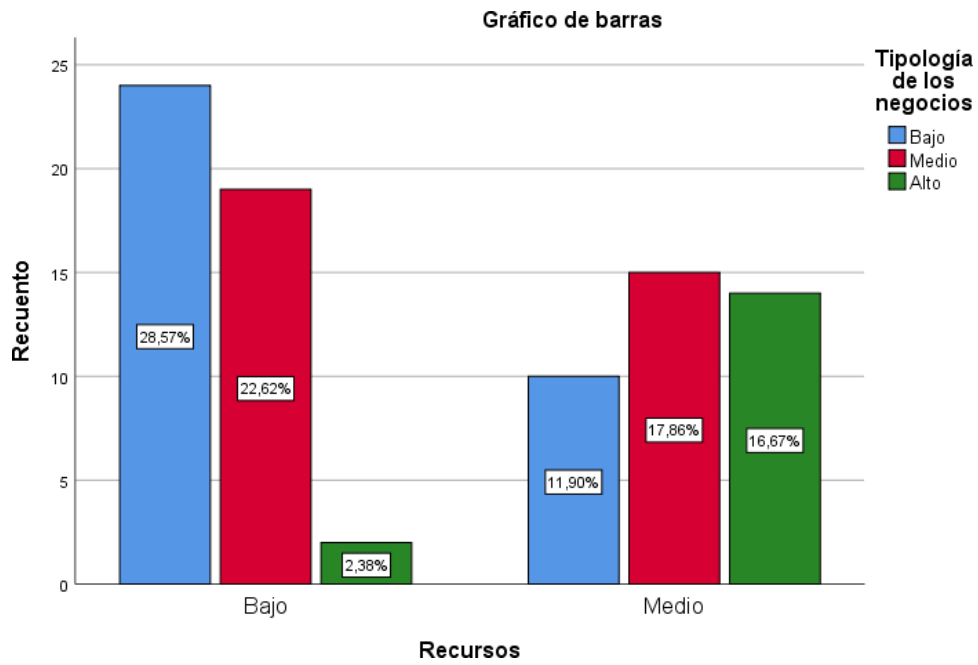
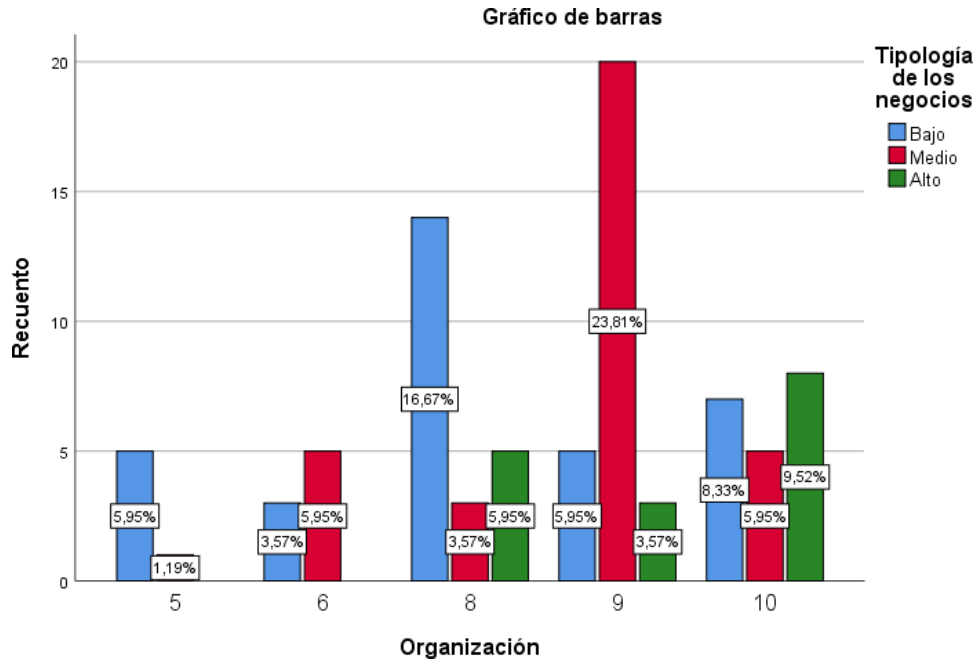
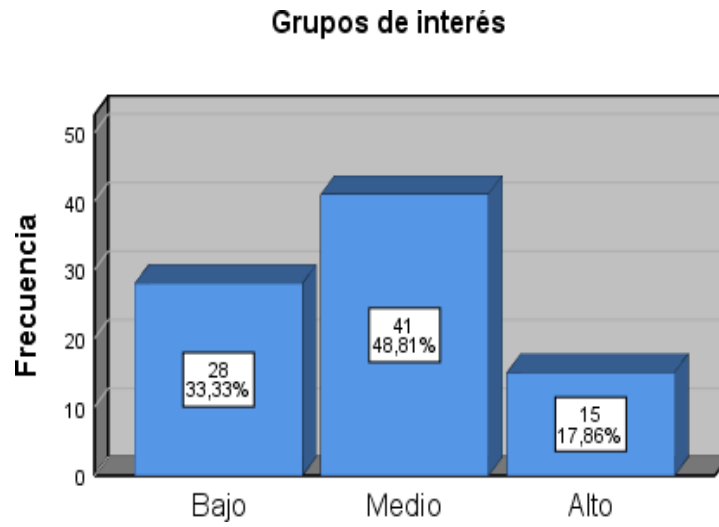
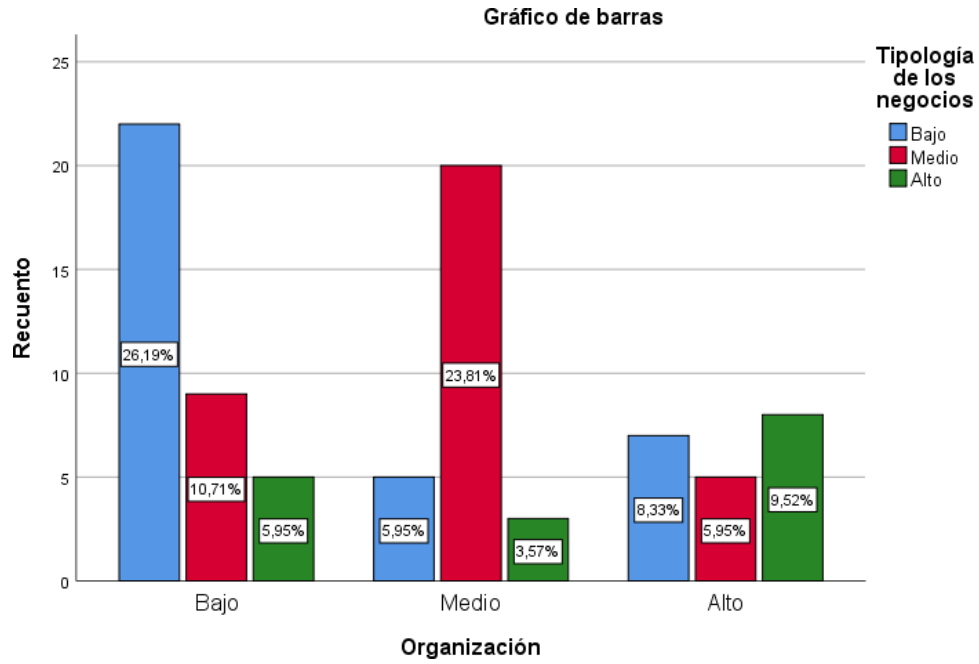


Gráfico de barras

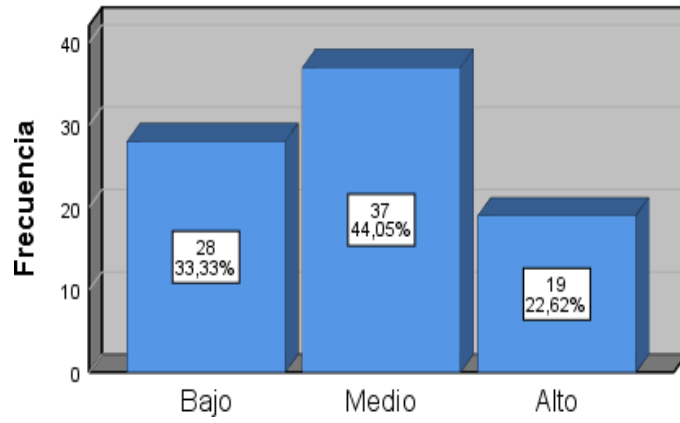




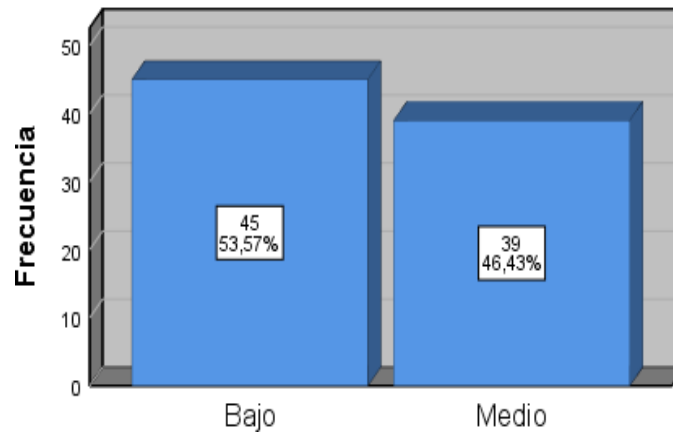




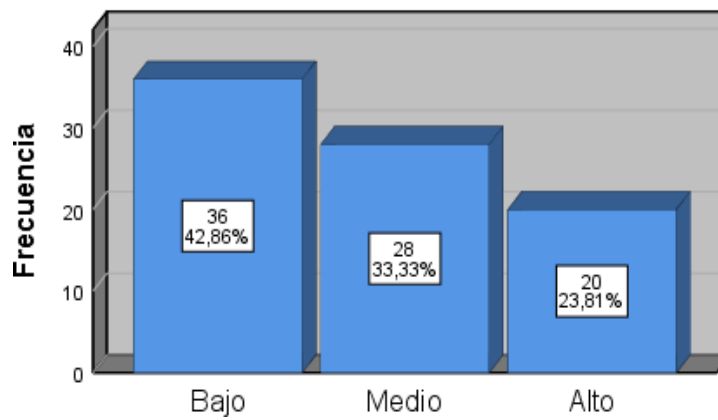
Procesos



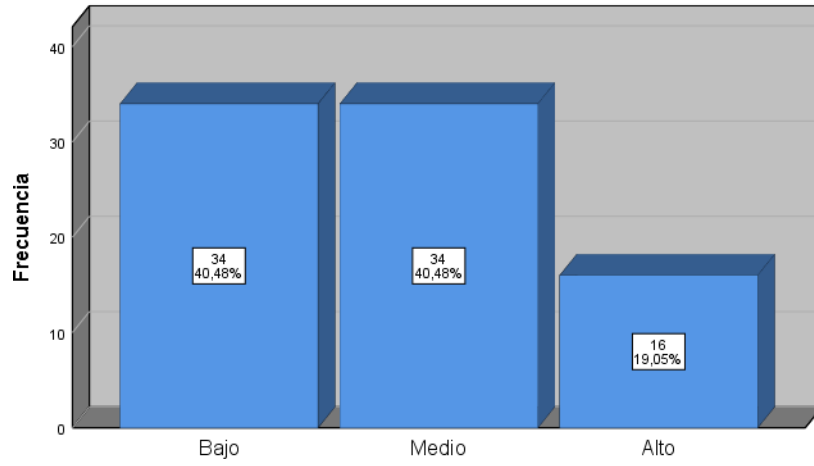
Recursos



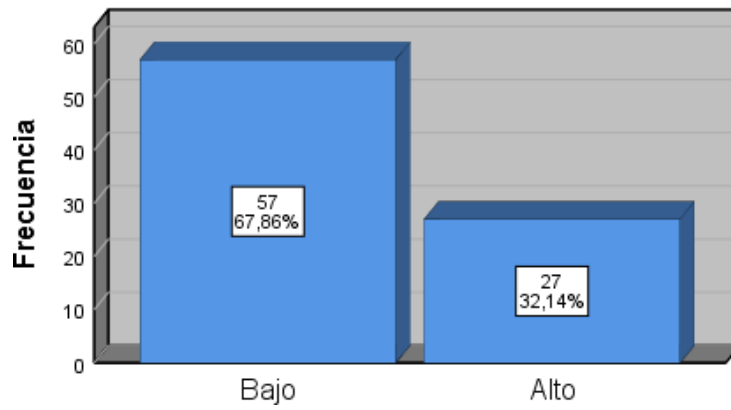
Organización



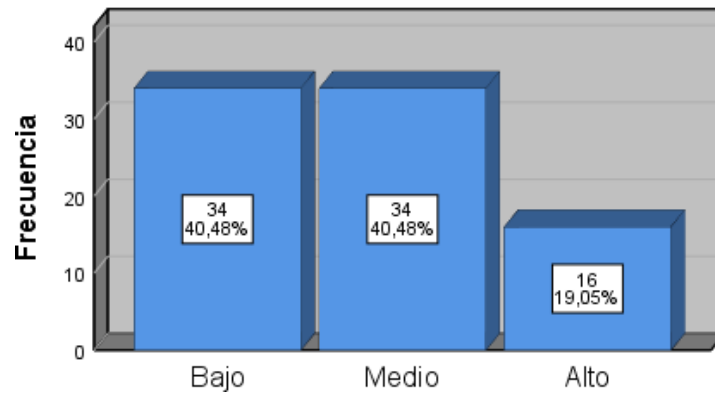
Tipología de los negocios de restauración comercial



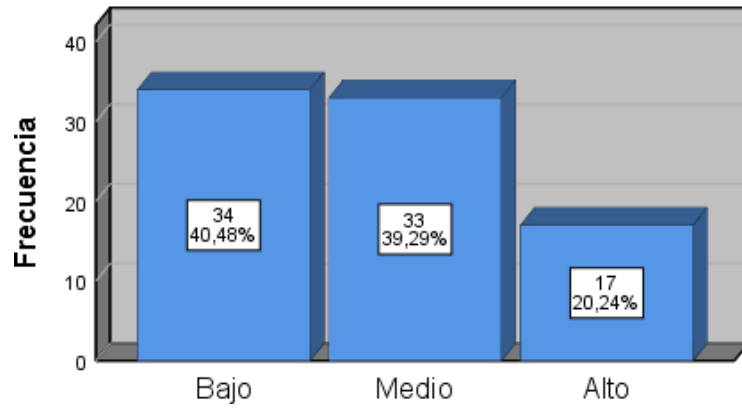
Tipo Familiar



Tipo Monoproducto



Neorestauración



/COUNT ROUND CELLS.

Tablas cruzadas

Resumen de procesamiento de casos

Grupos de interés *	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Tipología de los negocios	84	100,0%	0	0,0%	84	100,0%

Tabla cruzada Grupos de interés * Tipología de los negocios

Tipología de los negocios	Grupos de interés			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Grupos de interés	Recuento 18 % del total 21,4%	Recuento 6 7,1%	Recuento 4 4,8%	28 33,3%
Medio	Recuento 15 % del total 17,9%	Recuento 24 28,6%	Recuento 2 2,4%	41 48,8%
Alto	Recuento 1 % del total 1,2%	Recuento 4 4,8%	Recuento 10 11,9%	15 17,9%
Total	Recuento 34 % del total 40,5%	Recuento 34 40,5%	Recuento 16 19,0%	84 100,0%

NONPAR CORR.
/VARIABLES=D1, V2, 2
/PRINT=SPEARMAN TOSTAIL NOSIG
/MISSING=FAIRWISE.

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

Rho de Spearman	Grupos de interés	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N	Tipología de los negocios	Grupos de interés	Tipología de los negocios
		.447*	.000	84		1,000	.447*
	Tipología de los negocios		.000	84	.447*		1,000
			.000	84		.000	
			.000	84		.000	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



Correlaciones no paramétricas

Correlaciones			
Rho de Spearman	Procesos	Tipología de los negocios	Tipología de los negocios
Coefficiente de correlación	1,000		,454
Sig. (bilateral)			,000
N	84	84	84
Tipología de los negocios			
Coefficiente de correlación	,454	1,000	
Sig. (bilateral)	,000		
N	84	84	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

NONPAR CORR
 /VARIABLES=O3_3 V2_2
 /PRINT=SEARMAN TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PALMISE.

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones			
Rho de Spearman	Recursos	Tipología de los negocios	Tipología de los negocios
Coefficiente de correlación	1,000		,383
Sig. (bilateral)			,000
N	84	84	84
Tipología de los negocios			
Coefficiente de correlación	,383	1,000	
Sig. (bilateral)	,000		
N	84	84	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

NONPAR CORR
 /VARIABLES=O4_4 V2_2
 /PRINT=SEARMAN TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PALMISE.

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones	
Organización	Tipología de los negocios

Resultados de la ejecución de comandos SPSS:

- Resultado
- Frecuencias
- Titulo
- Conjunto de datos
- Estadísticos
- Tabla de frecuencias
- Titulo
- Grupos de inferencia
- Procesos
- Recursos
- Organización
- Titulo
- Grupos de inferencia
- Procesos
- Recursos
- Organización
- Registro
- Tablas cruzadas
- Titulo
- Resumen de procedimientos
- Tabla cruzada 2x2
- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Titulo
- Notas
- Correlaciones
- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Titulo
- Notas
- Correlaciones no paramétricas
- Registro
- Correlaciones no paramétricas
- Titulo
- Notas
- Correlaciones

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V1	Numérico	8	0	Empresas de al...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
2	D1	Numérico	8	0	Grupos de interés	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	D2	Numérico	8	0	Procesos	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
4	D3	Numérico	8	0	Recursos	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
5	D4	Numérico	8	0	Organización	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
6	V2	Numérico	8	0	Tipología de los...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
7	V1_1	Numérico	5	0	Empresas de al... (1. Baj)	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
8	D1_1	Numérico	5	0	Grupos de interés (1. Baj)	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
9	D2_2	Numérico	5	0	Procesos (1. Baj)	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
10	D3_3	Numérico	5	0	Recursos (1. Baj)	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
11	D4_4	Numérico	5	0	Organización (1. Baj)	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
12	V2_2	Numérico	5	0	Tipología de los... (1. Baj)	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											

Vista de datos Vista de variables

Tabla 1

Cuadro de operación de la variable empresas de alto desempeño

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Nº de ítems	Escala de medición
Empresas de alto desempeño	Chiavenato (2015), las empresas de alto desempeño se caracterizan por el elevado compromiso de las personas y por la búsqueda de respuestas rápidas e innovadoras ante los cambios en el entorno de negocios a fin de satisfacer las demandas crecientes de los clientes.	La variable empresas de alto desempeño se llevará a cabo mediante las dimensiones grupos de interés, procesos, recursos y organización.	Grupos de interés	Clientes	1	ESCALA DE MEDICIÓN Ordinal
				Empleados	2	
			Procesos	Tipos de procesos	3	
				Control de procesos	4	
			Recursos	Recuso humano	5	
					Maquinaria	
			Organización	Políticas	7	
					Cultura	

Tabla 2

Cuadro de operación de la variable tipología de los negocios de restauración comercial

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Nº de ítems	Escala de medición
Tipología de los negocios de restauración comercial	Alonso (2012) Determinan que son empresas dedicadas a prestar servicio gastronómico de comida casera. Es visto que no cuentan con un amplio lugar, cuentan con un número pequeño de mesas por más que la afluencia de clientes supere su aforo y la gran variedad de platillos que presentan.	La variable tipología de los negocios de restauración comercial se llevará a cabo mediante las dimensiones tipo familiar, tipo monoproducto y neorestauración.	Tipo familiar	Tamaño de la carta	9	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre ESCALA DE MEDICIÓN Ordinal
				Número de trabajadores	10	
			Decoración	11		
				12		
			Tipo monoproducto	13		
				14		
			Ambiente	15		
				16		
			Neorestauración	Rapidez	17	
				Atención	18	
		19				
		20				



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS COMPLETA

Siendo las 12:00 horas del 13/08/2022, el jurado evaluador se reunió para presenciar el acto de sustentación de Tesis Completa titulada: "Las Empresas de Alto Desempeño y su Influencia en la Tipología de los Negocios de Restauración Comercial, Ate Vitarte, 2021", presentado por el autor REYNA QUISPE CRYSTAL MASSIEL DEL CARMEN estudiante DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN.

Concluido el acto de exposición y defensa de Tesis Completa, el jurado luego de la deliberación sobre la sustentación, dictaminó:

Autor	Dictamen
CRYSTAL MASSIEL DEL CARMEN REYNA QUISPE	Mayoría

Firmado digitalmente por:
JCALDERONCE el 19 Ago 2022 10:03:22

CESAR EDUARDO JIMENEZ
CALDERON
PRESIDENTE

Firmado digitalmente por: CVENTUROO el
19 Ago 2022 10:03:14

CARLOS OSWALDO VENTURO
ORBEGOSO
SECRETARIO

Firmado digitalmente por: ALVAPL el 19 Ago
2022 09:56:40

LUIS ENRIQUE ALVA PALACIOS GOMEZ
VOCAL

Código documento Trilce: TRI - 0399043



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autorización de Publicación en Repositorio Institucional

Yo, REYNA QUISPE CRYSTAL MASSIEL DEL CARMEN identificado con DNI N° 43958936, (respectivamente) estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO y del programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, autorizo (X), no autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi Tesis: "Las empresas de alto desempeño y su influencia en la tipología de los negocios de restauración comercial, Ate Vitarte, 2021".

En el Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo, según esta estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de NO autorización:

--

LIMA, 04 de Octubre del 2022

Apellidos y Nombres del Autor	Firma
REYNA QUISPE CRYSTAL MASSIEL DEL CARMEN DNI: 43958936 ORCID 0000-0002-3756-9925	Firmado digitalmente por: CREYNAQ el 04-10-2022 11:18:16

Código documento Trilce: INV - 0814273



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ALVA PALACIOS GOMEZ LUIS ENRIQUE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Las Empresas de Alto Desempeño y su Influencia en la Tipología de los Negocios de Restauración Comercial, Ate Vitarte, 2021", cuyo autor es REYNA QUISPE CRYSTAL MASSIEL DEL CARMEN, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 07 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ALVA PALACIOS GOMEZ LUIS ENRIQUE DNI: 27148724 ORCID 0000-0003-3224-5363	Firmado digitalmente por: ALVAPL el 19-08-2022 09:56:33

Código documento Trilce: TRI - 0399046



**ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, REYNA QUISPE CRYSTAL MASSIEL DEL CARMEN estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Las empresas de alto desempeño y su influencia en la tipología de los negocios de restauración comercial, Ate Vitarte, 2021", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
REYNA QUISPE CRYSTAL MASSIEL DEL CARMEN DNI: 43958936 ORCID 0000-0002-3756-9925	Firmado digitalmente por: CREYNAQ el 04-10-2022 11:18:16

Código documento Trilce: INV - 0814272