



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA
CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES
DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA
CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2017”**

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

AUTORA:

CASTILLO CRUZ, YESSENIA ELIZABETH

ASESOR:

DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

PIURA – PERÚ

2017



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 9:00 pm del día VIERNES 20 de JULIO del 2018...

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

RELACION ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2017

Sustentada por:

CASTILLO CRUZ YESSENIA ELIZABETH

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

Aprobar

RECOMIENDAN

Levantar observaciones

Presidente (a) del Jurado: DRA. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: LIC. MARTIN LAZO SÁNCHEZ

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: DR. FREDDY CASTILLO PALACIOS

Nombre Completo

Firma

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

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

Dedicatoria

A Dios por guiarme y darme fuerzas para seguir adelante frente a las adversidades sin desfallecer en el intento, por darme salud para lograr uno de los objetivos en mi vida.

A mis padres quienes hacen posible la realización de mis sueños hoy y siempre, gracias a su apoyo incondicional y su amor sincero y profundo.

A mis hermanos Karen, Milagros, Angiela y Hans, quienes nunca me abandonaron en el transcurso de esta etapa, sino al contrario, me acompañaron en cada momento siempre con una palabra de aliento y muy buenos consejos.

Agradecimiento

A Dios por acompañarme todos los días, por haberme dado fuerza y valor para terminar esta etapa de mi vida.

A mis padres por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mi asesor Dr. Castillo Palacios, Freddy William por brindarme su apoyo y los conocimientos necesarios para poder hacer posible el desarrollo de esta investigación.

Declaración de autenticidad

Yo, Castillo Cruz, Yessenia Elizabeth con DNI N° 76981722, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Piura, de diciembre del 2017



Castillo Cruz, Yessenia Elizabeth

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la tesis titulada; “Relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017” con el objetivo general de determinar la relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

En el Capítulo I: Introducción, se describe la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, los problemas de la investigación, la justificación, las hipótesis y por último los objetivos.

En el Capítulo II: Método, se da a conocer el diseño de la investigación, las variables y su operacionalización, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y finalmente los aspectos éticos.

En el Capítulo III y IV: Se dan a conocer los resultados arrojados a través de la aplicación de los instrumentos y se discuten los diferentes resultados de los trabajos previos, se contrastan las teorías relacionadas al tema con los resultados obtenidos en la presente investigación, respectivamente.

En el Capítulo V, VI, VII, VIII y IX: Se presentan las conclusiones, recomendaciones, se desarrolló la propuesta de identidad empresarial y cultura organizacional, se presentan las referencias bibliográficas que sirvieron como base para el desarrollo de la presente investigación y los anexos utilizados respectivamente.

Este trabajo de investigación se presenta en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Administrador. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Índice de contenido

	Pág.
Página del jurado	2
Declaración de autenticidad	5
Presentación	6
Resumen	10
Abstract	11
I. Introducción.....	12
1.1 Realidad problemática.....	12
1.2 Trabajos previos	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	20
1.4 Formulación del problema	28
1.5 Justificación.....	29
1.6 Hipótesis.....	30
1.7 Objetivos	31
II. Método	32
2.1 Diseño de investigación.....	32
2.2. Operacionalización de variables	33
2.3 Población, muestra y muestreo	35
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	36
2.5 Método de análisis de datos.....	38
2.6 Aspectos éticos	38
III. Resultados	39
IV. Discusión y Propuesta	47
V. Conclusiones	76
VI. Recomendaciones	77
VII. Referencias.....	78
Anexos	80
Anexo 1.A: Cuestionario a los colaboradores.....	81

Anexo 1.B: Entrevista a la Gerente general	83
Anexo 1.C: Guía de observación.....	85
Anexo 2.D: Validación y confiabilidad	94
Anexo 3: Confiabilidad de Alfa de Cronbach	106
Anexo 4: Matriz de Consistencia	107
Anexo 5: Matriz de instrumentos	108
Anexo 6: Material visual de la empresa restaurant.....	109
Anexo 7: Acta de aprobación de la tesis	113

Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1.	Relación de los colaboradores de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.,.....	35
Tabla 2.	Realidad de la identidad empresarial que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería	39
Tabla 3.	Realidad de la cultura organizacional que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería	40
Tabla 4.	Relación de la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería	41
Tabla 5.	Correlación entre la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería	41
Tabla 6.	Relación de la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería	42
Tabla 7.	Correlación entre la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería	42
Tabla 8.	Relación de la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería	43
Tabla 9.	Correlación entre la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería	44
Tabla 10.	Relación de la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.....	45
Tabla 11.	Correlación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería	45
Tabla 12.	Resumen de las estrategias y costos	72
Tabla 13.	Ingreso de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., ejercicio del periodo 2016.....	73
Tabla 14.	Egresos de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., ejercicio del periodo 2016.....	73
Tabla 15.	Resumen de ingresos y egresos de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., ejercicio del periodo 2016 - 2018	74
Tabla 16.	Relación de beneficio - costo	75

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general “Determinar la relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017”, siendo el diseño del estudio no experimental y de tipo correlacional, así mismo la población fue conformada por treinta y tres colaboradores, para la muestra se empleó el censo, mientras que la técnica de análisis de datos aplicados, fueron: (01) encuesta, (01) entrevista y (01) observación, llegando a la conclusión que en la empresa Restaurant Pollería, existen algunas deficiencias relacionadas con la falta de visualización de la misión, visión, metas, objetivos, estrategias, valores, pauta de conductas y creencias compartidas así mismo un bajo nivel de comunicación por el contrario si se realizan incentivos y reconocimientos por el desempeño del personal, además se promueve un adecuado aprendizaje a los colaboradores y por último la empresa cuenta con una infraestructura moderna, entre otros factores.

Palabras clave: Identidad empresarial, cultura y alineamiento organizacional

Abstract

The general objective of this research was "To determine the relationship between the business identity and the organizational culture of the employees of Polleria Restaurant El Tío Jhony EIRL, in the city of Sullana, Year 2017", being the design of the non-experimental study and type correlational, likewise the population was made up of thirty-three collaborators, for the sample the census was used, while the technique of data analysis applied, were; (01) survey, (01) interview and (01) observation, reaching the conclusion that in the company Pollería Restaurant, there are some deficiencies related to the lack of visualization of the mission, vision, goals, objectives, strategies, values, guidelines of shared behaviors and beliefs, as well as a low level of communication, on the contrary, if incentives and recognitions are made for the performance of the staff, in addition, adequate learning is promoted for the collaborators and finally the company has a modern infrastructure, among other factors .

Keyword: Business identity, culture and organizational alignment

I. Introducción

1.1 Realidad problemática

El panorama a nivel latinoamericano en las últimas décadas mostró factores económicos favorables, debido al desarrollo económico de los países que mantuvieron un mayor grado de fluctuación económica, siendo Perú quien obtuvo un rápido crecimiento, representando una tasa de promedio del 5.9%, además de una tasa baja de inflación del 2.9% que demostraron un entorno en los sectores macroeconómicos favorables debido a las políticas y reformas económicas prudentes, esto se debe al desarrollo de la exportación minera, debido al surgimiento de una serie de proyectos mineros, producción y principalmente comercial relacionados con los moles, stakeholder y principalmente del rubro restaurant que conformó un desarrollo potencial en las diferentes ciudades del país (BIRF, 2017)

Así mismo el departamento de Piura, fue una de las ciudades con mayor desarrollo económico influenciado por el sector comercial dedicado al rubro restaurant que representó específicamente un 2.95% que contribuye de manera considerable a la economía, siendo una vía para seguir impulsando el desarrollo gastronómico, las cuales se destaca entre las ocho principales ciudades del Perú con mayor crecimiento de restaurant y que generan varios puestos de trabajo (CANATUR, 2016)

Por su parte el crecimiento económico y el dinamismo de la demanda referente al sector trajo elementos negativos relacionados con los cambios organizacionales debido a la globalización y el surgimiento de una nueva era empresarial, que representa un factor de riesgo y primordial para que las empresas u organizaciones puedan mantenerse en continuidad, enfocándose fundamentalmente en el nivel de vida empresarial y de la cultura organizacional, puesto que si no se desarrolla de manera eficiente o productiva, la mayoría de estas empresas se encontrarán en una crisis e

inestabilidad económica, debilitando su participación en el mercado objetivo.

El Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., dedicado a las actividades de servicio alimentario en la ciudad de Sullana, de derecho privado, legalmente es una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, que inició sus actividades el 03/07/2012, con domicilio fiscal en la Calle Alfonso Ugarte N° 749, siendo su fundador y Gerente general el Sr. Paz Torres, Jhony desde el 27/07/2012, contando con un total de 33 colaboradores registrados en planilla y otros mediante un contrato temporal.

Durante las últimas gestiones organizacionales la empresa Restaurant, presentó ciertas deficiencias relacionados principalmente con la identidad empresarial, debido que la mayoría de los colaboradores tienen poco conocimiento sobre la historia de la organización, además de que no existe una filosofía adecuadamente establecida, lo que ha ocasionado no tener claro hacia dónde direccionar sus actividades, también existe un grado deficiente de orientación estratégica y carencia de política de gestión, además no existen valores y normas institucionales establecidos de manera tangible y mucho menos se tiene conocimiento de ellos, por su parte durante todo el ciclo productivo de la empresa, se ha reflejado en muchas ocasiones que no se cumplen con las metas, objetivos y estrategias, la carencia de la capacitación al personal de atención y operativo del área de cocina a reflejado un nivel deficiente de productividad que afecta a la satisfacción y expectativas de los clientes.

En relación al liderazgo, el gerente y/o administrador no delega autoridad a los colaboradores, reflejando un nivel deficiente, así mismo no se evidencia una comunicación efectiva, muchas veces se trata de motivar a los colaboradores con incentivos económicos, sin embargo, no muestran un grado de satisfacción y por último la delegación de autoridad al personal subordinado muchas veces no se cumple a cabalidad.

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Antecedentes internacionales

Dentro de los antecedentes internacionales se consideró a Falcones (2014) en su investigación “Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de supply chain Guayaquil de Nestlé Ecuador”. Para optar el título de Licenciada en Psicología Industrial perteneciente a la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Su objetivo fue: Determinar el tipo de cultura organizacional dominante en la unidad de negocio de Supply Chain de la campaña Nestlé.

Entre sus principales resultados se obtuvo que existe un 89% de favorabilidad de los empleados hacia la organización, el personal está sumamente motivado con la cultura organizacional de la empresa Nestlé y actualizados en relación a las exigencias del mercado laboral, manteniendo un nivel eficiente de confianza, empoderamiento y comunicación participativa, por último no existen debilidades en la cultura organizacional, por el contrario los colaboradores sienten que no hay un equilibrio entre la vida personal y laboral, debido a las exigencias laborales de la empresa, como conclusión se determinó que respecto a la cultura organizacional, se puede mencionar que es un excelente lugar de trabajo, además existe un alto grado de compromiso con la empresa, existiendo un manejo adecuado de los recursos humanos y relaciones interpersonales.

Cammarata & Cid (2012) en su investigación “Desarrollar la identidad corporativa de una empresa nueva para posicionarla en el mercado caraqueño de publicidad BTL: Inversiones Tres en Uno”. Para optar el título de Maestría en Comunicaciones Publicitarias perteneciente a la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas, Venezuela. Su objetivo fue: Desarrollar la identidad corporativa de una empresa nueva para posicionarla en el mercado caraqueño de publicidad BTL: Inversiones Tres en Uno.

Entre sus principales resultados se obtuvo que la propuesta tuvo como finalidad desarrollar la identidad corporativa o empresarial, se tuvo primero que determinar los elementos de la filosofía empresarial, orientación estratégica y política de gestión, posteriormente se tuvo que determinar los valores compartidos y las normas en relación a las actividades de la empresa, de la cual se obtuvo el desarrollo eficiente de la identidad empresarial, donde los colaboradores se identifiquen posteriormente con el ciclo histórico y cumplan con lo establecido permitiendo alcanzar un nivel alto en relación a su desarrollo, como conclusión se determinó que existen riesgos relacionados con el ingreso al sector comercial, puesto que desde el punto de vista social, económico y político dificultan las barreras de entradas.

Ortiz (2008) en su investigación titulada "Construyen identidad corporativa desde la cultura organizacional en eléctricos y ferretería DELTA Ltda., una oportunidad de comunicación a partir de un diagnóstico organizacional". Para optar el título de Maestría en Comunicadora Social con énfasis en Organizacional, perteneciente a la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia. Su objetivo fue: Diagnosticar los problemas más influyentes en relación a la identidad corporativa de eléctricos y ferretería Delta Ltda., con el fin de identificar las causas y consecuencias.

Entre sus principales resultados se obtuvo que a través del análisis de diagnóstico, que la unidad cultural de la empresa dificulta notablemente el avance eficiente en relación a sus empleados, limitando su crecimiento tanto en el talento humano como de la misma empresa, por el contrario se evidencian objetivos y metas claras, además es importante que la empresa asuma una nueva mentalidad enfocado a una ideología organizacional sólida y estratégica, como conclusión se determinó que la identidad cultural es un vector determinante en la empresa que, debido a que permite orientar la conducta global en el entorno, como orientar su gestión y formalizar los atributos de valor vinculados con la orientación estratégica en relación a sus objetivos internos y externos.

1.2.2 Antecedentes nacionales

Dentro de los antecedentes nacionales se consideró a Vallejos (2015) en su investigación titulada “La cultura organizacional y el compromiso organizacional de los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de Miramar – 2014”. Para optar el título de Licenciado en Administración perteneciente a la Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Su objetivo fue: Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y el compromiso organizacional de los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de Miramar.

Entre sus principales resultados se obtuvo que en muchas ocasiones la mayoría de los colaboradores presentan deficiencias relacionados con el cumplimiento de las metas, objetivos y estrategias, las cuales son sancionados y puestos a medidas disciplinarias, en ocasiones existe un nivel de motivación adecuado, debido a que a veces se otorgan reconocimientos que permite de una reforma mejorar su desempeño, como conclusión se determinó que la cultura organizacional permitió a la municipalidad tener un tipo de cultura autoritaria en donde las decisiones de los trabajadores son tomadas por los superiores aunque permiten la delegación en casos en que no tiene mucha importancia, además el sistema de comunicación casi siempre tiene un formalismo y existe un bajo nivel de oportunidad de opinar.

Brañez (2014) en su investigación titulada “Estrategias de comunicación interna y su influencia en la identidad laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de El Agustino”. Para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación perteneciente a la Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. Su objetivo general fue: Determinar la influencia de las estrategias de comunicación interna en la identidad laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de El Agustino.

Entre sus principales resultados se obtuvo que el 59.30% de los trabajadores que perciben la identidad se encuentra en un nivel medio, un 53.60% consideran a la identidad visual como excelente, por su parte el 51.80% consideran que las herramientas y medios de comunicación física utilizado en la municipalidad es excelente, como conclusión se determinó que la comunicación interna en la Municipalidad es eficiente siempre y cuando provenga descendentemente de la administración así mismo con el trabajo visual que se realiza en la imagen insitucional, por el contrario la identidad laboral se encuentra en un nivel bajo en los trabajadores de diez a quince años de servicio, en cambio existe un nivel alto de identidad por los trabajadores de uno a cinco años de servicio.

Quispe (2013) en su investigación titulada “Plan de cultura organizacional para mejorar la satisfacción laboral de los empleados de la Empresa INCMENA S.A.C., en el distrito de Villa El Salvador – 2012” para optar el título de Licenciado en Administración perteneciente a la Universidad Autónoma del Perú. Su objetivo general fue: Determinar si el plan de cultura organizacional generará efectos positivos para mejorar la satisfacción laboral de los empleados de la Empresa INCMENA S.A.C. - V.E.S. 2012.

Entre sus principales resultados se obtuvo que un 70% de los empleados califican los valores de la cultura de la organización como regular y un 30% como deficientes, por su parte el 47% califica a la responsabilidad y la toma de decisiones como deficiente, así mismo el 48% calificó al ambiente de trabajo como regular y un 37% como deficiente, por último el 60% calificó al salario y el reconocimiento como regular, como conclusión se determinó que al culminar el desarrollo del plan se comprobó efectos positivos en su aplicación respecto a la cultura organizacional y la satisfacción laboral de los empleados, que se refleja en su comportamiento, compromiso con el trabajo, participación en talleres, cambio en el estado de ánimo, entre otros aspectos importantes que permiten el desarrollo eficiente en la empresa.

1.2.3 Antecedentes locales

Dentro de los antecedentes locales se consideró a Huamán (2014) en su investigación titulada “Influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de la Empresa CAPAC ÑAM E.I.R.L.” para optar el título de Licenciado de Contador Público perteneciente a la Universidad César Vallejo, Piura, Perú. Su objetivo general fue: Determinar de qué manera influye la cultura organizacional actualmente en el desempeño laboral de la empresa CAPAC ÑAM E.I.R.L.

Entre sus principales resultados se obtuvo que la cultura organizacional se relaciona regularmente con el desempeño laboral, la cual existen aspectos deficientes relacionados con la aplicación de los valores, determinación de procesos, cumplimiento de normas, utilización de tecnología, desempeño laboral, como conclusión se determinó que la empresa actualmente no cuenta con una estructura organizativa adecuada por el contrario si existen un buen desarrollo operativo, así mismo a lo largo de los últimos años habido un aumento en sus utilidades, así también se carece de un plan de capacitación que de una u otra forma afecta desconocimiento de las funciones del personal, además esencialmente se carece de incentivos laborales que permitan mejorar el desempeño de sus tareas y/o actividades.

García (2015) en su investigación titulada “La cultura organizacional y su relación con el desempeño del personal de la Municipalidad Provincial de Piura – Año 2015” para optar el título de Licenciado en Administración perteneciente a la Universidad César Vallejo, Piura, Perú. Su objetivo general fue: Identificar la relación entre la cultura organizacional y el desempeño del personal de la Municipalidad Provincial de Piura.

Entre sus principales resultados se obtuvo que el 72% de los trabajadores conoce los valores de la institución, así mismo solo el 4% de los gerentes y jefes conocen los valores establecidos en la organización, mientras que el 46% solo los conoce regularmente, además el 24%

considera que están de acuerdo que los valores son compartidos por todo el personal, mientras el 45% están de alguna u otra forma en desacuerdo con los valores, el 32% de gerentes conoce bien las normas institucionales, el 52% conocen las normas y el 41% están en desacuerdo que las normas se cumplan eficientemente, como conclusión se determinó que existe una relación significativa entre los valores, normas y comunicación con el desempeño del personal evidenciándose la falta de cumplimiento en las normas institucionales.

Vera (2013) en su investigación titulada "Cultura organizacional y gestión de recursos humanos en la Pizzeria Don Máximo en la Provincia de Talara – 2013" para optar el título de Licenciada de Turismo y Hotelería perteneciente a la Universidad César Vallejo, Piura, Perú. Su objetivo general fue: Identificar el tipo de cultura organizacional existente en la Pizzería Don Máximo en la Provincia de Talara – 2013.

Entre sus principales resultados se obtuvo que los trabajadores no poseen eficientemente condiciones laborales reflejando cierto descontento por la falta de estímulos o acciones de motivación, además la falta de capacitación lo que muchas veces no se sienten identificados con la propia empresa, además esto se debe esencialmente por la falta de una gestión adecuada por parte de la gerencia, como conclusión se obtuvo que el tipo de cultura organizacional es una mezcla de burocrática y emprendedora donde las decisiones solo las toma el propietario, así mismo este realiza un papel inadecuado, existiendo en muchas ocasiones la falta de una adecuada aplicación y práctica de la misión, visión, logros y competencias laborales, además de la falta de comunicación.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Identidad empresarial

Villafañe (2012) lo define como el ser de la empresa, mediante la identificación de aquellos atributos que le confieren el carácter de unicidad y permanencia de la cual una empresa u organización se identifica respecto a otra (p. 17)

1.3.1.1 Dinámica de la identidad

Además, Villafañe (2012) menciona que para determinar la identidad de una empresa sólo se puede determinar desde una percepción dinámica que surge principalmente de la inserción de tres ejes principales, a continuación se mencionan:

- **Eje vertical:** Se refiere principalmente a la historia de la empresa u organización desde el inicio de sus actividades o fundación, hasta el presente.
- **Eje horizontal:** Se refiere a la situación actual y está basado por el desarrollo de un proyecto empresarial que la organización adoptado para satisfacer sus metas.
- **Eje transversal:** Se refiere a la cultura empresarial, que es un atributo trascendental a la hora de poder explicar la identidad de una organización (p. 18)

La identidad de una empresa, mediante estos ejes se demuestra que está principalmente compuesta o constituida por más atributos que poseen una capacidad de identificación y diferenciación respecto a otras que explica sus comportamientos de acuerdo a su actividad comercial, productiva o de la razón de ser de los negocios, además la historia, el

proyecto de empresa y su cultura sólo tres estructuras de la identidad de una organización. (p. 19)

1.3.1.2 Componente de la identidad

Villafañe (2012) expresa que existen tres componentes de la entidad, que están estructurados de acuerdo a los atributos permanentes, evolución a largo de la historia de la organización, estrategia empresarial actual y con su cultura, a continuación, se menciona;

A. Atributos permanentes de identidad

- **La actividad productiva:** Es la opción básica desarrollada por la empresa con el propósito de generar valor mediante la comercialización de productos y servicios, mediante el ciclo de vida, asignación de recursos y controles de calidad.
- **La competencia mercadológica:** Indica la capacidad de una empresa para poder competir en el mercado en la comercialización de sus productos y servicios, tener en cuenta el precio, calidad, distribución, satisfacción y fidelidad del cliente.
- **Historia de la organización:** Se refiere a las personas, y todos los acontecimientos en la organización que se recuerdan mejor y por la mayor parte de sus miembros que pueden estar relacionadas con contextos de la constitución, fundador, líderes, patentes, éxitos y fracasos.
- **La naturaleza societaria:** Es la forma jurídica que adopta la empresa para cumplir con sus fines.
- **Identidad mercantil:** Se refiere como una empresa mantiene una gran capacidad de identificación y diferenciación de acuerdo a su

naturaleza societaria las cuales se deben tener en cuenta al momento de analizar e identificar una organización.

- **La identidad social:** Es el conjunto de características que definen a una organización como un organismo basado en un contexto socioeconómico. (p. 21)

B. Atributos estratégicos empresariales

- **Visión estratégica:** Se refiere a la imagen compartida por todos los miembros de la dirección de una empresa sobre lo que se quiere ser y cómo llegar a serlo, así mismo expresa un propósito y una dirección.
- **Misión:** Es una declaración explícita en que la empresa u organización piensa satisfacer su visión estratégica, se refiere principalmente a pretender cumplir el propósito y llegar al destino expresado en la visión, para eso es necesario cumplir con las diferentes premisas en relación a los clientes, productos o servicios.
- **Proyecto empresarial:** Es un atributo decisivo de la identidad empresarial porque la estrategia operativa que desarrollan las organizaciones es para cumplir con su misión, que se refiere principalmente al ciclo de vida de la organización (pp. 22-24)

C. Atributos asociados a la cultura:

- **Los comportamientos explícitos:** Constituye el nivel más visible y cambiante de la cultura de una organización que se refiere netamente a la voluntad comunicativa están relacionadas con el entorno físico, lenguaje conducta no verbal, imagen personal y normas escritas.

- **Los valores compartidos:** Son un conjunto de creencias, consistencias, pero siempre identificadas que se reflejan en los principios de comportamiento dentro de la organización cuando se refiere principalmente al comportamiento productivo o relacionado directamente con la actividad profesional.
- **Las presunciones básicas:** Son creencias no confortables e indiscutibles puesto que orienta la conducta y enseña los miembros de la organización a pensar y percibir la realidad (p. 25)

Estos tres principales atributos, constituyen los componentes que permiten determinar la identidad empresarial o corporativa de acuerdo a la diferenciación de una organización como otra (p. 20)

1.3.1.3 Dimensiones de identidad

Capriotti (2008) menciona que las dimensiones que conforman la identidad empresarial son tres de gran importancia, a continuación, se detallan;

- A. Filosofía de identidad empresarial:** Se refiere a los múltiples aspectos que se debería incluir en toda filosofía de una organización o empresa que está principalmente compuesta por la misión, visión y valores empresariales (p. 142)
- B. Historia de identidad empresarial:** Se refiere a diversas situaciones a nivel histórico por la que ha pasado la organización y su forma de llevar adelante las actividades que desarrolla, con cada una de las soluciones planteadas para momentos importantes a nivel histórico, está compuesto principalmente por la evolución histórica y la identidad social (p. 148)
- C. Cultura de identidad empresarial:** Se refiere a que las organizaciones o empresas estarán influenciadas decisivamente por

un conjunto de aspectos que se interrelacionan y conforman un conjunto de aportaciones que dan como resultado la cultura corporativa de la organización está comúnmente compuesto por los valores compartidos, pautas de conductas y creencias compartidas (p. 149)

1.3.1.4 Carta de identidad empresarial

Villafañe (2012) menciona que la noción de una carta de entidad empresarial no es nueva, pero no ha logrado hasta ahora consolidarse como una práctica continua, es por ello que la carta de identidad tiene dos puntos muy importantes, que se refieren:

- Convertirse en una importante referencia interna sobre el pasado, el presente y el futuro inmediato de la empresa u organización.
- Proyectar al exterior sus principales atributos de entidad y comienza consolidar su mercado objetivo.

Es por ello que en tal sentido, cabe destacar que la carta de identidad debe recoger; la historia, la organización, su visión estratégica, misión de la empresa y una proyección empresarial (p.26)

1.3.1.4 Importancia de la identidad empresarial

Por su parte Costa (2004) manifiesta que la identidad empresarial es un aspecto de gran valor, debido a que las empresas u organizaciones deben crear su identidad en función al mercado donde desarrollan sus actividades diarias, puesto que estas están determinadas por los aspectos físicos y/o visuales, relacionados con la historia, los proyectos, sus metas y logros además de un detallado plan de acción, metas y logros, con la finalidad de que los distintos clientes logren diferencia a la empresa respecto a la competencia, impulsando las preferencias de sus consumos en tanto los productos o servicios (p. 49)

1.3.2. Cultura organizacional

De acuerdo a Páramo, Ramírez, & Rodríguez (2011) define a la cultura organizacional como el conjunto de grupos formales que desarrollan una serie de hábitos, costumbres, valores que guían su vida laboral en una determinada empresa u organización (p. 10)

1.3.2.1 Dimensiones

Por su parte Serna (2007) expresa que la dimensión de la cultura organizacional está determinado por un sin número de elementos, de las cuales destacan tres dimensiones primordiales, que a continuación se detallan:

- **Alineamiento organizacional:** Está basado en función a las estrategias, objetivos y metas que las empresas deben establecer adecuadamente con el propósito de mantener un adecuado direccionamiento de las actividades que se desarrollan diariamente (p. 11)
- **Entrenamiento organizacional:** Es un aspecto importante en toda organización y está relacionado con el grado de aprendizaje y capacidades del personal, además del desarrollo de sus habilidades (p. 74)
- **Liderazgo organizacional:** Está relacionado con el grado de comunicación, motivación y delegación de autoridades (p. 60)

1.3.2.2 Teoría de la cultura organizacional

Para Vivanco (2010) expresa que las teorías en relación a la cultura organizacional o empresarial están enfocadas bajo cuatro orientaciones que a continuación se detalla:

- **Orientación al soporte:** Se refiere a las personas, creencias, espíritu, crecimiento individual, comunicación verbal, motivación al personal para expresar pensamientos e ideas en el ámbito laboral.
- **Orientación a la innovación:** Se refiere esencialmente a la creatividad, cambio, anticipación y experimentación influenciando a la gerencia, que es el factor clave para un mayor compromiso o involucramiento del personal
- **Orientación a las reglas:** Son aquellas reglas que están relacionado con la división del trabajo, racionalidad de procedimientos, estructura jerárquica y la comunicación basado en un poder de autoridad a nivel formal.
- **Orientación al objetivo:** es un concepto está relacionado con los valores de rendimiento, logro, responsabilidad, recompensas en relación a los resultados obtenidos (pp. 34 – 35)

1.3.2.3 Cultura organizacional y globalización

Páramo, Ramírez & Rodríguez (2011) menciona que surge como resultado del proceso de globalización en los diferentes sectores productivos a nivel mundial reflejando efectos negativos en las empresas, que continuamente han ido adaptándose en cada proceso a fin de responder de mejor manera las nuevas exigencias de los diferentes tipos de clientes y tener mayor conciencia sobre el nivel de sus expectativas, así mismo se distinguen cuatro principales factores impulsores que han contribuido al desarrollo de las empresas, que se deben tener en cuenta. A continuación, se mencionan:

- **Mercado:** Se refiere principalmente al nivel de estilo de vida, al crecimiento global, regional y a nivel mundial.

- **Costo:** Se refiere a la economía en escala, innovación tecnológica, base de transporte, surgimiento de países recién industrializados con capacidad productiva y bajos costos de mano de obra.
- **Gubernamentales:** Disminución de impuestos, creación de bloques comerciales, privatización de economías dominadas por el estado.
- **Competitivos:** Se refieren al aumento del mercado, mayor competitividad en todos los diferentes niveles y mayor poder de inversión privada externa.

1.3.2.4 Importancia de la cultura

Vivanco (2007) menciona que la cultura organizacional es un aspecto importante en las diferentes empresas deben apreciar de acuerdo a la relación entre los clientes, personal y la empresa misma reflejando una cultura sólida y con una proyección en relación a los cumplimientos de metas, objetivos y estrategias que permitirá alcanzar una mayor participación del mercado objetivo, además el principal propósito de la cultura en las organizaciones es la retención del personal con mayor nivel productivo o eficiente que contribuyan notablemente a su desarrollo empresarial, manteniendo una cultura de mejora continua, basados en los lineamientos, bajo una proyección de calidad (p. 22)

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Pregunta general

¿De qué manera se relaciona la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017?

1.4.2 Pregunta específica

- ¿Cuál es la realidad de la identidad empresarial que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017?
- ¿Cuál es la realidad de la cultura organizacional que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017?
- ¿Cómo se relaciona la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017?
- ¿Cuál es la relación entre la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017?
- ¿Cómo se relaciona la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017?

1.5 Justificación

La investigación se basó en una problemática relacionado con la identidad empresarial y la cultura organizacional que repercuten desfavorablemente en la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., la cual fue materia de investigación debido a que existieron elementos que afectaron al desarrollo productivo de la empresa relacionadas con la misión, visión, objetivos y valores que se debería inculcar y poseer un grado de conocimiento, de igual que la identidad social, entre otros elementos que deberían mejorar y orientar en función a las necesidades y requerimientos de la identidad empresarial.

La investigación fue práctica debido a que permitió conocer y comprender mediante un análisis, los factores involucrados en mantener una adecuada identidad y cultura organizacional, las cuales se pudo identificar esencialmente la falta de conocimiento de la historia y filosofía empresarial, la falta de cumplimiento de los alineamientos organizacionales debido a la ausencia de entrenamiento y liderazgo, siendo aspectos que afectan a la relación e interacción productiva de los colaboradores en función a las tareas, funciones y actividades de la empresa restaurant.

La investigación contribuyó a la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., a tomar medidas a nivel directivo o jerárquico, sobre los factores o elementos que disminuyen considerablemente el progreso y desarrollo de su rentabilidad económica, por la falta de cumplimiento de los lineamientos institucionales, establecidos en su plan estratégico anual, en relación a la identidad y cultura organizacional, así mismo permitió adoptar medidas en función a cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes o comensales de la ciudad de Sullana, y además la investigación desde una perspectiva educativa, será fuente de soporte para próximas investigaciones referente a instituciones empresariales que mantienen el mismo contexto problemático.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis general

La identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017

1.6.2 Hipótesis específica

- H₁: La realidad de la identidad empresarial que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, es regular.
- H₂: La realidad de la cultura organizacional que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, es regular
- H₃: La filosofía de identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana.
- H₄: Existe una relación directa entre la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana.
- H₅: La cultura de identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

1.7.2 Objetivos específicos

- Analizar la realidad de la identidad empresarial que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

- Analizar la realidad de la cultura organizacional que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

- Determinar cómo se relaciona la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

- Indicar de qué manera se relaciona la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

- Determinar cómo se relaciona la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

II. Método

2.1 Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental y correlacional, debido a que no se efectuó manipulación intencional alguna de variables independientes (estímulos, influencias o intervenciones) para analizar sus consecuencias sobre variables dependientes.

Una investigación correlacional, de acuerdo a Hernández; Fernández y Baptista (2003) mencionó que “los estudios correlacionales miden las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación”

Finalmente se trata de una investigación cuantitativa, debido esencialmente a que se basa al recojo de datos en hechos observables y cuantificables para fundamentar la hipótesis de investigación con bases medibles numéricamente y análisis estadísticos.

Dónde:

M= Restaurant Pollería El tío Jhony E.I.R.L.

V₁= Identidad empresarial

V₂= Cultura organizacional

2.2 Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición
VI: Identidad empresarial	Villafañe (2012) lo define como el ser de la empresa, mediante la identificación de aquellos atributos que le confieren el carácter de unicidad y permanencia de la cual una empresa u organización se identifica respecto a otra (p. 17)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Filosofía de identidad empresarial 	La investigación operacionalmente se medirá a través de la misión, visión y valores empresariales mediante la aplicación de los instrumentos; Cuestionario a los colaboradores y una Guía de entrevista al gerente del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Misión empresarial ▪ Visión empresarial ▪ Valores empresariales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historia de identidad empresarial 	La investigación operacionalmente se medirá a través de la evolución histórica e identidad social mediante la aplicación de los instrumentos; Cuestionario a los colaboradores y una Guía de entrevista al gerente del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evolución histórica ▪ Identidad social 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cultura de identidad empresarial 	La investigación operacionalmente se medirá a través de los valores compartidos, pautas de conducta y creencias comportaditas mediante la aplicación de los instrumentos; Cuestionario a los colaboradores y una Guía de entrevista al gerente del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valores compartidos ▪ Pautas de conducta ▪ Creencias compartidas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ordinal

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición
VII: Cultura organizacional	Páramo, Ramírez, & Rodríguez (2011) define a la cultura organizacional como el conjunto de grupos formales que desarrollan una serie de hábitos, costumbres, valores que guían su vida laboral en una determinada empresa u organización (p. 10)	▪ Alineamiento organizacional	La investigación operacionalmente se medirá a través de las metas, objetivos y estrategias empresariales mediante la aplicación de los instrumentos; Cuestionario a los colaboradores y una Guía de entrevista al gerente del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	▪ Metas empresariales	▪ Ordinal
				▪ Objetivos empresariales	
				▪ Estrategias empresariales	
		▪ Entrenamiento organizacional	La investigación operacionalmente se medirá a través del grado de aprendizaje, desarrollo de nuevas capacidades y habilidades mediante la aplicación de los instrumentos; Cuestionario a los colaboradores y una Guía de entrevista al gerente del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	▪ Grado de aprendizaje al personal	▪ Ordinal
				▪ Desarrollo de nuevas capacidades	
				▪ Desarrollo de habilidades	
		▪ Liderazgo organizacional	La investigación operacionalmente se medirá a través del nivel de comunicación efectivas, grado de motivación y de delegación de autoridad mediante la aplicación de los instrumentos; Cuestionario a los colaboradores y una Guía de entrevista al gerente del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	▪ Nivel de comunicación efectiva	▪ Ordinal
				▪ Grado de motivación	
				▪ Grado delegación de autoridad	

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

La población de la investigación estuvo orientada por todo el personal de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L, Siendo un total de 33 colaboradores que comprende la población de estudio.

Tabla 1. Relación de los colaboradores de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L,

RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L.		
PUESTOS	SUCURSAL PRINCIPAL (Calle Ugarte 749)	SUCURSAL (Marcelino Champagnat 1108)
- Gerente general	01	-
- Administrador	01	-
- Asistente administrativo	02	-
- Contador	01	-
- Asistente contable	02	-
- Chef	02	02
- Asistente de cocina	03	03
- Jefe de compras	01	-
- Asistente de compras	01	-
- Cajera	02	02
- Atención	05	03
- Limpieza	01	01
Total	22	11

Fuente: Planilla del personal del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L - 2017
Elaborado por la Autora.

2.3.2 Muestra

De acuerdo a Hernández (citado por Castro, 2003), menciona que “Si la población de la investigación es menor a cincuenta individuos, la población es igual a la muestra”. Por ello se realizó un censo que vendría

hacer el recuento total de los colaboradores registrado en la planilla de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., determinándose de esta forma que no existe un muestreo.

2.3.3 Criterios de selección

a) Criterio de inclusión

- Se consideró para la muestra a los colaboradores que se encuentran registrados en la planilla y/o mantienen un contrato temporal en el Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., que comprenden las edades de 20 a 55 años.

b) Criterio de exclusión

- Se consideró a todos los colaboradores que mantienen un contrato menor a 3 meses en la Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., que comprenden las edades de 20 a 55 años.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas

- **Encuesta:** Se aplicó a 33 de colaboradores registrados en la planilla y/o mantienen un contrato temporal en la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, respecto a las dimensiones e indicadores de las variables; Identidad empresarial y cultura organizacional.
- **Entrevista:** Es una técnica que fue aplicado al gerente de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., mediante una conversación o diálogo que permitió analizar la realidad y situación de la problemática de la investigación.

- **Observación:** Esta técnica fue aplicado en la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., en función a la dimensión filosofía y cultura de identidad empresarial.

2.4.2 Instrumentos

- **Cuestionario:** Se aplicó a los colaboradores de la empresa, el mismo que estuvo compuesto por 34 ítems (Anexo 1.A) en función a las variables identidad empresarial y cultura organizacional, así mismo se empleó escala de medición; la escala de LIKERT con cinco alternativas que van desde 5=Totalmente de acuerdo, 4=De acuerdo, 3=Indiferente, 2=En desacuerdo, 1=Totalmente en desacuerdo.
- **Guía de Entrevista:** Se aplicó al Gerente. Jhony Paz Torres para dar fundamento a la investigación en un nivel directivo o gerencial, así mismo estuvo compuesto por 9 ítems (Anexo 1.B)
- **Guía de observación:** Se aplicó en función a identificar mediante la observación, factores o elementos deficiencias con el propósito de fundamentar el problema de investigación, que estuvo compuesto por 12 ítems (Anexo 1.C)

2.4.3 Validez y confiabilidad

- Validez:** La validez de contenido se realizó a través del juicio de tres expertos las cuales permitirán establecer la pertinencia requerida sobre los ítems, coherencia y consistencia de acuerdo a las dimensiones e indicadores respecto identidad empresarial y cultura organizacional (Anexo 2.E)
- Confiabilidad:** Siendo el instrumento el cuestionario, fue necesario establecer el coeficiente Alfa de Crombach, el cual permitió determinar que el instrumento "CUESTIONARIO" a los colaboradores,

mediante una prueba piloto que estuvo conformado por 15 encuestas, las mismas que permitieron determinar que el instrumento sea idóneo, obteniendo como resultados 0,980 representando un nivel alto de confiabilidad (Anexo 3)

2.5 Método de análisis de datos

De acuerdo a los métodos de procesamiento y análisis de datos, se utilizará para el análisis de tipo correlacional; cuadros o gráficos representativos en función a los resultados estadísticos de la encuesta aplicada a los colaboradores registrados en el Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., respecto a la variables; "Identidad empresarial y Cultura organizacional", medidos a través de la escala de LIKERT con cinco alternativas que van desde 5=Totalmente de acuerdo, 4=De acuerdo, 3=Indiferente, 2=En desacuerdo, 1=Totalmente en desacuerdo. El procesamiento de datos se llevará a través del programa Excel 2013 y SPSS V.22 de Windows 10.

2.6 Aspectos éticos

El desarrollo de la investigación, estará orientada mediante las siguientes consideraciones éticas:

- Respetar las directrices de la American Psychological Association (APA).
- Reconocer la autoría intelectual de las teorías y cada una de las fuentes de información, citadas totalmente los antecedentes y teorías relacionados al tema de la investigación.
- Protección de los grupos de investigación, conservando la confidencialidad de las fuentes primarias y secundarias.

III. Resultados

La presente investigación muestra los resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos; (01) cuestionario a los colaboradores mediante preguntas que buscan medir el grado de intensidad de las respuestas, a través de la escala de Likert con cinco alternativas que van desde 5=Totalmente de acuerdo, 4=De acuerdo, 3=Indeciso, 2=En desacuerdo, 1=Totalmente en desacuerdo que indican la realidad de la identidad empresarial y la cultura organizacional, así mismo se aplicó la guía de entrevista al gerente de la empresa, mediante preguntas libres que permitieron indicar la realidad y relación de la identidad empresarial con la cultura organizacional de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony de la ciudad de Sullana. A continuación, se detallan los objetivos específicos de la investigación.

3.1 Analizar la realidad de la identidad empresarial que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

Para el desarrollo de este objetivo, se analizaron la percepción de los colaboradores respecto a la filosofía, historia y cultura de identidad. A continuación, se describen:

Tabla 2. Realidad de la identidad empresarial que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería.

Dimensiones	V ₁ Identidad empresarial		
	N°	Media	Desv. Típica
D ₁ Filosofía de identidad	33	2,76	0,936
D ₂ Historia de identidad	33	2,79	1,053
D ₃ Cultura de identidad	33	2,85	0,972

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de la tabla, muestra que la realidad de la identidad empresarial del Restaurant Pollería, respecto a la filosofía de identidad, historia de identidad y cultura de identidad muestra aspectos deficientes, la cual se desprenden un promedio cercano a 3 puntos, debido a que no se

cumple adecuadamente con la misión, visión y valores, así mismo la ausencia del conocimiento de la historia de la empresa y la identidad social, además la falta de los valores compartidos, pautas y creencias que se desarrollan en el transcurso de la empresa.

3.2 Analizar la realidad de la cultura organizacional que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

Para el desarrollo de este objetivo, se analizaron la percepción de los colaboradores respecto a los alineamientos, entrenamientos y liderazgo organizacional. A continuación, se describen:

Tabla 3. Realidad de la cultura organizacional que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería.

Dimensiones	V ₂ Cultura organizacional		
	Nº	Media	Desv. Típica
D ₁ Alineamiento organizacional	33	2,79	0,992
D ₂ Entrenamiento organizacional	33	2,70	1,159
D ₃ Liderazgo organizacional	33	2,91	0,947

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de la tabla, muestra que la realidad de la cultura organizacional del Restaurant Pollería, respecto al alineamiento, entrenamiento y liderazgo organizacional muestra aspectos deficientes, la cual se desprende un promedio cercano a 3 puntos, debido a que no se está cumpliendo adecuadamente con las metas, objetivos y estrategias, así mismo existen deficiencias relacionadas con el nivel de aprendizaje del personal, nuevas competencias y habilidades además del nivel de comunicación, grado de motivación y delegación de autoridad.

3.3 Determinar cómo se relaciona la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

Para el desarrollo de estos objetivos, se analizaron los aspectos relacionados con la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional. A continuación, se describen:

Tabla 4. Relación de la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

D ₁ Filosofía de identidad empresarial	V ₂ Cultura organizacional						(Σ) Total	
	(1) Bajo		(2) Regular		(3) Alto			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1 Bajo	15	88,24%	2	11,76%	0	00,00%	17	100,00%
2 Regular	0	0,00%	2	100,00%	0	0,00%	2	100,00%
3 Alto	0	0,00%	7	50,00%	7	50,00%	14	100,00%
Total (Σ)	15	45,45%	11	33,33%	7	21,21%	33	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Tabla 5. Correlación entre la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

D ₁ Filosofía de identidad empresarial	V ₂ Cultura organizacional	
	_ Correlación de Pearson	
_ Sig. (Bilateral)		,000
_ N°		33

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de las tablas, muestra que los niveles bajos de filosofía de identidad empresarial reflejan en los que consideran a la cultura organizacional también en un nivel bajo, así mismo el nivel regular de filosofía de identidad empresarial, reflejan en los que consideran a la cultura organizacional en un nivel regular, además el nivel alto de filosofía de identidad empresarial, reflejan en los que consideran en un nivel alto de cultura organizacional. Respecto al coeficiente de correlación es $0,857 < 1$ y Sig. Bilateral $p=0,000 < 0,05$ demostrando que la dimensión filosofía de identidad empresarial se relaciona e influye significativamente en la cultura

organizacional. Esta relación se debe a que los colaboradores expresaron que la filosofía de identidad empresarial en el Restaurant Pollería, no cuenta con una misión, visión y valores adecuadamente visibles, así mismo la empresa no promueve su conocimiento y practica periódicamente, lo que muchas veces refleja una deficiencia en la orientación de la empresa, en función a lo que se pretende obtener a un futuro, con el propósito de orientar la estabilidad económica y productiva de la empresa.

3.4 Indicar de qué manera se relaciona la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

Para el desarrollo de estos objetivos, se analizaron los aspectos relacionados con la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional. A continuación, se describen:

Tabla 6. Relación de la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

D ₂ Historia de identidad empresarial	V ₂ Cultura organizacional						(Σ) Total	
	(1) Bajo		(2) Regular		(3) Alto		N°	%
	N°	%	N°	%	N°	%		
1 Bajo	15	100,00%	0	00,00%	0	00,00%	15	100,00%
2 Regular	0	0,00%	9	75,00%	3	25,00%	12	100,00%
3 Alto	0	0,00%	2	33,33%	4	66,67%	6	100,00%
Total (Σ)	15	45,45%	11	33,33%	7	21,21%	33	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Tabla 7. Correlación entre la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

D ₂ Historia de identidad empresarial	V ₂ Cultura organizacional	
	_ Correlación de Pearson	,872
	_ Sig. (Bilateral)	,000
_ N°	33	

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de las tablas, muestra que los niveles bajos de la historia de identidad empresarial reflejan en los que consideran a la cultura organizacional también en un nivel bajo, así mismo el nivel regular de historia de identidad empresarial, reflejan en los que consideran a la cultura organizacional en un nivel regular, además el nivel alto de historia de identidad empresarial, reflejan en los que consideran en un nivel alto de cultura organizacional. Respecto al coeficiente de correlación es $r = 0,872 < 1$ y Sig. Bilateral $p=0,000 < 0,050$ demostrando que la dimensión historia de identidad empresarial se relaciona e influye significativamente en la cultura organizacional. Esta relación se debe a que los colaboradores expresaron que la historia de identidad empresarial en el Restaurant Pollería, no se promueve el conocimiento de su evolución histórica referente al éxito o progreso que ha ido surgiendo hasta la actualidad, así mismo la falta de práctica en la identidad social entorno de las áreas de la empresa, además la ausencia de la empresa en fortalecer la identidad social que permita la integración y comprensión de los colaboradores.

3.5 Determinar cómo se relaciona la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

Para el desarrollo de estos objetivos, se analizaron la relación de la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional. A continuación, se describen:

Tabla 8. Relación de la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

D ₃ Cultura de identidad empresarial	V ₁ Cultura organizacional						(Σ) Total	
	(1) Bajo		(2) Regular		(3) Alto			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1 Bajo	13	86,67%	2	13,33%	0	00,00%	15	100,00%
2 Regular	2	18,18%	9	81,82%	0	00,00%	11	100,00%
3 Alto	0	0,00%	0	00,00%	7	100,00%	7	100,00%
Total	15	45,45%	11	33,33%	7	21,21%	33	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Tabla 9. Correlación entre la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

	V ₁ Cultura organizacional	
	Correlación de Pearson	,900
D ₃ Cultura de identidad empresarial	Sig. (Bilateral)	,000
	N°	33

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de las tablas, muestran que los niveles bajos de cultura de identidad empresarial reflejan en los que consideran a la cultura organizacional también en un nivel bajo, así mismo el nivel regular de cultura de identidad empresarial, reflejan en los que consideran a la cultura organizacional en un nivel regular, además el nivel alto de la cultura de identidad empresarial, reflejan en los que consideran en un nivel alto de cultura organizacional. Respecto al coeficiente de correlación es $r = 0,872 < 1$ y Sig. Bilateral $p=0,000 < 0,050$ demostrando que la dimensión cultura de identidad empresarial se relaciona e influye significativamente en la cultura organizacional. Esta relación se debe a que los colaboradores expresaron que la cultura de identidad empresarial en el Restaurant Pollería, no cuenta con valores compartidos adecuadamente visibles, así mismo no cuentan con pautas de conductas que permitan guía su comportamiento ante las diferentes situaciones dificultosas que se presente principalmente en el servicio de atención, además no se cuenta con creencias compartidas adecuadamente visibles y mucho menos se practican.

3.6 Determinar la relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

Para el desarrollo de este objetivo, se analizaron la relación de la identidad empresarial y la cultura organizacional. A continuación, se describen:

Tabla 10. Relación de la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

V ₁ Identidad empresarial	V ₂ Cultura organizacional						(Σ) Total	
	(1) Bajo		(2) Regular		(3) Alto		N°	%
	N°	%	N°	%	N°	%		
1 Bajo	15	88,24%	2	11,76%	0	00,00%	17	100,00%
2 Regular	0	00,00%	7	100,100%	0	00,00%	7	100,00%
3 Alto	0	00,00%	2	22,22%	7	77,78%	9	100,00%
Total	15	45,45%	11	33,33%	7	21,21%	33	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Tabla 11. Correlación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería.

V ₁ Identidad empresarial	V ₂ Cultura organizacional	
	Correlación de Pearson	,913
Sig. (Bilateral)	,000	
N°	33	

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de las tablas, muestran que el nivel bajo de identidad empresarial, reflejan en los que consideran a la cultura organizacional también en un nivel bajo, así mismo el nivel regular de identidad empresarial, reflejan en los que consideran a la cultura organizacional en un nivel regular, además el nivel alto de identidad empresarial, reflejan en los que consideran en un nivel alto de cultura organizacional. Respecto al coeficiente de correlación es $r = 0,913 < 1$ y Sig. Bilateral $p=0,000 < 0,050$ demostrando

que la variable identidad empresarial se relaciona e influye significativamente en la cultura organizacional.

Esta relación se debe a que los colaboradores expresaron que la identidad empresarial y cultura organizacional en el Restaurant Pollería, presenta deficiencias relacionados con la falta de visualización, práctica y conocimiento de las metas, objetivos, estrategias, misión, visión, valores, evolución histórica, identidad social, pautas de conducta, creencias compartidas que afectan significativamente en la empresa, por el contrario si se promueve el aprendizaje de los colaboradores mediante la capacitación periódica, cumpliendo con sus expectativas y necesidades, por otro lado no se invierte en centros de capacitación especializada para el desarrollo de sus capacidades, mucho menos se promueve el desarrollo de las habilidades, además no se promueve el diálogo y comunicación de manera fluida o constante, por el contrario si se promueve la motivación mediante incentivos económicos y/o reconocimientos, pero no se mantiene un nivel de liderazgo eficiente por parte del área administrativa.

IV. Discusión y Propuesta

4.1 Discusión de resultados

La investigación se desarrolló mediante un análisis correlativo - descriptivo en la cual los resultados mostraron que existen elementos suficientes para determinar la carencia de algunos aspectos relacionados con “la Identidad empresarial y la cultura organizacional” de la empresa Restaurant El Tio Jhony E.I.R.L., demostrando que existe un nivel de cumplimiento y práctica de la filosofía y cultura de la empresa, al igual que no existe un nivel de involucramiento adecuado del personal en la historia de la empresa, además existe una carencia respecto a los alineamientos, entrenamiento y liderazgo de la empresa restaurant Pollería el Tío Jhony, lo que dificulta a un largo plazo la expansión y crecimiento de sus servicios en la ciudad de Sullana. A continuación, se discutirán los principales hallazgos, con las bases teóricas y los antecedentes establecidos en la investigación:

4.1.1 Analizar la realidad de la identidad empresarial que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tio Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

De los resultados obtenidos en la investigación se puede deducir que la realidad de la identidad empresarial es regular, la cual se desprenden un promedio cercano a 3 puntos. Al respecto Villafañe (2012) lo define como el ser de la empresa, mediante la identificación de aquellos tributos que le confieren el carácter de unicidad y permanencia de la cual una empresa se identifica respecto a otra (p. 17)

Por el contrario los resultados de la investigación, muestra una relación con lo expresado por el gerente, al igual con lo observado en la empresa Restaurant, por el contrario existen algunas contradicciones con lo encontrado, debido a que en la empresa no se esta cumpliendo adecuadamente la misión, visión y valores, así mismo existe una ausencia en conocimiento histórico de la empresa y su identidad social, respecto a la

falta de valores compartidos, creencias, entre otros aspectos, así mismo estos resultados expresados muestran una relación con lo encontrado por Cammarata & Cid (2012) quién concluyó que la empresa en el mercado Caraqueño de Publicidad BTL, que después de la aplicación de una propuesta en función a la identidad empresarial, se mejoró la práctica y conocimiento de los valores compartidos y normas así mismo con el involucramiento del personal en el ciclo histórico de la empresa y el cumplimiento de los lineamientos en función a su misión, visión, entre otros aspectos.

En relación a la apreciación de la identidad empresarial, en la empresa restaurant Polleria el Tio Jhony, este aspecto es relevante para el fortalecimiento de los colaboradores en la empresa, a pesar que su realidad muestra aspectos deficientes, la cual desde un punto de vista calificativo, se puede apreciar un nivel regular en su cumplimiento de identidad, para ello es necesario que la empresa logre implementar mejoras que permita la adecuada práctica y visualización de la filosofía, historia y cultura de identidad en cada uno de los colaboradores

Es por ello que los hallazgos conducen a contrastar hipótesis específica **H₁: La realidad de la identidad empresarial que presentan los colaboradores del Restaurant Pollería El Tio Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, es regular**, debido a que los colaboradores calificaron un promedio cercano a 3 puntos a la identidad empresarial, por lo tanto **SE ACEPTA** la hipótesis de la investigación .

4.1.2 Analizar la realidad de la cultura organizacional que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería El Tio Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

De los resultados obtenidos en la investigación se puede deducir que la realidad de la cultura organizacional, es regular, la cual se desprenden un promedio cercano a 3 puntos. Al respecto Páramo, Ramírez, & Rodríguez (2011) define a la cultura organizacional como el conjunto de grupos

formales que desarrollan una serie de hábitos, costumbres, valores que guían su vida laboral en una determinada empresa u organización (p. 10)

Por el contrario los resultados de la investigación, muestra una relación con lo expresado por el gerente, al igual con lo observado en la empresa Restaurant, por el contrario existen algunas contradicciones con lo encontrado, debido a que en la empresa no se esta cumpliendo con las metas, objetivos y estrategias, así mismo existen algunas carencias respecto al nivel de comunicación, grado de motivación, capacitación y delegación de autoridad por parte del personal responsable, así mismo estos resultados expresados muestran una relación con lo encontrado por Ortiz (2008) quien concluyó que a traves de un diagnóstico en la empresa de electricos y ferreteria DELTA LTDA., existen varias deficiencias relacionados con el cumplimiento de objetivos y metas claras, pero si se evidencian de manera visual, así mismo en la relación comunicativa y en el nivel de delegación, además de la falta de entrenamiento y motivación, a pesar que existen aspectos favorables relacionados con las estrategias organizacionales.

Además Vallejos (2015) concluyó que la institución municipal, presenta deficiencias relacionados con la identidad organizacional en función al cumplimiento de las metas, objetivos y estrategias que constituyen los lineamientos de la institución, dificultando su desarrollo, en relación a la apreciación de la cultura organizacional, en la empresa restaurant Polleria el Tio Jhony, este aspecto es relevante para el fortalecimiento de los colaboradores en la empresa, a pesar que su realidad es muy diferente, la cual desde un nivel empresarial se puede determinar un nivel regular de la aplicación de la cultura organizacional, debido a la ausencia del conocimiento y visualización de los lineamientos, así mismo la falta de un mayor entrenamiento y liderazgo que la empresa debe fortalecer, pero es excelente la motivación que transmite a la institución a sus colaboradores.

Es por ello que los hallazgos conducen a contrastar hipótesis específica **H₂: La realidad de la cultura organizacional que presentan los**

colaboradores del Restaurant Pollería El Tio Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, es regular, debido a que los colaboradores calificaron un promedio cercano a 3 puntos a la cultura organizacional, por lo tanto **SE ACEPTA** la hipótesis de la investigación.

4.1.3 Determinar cómo se relaciona la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tio Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

De los resultados obtenidos en la investigación se puede deducir que la cultura organizacional mejora siempre y cuando la aplicación de la filosofía de la identidad empresarial mejora; debido a que estos resultados demuestran que los bajos niveles de cultura organizacional se asocian a la baja aplicación de la filosofía de la identidad empresarial, por ende una alta cultura organizacional, se deberá a una alta aplicación de la filosofía de la identidad empresarial. Al respecto Capriotti (2008) define a la filosofía de la identidad empresarial a los múltiples aspectos que se debería incluir en toda filosofía de una organización o empresa que está principalmente compuesta por la misión, visión y valores empresariales (p. 142)

Por el contrario los resultados de la investigación, muestra una relación con lo expresado por el gerente, al igual con lo observado en la empresa Restaurant, por el contrario existen algunas contradicciones con lo encontrado, debido a que los colaboradores manifestaron que en la empresa restaurant no cuenta con una misión, visión y valores adecuadamente visibles así mismo no se promueve su conocimiento y práctica, dificultando el direccionamiento adecuado de la empresa, así mismo los resultados expresados, muestran una relación con lo encontrado por Vera (2013) quien concluyó que en la empresa Pizzería Don Máximo presenta deficiencias relacionados, con la falta de una adecuada aplicación y práctica de la misión, visión, valores entre otros aspectos, que influyen significativamente en la cultura organizacional.

En relación a la apreciación de los atributos diferenciales en la empresa restaurant Polleria, se evidencia desde un punto empresarial, un nivel regular debido a que en la mayoría de aspectos no se esta cumpliendo debidamente en promover el conocimiento de la filosofía de identidad empresarial, a pesar que esto es de gran relevancia, debido a que su adecuada aplicación implicará un mayor direccionamiento de los colaboradores y de la organización misma en función a sus actividades comerciales que realiza diariamente.

Es por ello que los hallazgos conducen a contrastar hipótesis específica **H₃: La filosofía de identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana,** debido a que el coeficiente de correlación $r=0,857 < 1$ y $\text{Sig. (bilateral)}= 0,000 < 0,05$ muestra que la dimensión filosofía de identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional, por lo tanto **SE ACEPTA** la hipótesis de la investigación.

4.1.4 Indicar de qué manera se relaciona la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

De los resultados obtenidos en la investigación se puede deducir que la cultura organizacional mejora siempre y cuando el conocimiento de la historia de la identidad empresarial mejora; debido a que estos resultados demuestran que los bajos niveles de cultura organizacional se asocian al bajo conocimiento de la historia de la identidad empresarial, por ende un alto cultura organizacional, se deberá a un alto conocimiento de la historia de la identidad empresarial. Al respecto Capriotti (2008) define a la historia de la identidad empresarial como a las situaciones a nivel histórico por la que ha pasado la organización y su forma de llevar adelante las actividades que desarrolla, que está compuesto principalmente con el involucramiento del personal en la evolución histórica y identidad social (p. 148)

Por el contrario los resultados de la investigación, muestra una relación con lo expresado por el gerente, al igual con lo observado en la empresa Restaurant, por el contrario existen algunas contradicciones con lo encontrado, debido a que los colaboradores manifestaron que en la empresa restaurant no se promueve el conocimiento de su evolución historia en función a su progreso o éxito alcanzando durante los años, además que existen una ausencia en el fortalecimiento de la identidad social respecto a la integración del personal, así mismo los resultados expresados, muestran una relación con lo encontrado por Brañez (2014) quien concluyó que en la Municipalidad Distrital De El Agustino, que el 9,30% del personal mantiene una identidad regular debido a que no se transmite o brinda conocimiento relacionados con los hechos históricos de la institución con la finalidad involucrar a todo el capital humano.

En relación en la apreciación de la cultura oganizacional en la empresa restaurant Polleria, es de gran valor para promover la integración de los colaboradores, a pesar de ello no es adecuado que en la institución no se promueva el conocimiento de la evolución de la empresa, así mismo existe una ausencia en el fortalecimiento de la identidad social, lo que implica que desde un punto personal no es favorable para la empresa, debido a que los colaboradores no se logran identificar con la institución, mucho menos logran mantener sus esfuerzos en función al desarrollo de las actividades de la organización.

Es por ello que los hallazgos conducen a contrastar hipótesis específica **H₄: Existe una relación directa entre la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tio Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana**, debido a que el coeficiente de correlación $r=0,872 < 1$ y $\text{Sig. (bilateral)}= 0,000 < 0,05$ muestra que la dimensión historia de identidad empresarial se relación significativamente con la cultura organizacional, por lo tanto **SE ACEPTA** la hipótesis de la investigación

4.1.5 Determinar cómo se relaciona la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

De los resultados obtenidos en la investigación se puede deducir que la cultura organizacional mejora siempre y cuando la cultura de la identidad empresarial mejora; debido a que estos resultados demuestran que los bajos niveles de cultura organizacional se asocian a la baja cultura de la identidad empresarial, por ende una alta cultura organizacional, se deberá a una alta cultura de la identidad empresarial. Al respecto Capriotti (2008) define a la cultura de identidad empresarial como a que las empresas estarán influenciadas por un conjunto de aportaciones que dan como resultado la cultura corporativa de la organización está compuesto por los valores compartidos, pautas de conductas y creencias compartidas (p. 149)

Por el contrario los resultados de la investigación, muestra una relación con lo expresado por el gerente, al igual con lo observado en la empresa Restaurant, por el contrario existen algunas contradicciones con lo encontrado, debido a que los colaboradores manifestaron que en la empresa restaurant no se cuentan con pautas de conductas que permitan guía su comportamiento con creencias compartidas adecuadamente visibles y mucho menos se practican, así mismo los resultados expresados, muestran una relación con lo encontrado por Cammarata & Cid (2012) quien concluyó que la empresa en el mercado Caraqueño de Publicidad BTL, después del desarrollo de una propuesta en función a la identidad empresarial, se logró implementar valores compartidos en todos los ambientes y pautas de conductas que permitan al personal una adecuada atención, entre otros aspectos que logró el desarrollo eficiente de la identidad.

En relación a la apreciación de la cultura de identidad empresarial no se promueve el conocimiento y visualización eficiente de los valores y creencias compartidas ni mucho menos de las pautas de conducta, a nivel personal implica una cultura deficiente, a pesar que es un valor importante

para los colaboradores que integran las diferentes áreas de la empresa, lo que implica muchas diferencias y falta de apoyo por la institución para su adecuado desarrollo.

En relación en la apreciación de la cultura organizacional en la empresa restaurant Polleria, es de gran valor para promover la integración de los colaboradores, a pesar de ello no es adecuado que en la institución no se promueva el conocimiento de la evolución de la empresa, así mismo existe una ausencia en el fortalecimiento de la identidad social, lo que implica que desde un punto personal no es favorable para la empresa, debido a que los colaboradores no se logran identificar con la institución, mucho menos logran mantener sus esfuerzos en función al desarrollo de las actividades de la organización.

Es por ello que los hallazgos conducen a contrastar hipótesis específica **H₅: La cultura de identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana.**, debido a que el coeficiente de correlación $r=0,900 < 1$ y $\text{Sig. (bilateral)}= 0,000 < 0,05$ muestra que la dimensión cultura de identidad empresarial se relación significativamente con la cultura organizacional, por lo tanto **SE ACEPTA** la hipótesis de la investigación.

4.1.6 Determinar la relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.

De los resultados obtenidos en la investigación se puede deducir que la cultura organizacional mejora siempre y cuando la identidad empresarial mejora; debido a que estos resultados demuestran que los bajos niveles de cultura organizacional se asocian a la baja identidad empresarial, por ende una alta cultura organizacional, se deberá a una alta cultura de la identidad empresarial. Al respecto Villafañe (2012; p. 17) lo define como el ser de la empresa, mediante la identificación de aquellos atributos que le confieren el

carácter de unicidad y permanencia de la cual una empresa u organización se identifica respecto a otra, mientras Páramo, Ramírez, & Rodríguez (2011; p. 10) define a la cultura organizacional como el conjunto de grupos formales que desarrollan una serie de hábitos, costumbres, valores que guían su vida laboral en una determinada empresa u organización.

Por el contrario los resultados de la investigación, muestra una relación con lo expresado por el gerente, al igual con lo observado en la empresa Restaurant, por el contrario existen algunas contradicciones con lo encontrado, debido a que los colaboradores manifestaron que existen algunas deficiencias relacionados con la visualización, práctica y conocimiento de la metas, objetivos, estrategias, misión, visión, valores, evolución histórica, identidad social, pautas de conducta, creencias compartidas que afectan, por el contrario si se promueve el aprendizaje de los colaboradores mediante la capacitación periódica, por otro lado no se invierte en centros de capacitación especializada para el desarrollo de sus capacidades, el diálogo y comunicación, entre otros aspectos.

Así mismo los resultados expresados, muestran una relación con lo encontrado por García (2015) quien concluyó que la Municipalidad Provincial de Piura, el 4% de los gerentes y jefes conocen los valores establecidos en la organización, mientras el 32% de gerentes conoce bien las normas institucionales, y el 41% están en desacuerdo que las normas se cumplan eficientemente, así mismo con los valores, normas y comunicación, entre otros aspectos, que permitan una adecuada cultura organizacional en función a promover una adecuada identidad empresarial. Por su parte Huamán (2014) concluyó que en la empresa CAPAC ÑAM E.I.R.L., existen aspectos deficientes relacionados con la aplicación de los valores, determinación de procesos, cumplimiento de normas, así también se carece de un plan de capacitación que de una u otra forma afecta desconocimiento de las funciones del personal, además esencialmente se carece de incentivos laborales que permitan mejorar el desempeño de sus tareas y/o actividades.

En relación a la apreciación de la identidad empresarial en la cultura organizacional, desde una opinión empresarial, se puede mencionar que la empresa debe promover la identidad en sus colaboradores debido que son el capital humano que permitirá fortalecer una cultura de desarrollo y crecimiento en la institución, por lo cual es de vital importancia y expectativa de visualizar colaboradores comprometidos en el crecimiento de la organización, ya que no es agradable la actual situación de la empresa.

Es por ello que los hallazgos conducen a contrastar hipótesis específica **H₆: La identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tio Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana**, debido a que el coeficiente de correlación $r=0,913 < 1$ y $\text{Sig. (bilateral)}= 0,000 < 0,05$ muestra que la variable identidad empresa se relación significativamente con la cultura organizacional, por lo tanto **SE ACEPTA** la hipótesis de la investigación

4.1 PLAN DE MEJORA DE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L.

1. Introducción

A nivel empresarial, durante el transcurso de los tiempos se ha producido diferentes enfoques deficientes que ha llevado consigo la reestructuración de empresas pequeñas como de gran magnitud con aspectos relacionados principalmente con la identidad de los colaboradores respecto a las empresas que implica una adecuada cultura, así mismo estas exigencias se han ido relacionando con el desarrollo del sector competitivo y el surgimiento de nuevas empresas con un mayor desarrollo económico, siendo de vital importancia el involucramiento del capital humano y de las máximas autoridades que está representada por la gerencia, así mismo la inadecuada aplicación de estos aspectos conducirán a un futuro no predecible, en donde las actividades económicas que realiza una determinada empresa u organización carecerá de valor para los clientes.

Es por ello que los resultados o hallazgos conducen a determinar que existen factores o elementos que inciden en el desarrollo eficiente de la empresa Restaurant El Tio Jhony E.I.R.L., las cuales se destaca; el inadecuado cumplimiento de la filosofía de la entidad, la ausencia de promover la historia o evolución de la empresa y la cultura de entidad del personal o colaborador respecto a los valores compartidos, pautas de conductas y creencias compartidas, que inciden deficientemente en los alineamientos organizacionales en función a las metas, objetivos y estrategias trazadas, que no se están cumpliendo con cabalidad, igual forma con el entrenamiento que carece el personal y la ausencia de un buen líder que permita delegar autoridad y una comunicación efectiva con todos los miembros que conforman la organización, es por ello que el plan de mejora proporcionará las herramientas suficientes para el control y solución de estos factores que limitan el éxito y desarrollo de la empresa.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Establecer las estrategias de identidad empresarial y cultural organizacional para orientar el desarrollo del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis de los factores internos y externos que inciden en la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.
- Establecer las estrategias que permitan orientar la identidad empresarial que presentan los colaboradores de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.
- Establecer las estrategias que permitan orientar la cultura organizacional que presentan los colaboradores de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.

3. Justificación

La razón fundamental de determinar las estrategias en empresa Restaurant Pollería “El Tío Jhony” permitirá fundamentalmente mejorar aquellos aspectos deficientes relacionados con la identidad empresarial y la cultura organizacional de sus colaboradores en la ciudad de Sullana, con la finalidad de que a un determinado futuro la empresa logre fortalecer la cultura y permita un mayor nivel de identidad de su capital humano, haciendo frente a su competitividad beneficiando el desarrollo de la organización.

La identidad empresarial es necesaria y fundamental para el crecimiento de la empresa, debido a que implica aspectos relacionados con la filosofía, historia y cultura de identidad empresarial que permita los colaboradores mantener un conocimiento adecuado de la misión, visión, valores, evolución histórica, identidad social, valores y creencias compartidas, además de pautas de conducta que de otra forma permite a los colaboradores mantener vivo el objetivo de la empresa, con la finalidad de permitir su integración y logré hacer frente a los diferentes factores de globalización con el propósito de mantener su competitividad a un futuro posterior.

La cultura organizacional es también necesaria para la empresa, debido a que conforma todos aquellos elementos o aspectos relacionados principalmente con la planeación, respecto a los alineamientos, entrenamiento y liderazgo en la organización, están relacionados principalmente con las metas, objetivos y estrategias empresariales, que permite guiar o encaminar las actividades productivas de la empresa, así mismo el grado de aprendizaje, desarrollo de nuevas capacidades y habilidades del personal, para maximizar su desempeño, además del nivel de comunicación, motivación y delegación de autoridad, que son factores que impulsan la lealtad de los colaboradores en brindar sus mejores esfuerzos, por lo cual se justificó la investigación en función a sus necesidades y requerimientos que permitan orientar de manera práctica el estudio.

4. Matriz EFI y EFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS			
Instrucciones: Para el análisis de la matriz EFI, se asignó un peso entre (0.0) = No importante, (1.0) = Absolutamente importante; así mismo se asignó una calificación entre (1) = Debilidad mayor, (2) = Debilidad menor, (3) = Fuerza menor y (4) = Fuerza mayor.			
Factores Internos (FI)	Peso (0 – 1)	Calif. (1 – 4)	Valor pond.
Fortalezas			
F1: Infraestructura moderna de la empresa	0.10	3	0.30
F2: Se promueve el adecuado aprendizaje del personal de la empresa	0.15	4	0.60
F3: Se promueve un nivel adecuado de motivación al personal de la empresa	0.15	4	0.60
F4: Se brinda incentivos económicos al personal de la empresa	0.05	3	0.15
F5: Se realiza reconocimiento por desempeño al personal de la empresa	0.05	3	0.15
Debilidades			
D1: Falta de visibilidad de la misión, visión y valores	0.05	2	0.10
D2: Falta de visibilidad de los valores compartidos, pautas de conducta y creencias compartidas	0.10	1	0.10
D3: Falta de visibilidad de las metas, objetivos y estrategias empresariales.	0.10	1	0.10
D4: Falta de promover el conocimiento de la evolución histórica de la empresa	0.15	2	0.30
D5: Bajo nivel de comunicación en la empresa	0.10	1	0.10
	1.00	-	2.50

- La ponderación total de la matriz de evaluación de factores internos es 2.50, determinándose de esta forma que los factores que conforman las fortalezas representan una ponderación de 1.80, por su parte los factores que conforman las debilidades representan una ponderación de 0.70, lo que demuestra que las fuerzas internas de la empresa Restaurant “El Tío Jhony” E.I.R.L., son favorables.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS			
Instrucciones: Para el análisis de la matriz EFE, se asignó un Peso entre (0.0) = No es importante, (1.0) = Muy importante, así mismo se asignó una calificación entre (1) = Una respuesta mala, (2) = Una respuesta media, (3) = Una respuesta superior a la media y (4) = Una respuesta superior.			
Factores Externos (FE)	Peso	Calif.	Valor pond.
Oportunidades			
O1: Crecimiento económico en el sector	0.15	4	0.60
O2: Estabilidad económico en el sector	0.10	3	0.30
O3: Baja inflación en el país.	0.05	2	0.10
O4: Nuevos proveedores	0.10	3	0.30
O5: Accesibilidad financiera	0.15	4	0.60
Amenazas			
A1: Alta competitividad en el sector	0.15	4	0.60
A2: Surgimiento de nuevos competidores	0.10	3	0.30
A3: Condiciones laborales	0.05	2	0.10
A4: Conflictos laborales	0.05	2	0.10
A5: Altas tasas tributarias	0.10	3	0.30
	1.00	-	3.00

- La ponderación total de la matriz de evaluación de factores externos es 3.00, determinándose de esta forma que los factores que conforman las oportunidades representan una ponderación de 1.90, por su parte los factores que conforman las amenazas representan una ponderación de 1.40, lo que demuestra que el ambiente o entorno de la empresa Restaurant “El Tío Jhony” E.I.R.L., son favorables.

5. Análisis FODA

F. INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1: Infraestructura moderna de la empresa (0.30)</p> <p>F2: Se promueve el adecuado aprendizaje del personal de la empresa (0.60)</p> <p>F3: Se promueve un nivel adecuado de motivación al personal de la empresa (0.60)</p> <p>F4: Se brinda incentivos económicos al personal de la empresa (0.15)</p> <p>F5: Se realiza reconocimiento por desempeño al personal de la empresa (0.15)</p>	<p>D1: Falta de visibilidad de la misión, visión y valores (0.10)</p> <p>D2: Falta de visibilidad de los valores compartidos, pautas de conducta y creencias compartidas (0.10)</p> <p>D3: Falta de visibilidad de las metas, objetivos y estrategias empresariales (0.10)</p> <p>D4: Falta de promover el conocimiento de la evolución histórica de la empresa (0.30)</p> <p>D5: Bajo nivel de comunicación en la empresa (0.10)</p>
F. EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<p>O1: Crecimiento económico en el sector (0.60)</p> <p>O2: Estabilidad económico en el sector (0.30)</p> <p>O3: Baja inflación en el país (0.10)</p> <p>O4: Nuevos proveedores (0.30)</p> <p>O5: Accesibilidad financiera (0.60)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar evaluaciones de desempeño a los colaboradores (O1,O2,F3,F4,F5) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar afiches visuales (O1,O2,D1,D2,D3) ▪ Realizar reuniones de confraternidad (O1,O2,D5)
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<p>A1: Alta competitividad en el sector (0.60)</p> <p>A2: Surgimiento de nuevos competidores (0.30)</p> <p>A3: Condiciones laborales (0.10)</p> <p>A4: Conflictos laborales (0.10)</p> <p>A5: Altas tasas tributarias (0.30)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar alianzas con centros de capacitación externo (A1,A2,F1,F2,) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar talleres de orientación a los colaboradores (A1,A2,A3,A4,A5,D4)

6. Análisis PEST

ENTORNO POLITICO

La empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., es una empresa, que brinda platos servidos y/o la carta, por el contrario las políticas fiscales y laborales no han sido favorables para sus actividades, mientras que las políticas de estabilidad económica han contribuido a su desarrollo.

ENTORNO ECONÓMICO

La empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., se encuentra en un entorno económicamente favorable y en constante desarrollo, permitiendo un mayor crecimiento en sus ventas, logrando una adecuada rentabilidad en sus actividades diarias, en función a sus objetivos establecidos.

ENTORNO SOCIAL

La empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., mantiene un grado de relación con el entorno social, debido a que su desarrollo depende principalmente de este sector, generando una mayor empleabilidad y beneficios laborales durante el desarrollo de sus operaciones siendo de gran valor para la población.

ENTORNO TECNOLÓGICO

La empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., cuenta con los recursos tecnológicos necesarios para su desarrollo eficiente de sus operaciones, así mismo para llevar a cabo el desarrollo de las diferentes etapas del plan de mejora en función al involucramiento del factor humano y del manejo de los equipos tecnológicos.

- El análisis PEST es una herramienta estratégica basado esencialmente en cuatro cuadrantes en función a la situación actual de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., que comprende el entorno político, económico, social y tecnológico, respecto a sus servicios de platos servidos y a la carta, además se está realizando un análisis descriptivo sobre dichos cuadrantes.

7. Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

a) Rivalidad entre competidores

- La empresa Restaurant “El Tío Jhony” E.I.R.L., durante el desarrollo de sus actividades alimenticias, continuamente se ha visto involucrado en una competencia directa, identificándose entre ellas: La pollería Don Carlos, Pollería el Dorado, Restaurant Señor Paisa, Pollos y Parrillas Don Carlos y Restaurant Cariño Bonito, entre otras empresas que continuamente mantienen una gran competitividad en la población de la ciudad de Sullana, así mismo estas empresas han incidido en la reducción económica y la demanda de los comensales de la empresa, a pesar de ello siempre se ha mantenido en constante operatividad y brindando una mejor calidad de servicios.

b) Amenaza de productos y/o servicios sustitutos

- Los productos sustitutos que afecta a la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., están relacionados fundamentalmente con aquellos productos industriales de fácil accesibilidad para la población de Sullana, a pesar de ello no constituye un producto sofisticado en relación a lo que se brinda, debido a la alta calidad de los productos o platos servidos y principalmente a la inocuidad que mantienen los insumos, a pesar de ello no se ha visto comprometido con la disminución de su demanda de sus utilidades diarias

c) Riesgos de entrada de nuevos competidores

- El sector rebasará en donde la empresa desarrolla sus actividades, siempre se ha mantenido en constante competencia en el mercado potencial de la población sullanera, debido a que periódicamente durante el año surgen nuevas empresas dedicadas al mismo sector implicando una reducción en su demanda, a pesar de ello la empresa siempre ha mantenido ventajas competitivas que ha ido desarrollando

desde el inicio de sus actividades, siendo su nombre comercial como una garantía de su calidad.

d) Poder de negociación con los proveedores

- El poder de negociación que mantiene la empresa Restaurant EL Tío Jhony E.I.R.L., con sus proveedores, algunas veces es adecuada, debido a que en su mayoría de ocasiones se cambian de proveedores respecto a los principales insumos requeridos para la elaboración o preparación de los diferentes platos servidos y/o a la carta, que implica asumir altos costos y tiempos adicionales, a pesar de ello la empresa siempre está tratando de mejorar continuamente la selección y relación con sus proveedores con el propósito de obtener un mayor insumo de calidad.

e) Poder de negociación con los clientes

- El grado de negociación que mantiene la empresa Restaurant EL Tío Jhony E.I.R.L., con sus clientes en la ciudad de Sullana, es adecuado debido a que la capacidad de respuesta del personal de atención cumple con sus requerimientos y principales necesidades, así mismo la infraestructura es un factor fundamental que brinda la comodidad necesaria para que los clientes se sientan satisfechos durante su consumo, que le permite a la empresa mejorar su estabilidad económica y obtener una mayor solvencia para mantener su operatividad comercial.

8. Estrategias

Para el desarrollo de las estrategias identificadas en el análisis de los factores internos y externos, estas estarán compuestas en función a una serie de etapas que comprende. A continuación, se detalla:

ESTRATEGIA FO: REALIZAR EVALUACIONES DE DESEMPEÑO A LOS COLABORADORES																																																																																																						
a) Descripción de la estrategia	- Mediante esta estrategia, se busca evaluar a los colaboradores de la empresa, con la finalidad de determinar el grado de desempeño durante sus actividades laborales, con el propósito de entregar los reconocimientos e incentivos económicos, así mismo realizar acciones para designar al colaborador a su mejor cumplimiento de sus responsabilidades																																																																																																					
b) Tácticas	- Identificar los niveles de desempeño de los colaboradores - Fomentar un mayor desempeño de los colaboradores - Fomentar un mayor esfuerzo por los colaboradores																																																																																																					
c) Programa estratégico	- El programa se llevará en el mes de Mayo hasta Junio del 2018, a través del administrador, quien es el principal responsable del cumplimiento de las actividades establecidas en el cronograma, se agruparán a los colaboradores por áreas para su evaluación respectiva.																																																																																																					
d) Responsable	- Administrador																																																																																																					
e) Recursos	- Recursos humanos. - Recursos materiales y bienes																																																																																																					
f) Tiempo	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ACTIVIDADES</th> <th colspan="4">Marzo</th> <th colspan="4">Abril</th> <th colspan="4">Mayo</th> <th colspan="4">Junio</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Realizar las fichas de evaluación al colaborador</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. Identificar y seleccionar a grupos de colaboradores por áreas</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Reunir a todos los colaboradores y aplicar la evaluación</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td> <td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Evaluar los resultados obtenidos</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES	Marzo				Abril				Mayo				Junio				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1. Realizar las fichas de evaluación al colaborador																	2. Identificar y seleccionar a grupos de colaboradores por áreas																	3. Reunir a todos los colaboradores y aplicar la evaluación																	4. Evaluar los resultados obtenidos																
ACTIVIDADES	Marzo				Abril				Mayo				Junio																																																																																									
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																						
1. Realizar las fichas de evaluación al colaborador																																																																																																						
2. Identificar y seleccionar a grupos de colaboradores por áreas																																																																																																						
3. Reunir a todos los colaboradores y aplicar la evaluación																																																																																																						
4. Evaluar los resultados obtenidos																																																																																																						
g) Presupuesto	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Materiales</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hojas Dina A4</td> <td>1 Millares</td> <td>S/. 12.20</td> <td>S/. 12.20</td> </tr> <tr> <td>Lapiceros Faber Castell Azul</td> <td>3 Docenas</td> <td>S/. 7.40</td> <td>S/. 22.20</td> </tr> <tr> <td>Resaltador Amarillo Faber Castell</td> <td>1 Docena</td> <td>S/. 14.00</td> <td>S/. 14.00</td> </tr> <tr> <td>Folder manila A4</td> <td>5 Paquetes</td> <td>S/. 3.20</td> <td>S/. 16.00</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>S/. 64.40</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Cofeebreak</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Néctar Pulp manzana 145 ML.</td> <td>8 Paquetes</td> <td>S/. 6.40</td> <td>S/. 51.20</td> </tr> <tr> <td>Galletas Soda</td> <td>8 Paquetes</td> <td>S/. 2.60</td> <td>S/. 20.80</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>S/. 72.00</td> </tr> </tbody> </table>	Materiales				Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Hojas Dina A4	1 Millares	S/. 12.20	S/. 12.20	Lapiceros Faber Castell Azul	3 Docenas	S/. 7.40	S/. 22.20	Resaltador Amarillo Faber Castell	1 Docena	S/. 14.00	S/. 14.00	Folder manila A4	5 Paquetes	S/. 3.20	S/. 16.00				S/. 64.40	Cofeebreak				Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Néctar Pulp manzana 145 ML.	8 Paquetes	S/. 6.40	S/. 51.20	Galletas Soda	8 Paquetes	S/. 2.60	S/. 20.80				S/. 72.00																																																					
Materiales																																																																																																						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																			
Hojas Dina A4	1 Millares	S/. 12.20	S/. 12.20																																																																																																			
Lapiceros Faber Castell Azul	3 Docenas	S/. 7.40	S/. 22.20																																																																																																			
Resaltador Amarillo Faber Castell	1 Docena	S/. 14.00	S/. 14.00																																																																																																			
Folder manila A4	5 Paquetes	S/. 3.20	S/. 16.00																																																																																																			
			S/. 64.40																																																																																																			
Cofeebreak																																																																																																						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																			
Néctar Pulp manzana 145 ML.	8 Paquetes	S/. 6.40	S/. 51.20																																																																																																			
Galletas Soda	8 Paquetes	S/. 2.60	S/. 20.80																																																																																																			
			S/. 72.00																																																																																																			

	Honorarios					
	Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total
	Administrador	01	1Hrs	8	S/. 70.00	S/. 560.00
⇒ Presupuesto total de S/. 696.40						
h) Viabilidad	- Implementar la estrategia de realizar evaluaciones de desempeño a los colaboradores es viable, debido a que los recursos materiales, humanos y económicos que se necesitan, están disponibles por la empresa Restaurant Pollería "El Tío Jhony", además la implementación de esta estrategia permitirá determinar el grado de desempeño de los colaboradores, así mismo determinar el grado de cumplimiento de sus funciones o tareas asignadas, permitiéndole brindar reconocimiento e incentivos por su desempeño.					
i) Mecanismos de control	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de desempeño de los colaboradores - Nivel de reconocimiento por desempeño - Grado de incentivos económicos por desempeño 					

ESTRATEGIA DO: IMPLEMENTAR AFICHES VISUALES

a) Descripción de la estrategia	- Mediante esta estrategia, se busca que los colaboradores visualicen la misión, visión y valores, así mismo pautas de conducta, entre otros factores de alineamiento organizacional, con la finalidad de que tengan un grado de conocimiento y practiquen constantemente con el propósito de mantener un adecuado direccionamiento.																																																																																																																										
b) Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar información necesaria sobre la filosofía empresarial. - Fomentar un mayor conocimiento de los alineamientos organizacionales. - Fomentar un mayor involucramiento de los colaboradores. 																																																																																																																										
c) Programa estratégico	- El programa se llevará en el mes de Enero hasta Febrero del 2018, a través del administrador, quien es el principal responsable del cumplimiento de las actividades establecidas en el cronograma, asegurando su adecuada implementación.																																																																																																																										
d) Responsable	- Administrador																																																																																																																										
e) Recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos. - Recursos materiales y bienes 																																																																																																																										
f) Tiempo	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="3">ACTIVIDADES</th> <th colspan="16">PERIODOS</th> </tr> <tr> <th colspan="4">Enero</th> <th colspan="4">Febrero</th> <th colspan="4">Marzo</th> <th colspan="4">Abril</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Identificar y seleccionar los ambientes más adecuados</td> <td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. Mandar a diseñar los afiches</td> <td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Reunir a todos los Ejecutar la colocación adecuada de los afiches</td> <td></td><td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Supervisar su cumplimiento</td> <td></td><td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>						ACTIVIDADES	PERIODOS																Enero				Febrero				Marzo				Abril				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1. Identificar y seleccionar los ambientes más adecuados																	2. Mandar a diseñar los afiches																	3. Reunir a todos los Ejecutar la colocación adecuada de los afiches																	4. Supervisar su cumplimiento																
ACTIVIDADES	PERIODOS																																																																																																																										
	Enero				Febrero				Marzo				Abril																																																																																																														
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																																											
1. Identificar y seleccionar los ambientes más adecuados																																																																																																																											
2. Mandar a diseñar los afiches																																																																																																																											
3. Reunir a todos los Ejecutar la colocación adecuada de los afiches																																																																																																																											
4. Supervisar su cumplimiento																																																																																																																											
g) Presupuesto	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="4">Materiales</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hojas Dina A4</td> <td>½ Millar</td> <td>S/. 12.20</td> <td>S/. 6.10</td> </tr> <tr> <td>Lapiceros Faber Castell Azul</td> <td>1 Docena</td> <td>S/. 7.40</td> <td>S/. 7.40</td> </tr> <tr> <td>Resaltador Amarillo Faber Castell</td> <td>1 Docena</td> <td>S/. 14.00</td> <td>S/. 14.00</td> </tr> <tr> <td>Folder manila A4</td> <td>3 Paquetes</td> <td>S/. 3.20</td> <td>S/. 9.60</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>S/. 37.10</td> </tr> </tbody> </table>						Materiales				Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Hojas Dina A4	½ Millar	S/. 12.20	S/. 6.10	Lapiceros Faber Castell Azul	1 Docena	S/. 7.40	S/. 7.40	Resaltador Amarillo Faber Castell	1 Docena	S/. 14.00	S/. 14.00	Folder manila A4	3 Paquetes	S/. 3.20	S/. 9.60				S/. 37.10																																																																																									
Materiales																																																																																																																											
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																																								
Hojas Dina A4	½ Millar	S/. 12.20	S/. 6.10																																																																																																																								
Lapiceros Faber Castell Azul	1 Docena	S/. 7.40	S/. 7.40																																																																																																																								
Resaltador Amarillo Faber Castell	1 Docena	S/. 14.00	S/. 14.00																																																																																																																								
Folder manila A4	3 Paquetes	S/. 3.20	S/. 9.60																																																																																																																								
			S/. 37.10																																																																																																																								

Materiales adicionales					
Descripción		Cantidad	Precio unitario	Costo total	
Diseño e impresión de afiches		6	S/. 30.00	S/. 180.00	
Soporte cuadrado de aluminio y vidrio		6	S/. 60.00	S/. 360.00	
				S/. 540.00	
Cofeebreak					
Descripción		Cantidad	Precio unitario	Costo total	
Néctar Pulp manzana 145 ML.		1 Paquete	S/. 6.40	S/. 6.40	
Galletas Soda		1 Paquete	S/. 2.60	S/. 2.60	
				S/. 9.00	
Honorarios					
Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total
Administrador	01	1Hrs	6	S/. 70.00	S/. 420.00
⇒ Presupuesto total de S/. 1,006.10					
h) Viabilidad	- Implementar la estrategia de implementar afiches visuales, es viable, debido a que los recursos materiales, humanos y económicos que se necesitan, están disponibles por la empresa Restaurant Pollería "El Tío Jhony", además la implementación de esta estrategia permitirá la visibilidad de aspectos relacionados con los alineamientos organizacionales y otros factores con el propósito de que los colaboradores tengan un mayor conocimiento y logren practicarlo en sus actividades laborales.				
i) Mecanismos de control	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de visibilidad de los alineamientos - Grado de conocimiento de la cultura organizacional - Nivel de cumplimiento de los factores de direccionamiento 				

ESTRATEGIA DO: REALIZAR REUNIONES DE CONFRATERNIDAD	
a) Descripción de la estrategia	- Mediante esta estrategia, se busca que los colaboradores logren obtener mayor involucramiento en la empresa y mejorar el nivel de comunicación con sus compañeros de las diferentes áreas, con el propósito de orientar sus actividades y esfuerzos al bienestar de la empresa.
b) Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar actividades de participación laboral - Fomentar una mayor comunicación organizacional - Fomentar una mayor participación de los colaboradores
c) Programa estratégico	- El programa se llevará en el mes de Enero del 2018, a través del administrador, quien es el principal responsable del cumplimiento de las actividades establecidas en el cronograma, asegurando su adecuada implementación.
d) Responsable	- Administrador
e) Recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos. - Recursos materiales y bienes

f) Tiempo	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ACTIVIDADES</th> <th colspan="4">ENERO</th> <th colspan="4">FEBRERO</th> <th colspan="4">MARZO</th> <th colspan="4">ABRIL</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Identificar y seleccionar un ambiente específico en empresa</td> <td>■</td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. Reunir a todos los colaboradores</td> <td></td><td>■</td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Ejecutar dinámicas de relación comunicativa</td> <td></td><td></td><td>■</td><td>■</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Evaluar los resultados</td> <td></td><td></td><td></td><td>■</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>																ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1. Identificar y seleccionar un ambiente específico en empresa	■																2. Reunir a todos los colaboradores		■															3. Ejecutar dinámicas de relación comunicativa			■	■													4. Evaluar los resultados				■												
	ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL																																																																																																							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																																				
	1. Identificar y seleccionar un ambiente específico en empresa	■																																																																																																																			
	2. Reunir a todos los colaboradores		■																																																																																																																		
3. Ejecutar dinámicas de relación comunicativa			■	■																																																																																																																	
4. Evaluar los resultados				■																																																																																																																	
g) Presupuesto	Materiales																																																																																																																				
	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																																	
	Hojas Dina A4	½ Millar	S/. 12.20	S/. 6.10																																																																																																																	
	Lapiceros Faber Castell Azul	1 Docena	S/. 7.40	S/. 7.40																																																																																																																	
	Resaltador Amarillo Faber Castell	1 Docena	S/. 14.00	S/. 14.00																																																																																																																	
	Folder manila A4	2 Paquetes	S/. 3.20	S/. 6.40																																																																																																																	
				S/. 33.90																																																																																																																	
	Cofeebreak																																																																																																																				
	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																																	
	Néctar Pulp manzana 145 ML.	5 Paquete	S/. 6.40	S/. 32.00																																																																																																																	
	Galletas Soda	5 Paquete	S/. 2.60	S/. 13.00																																																																																																																	
				S/. 45.00																																																																																																																	
	Honorarios																																																																																																																				
	Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total																																																																																																															
Administrador	01	1Hra	5	S/. 70.00	S/. 350.00																																																																																																																
⇒ Presupuesto total de S/. 428.9																																																																																																																					
h) Viabilidad	<p>- Implementar la estrategia de realizar reuniones de confraternidad, es viable, debido a que los recursos materiales, humanos y económicos que se necesitan, están disponibles por la empresa Restaurant Pollería "El Tío Jhony", además la implementación de esta estrategia permitirá que los colaboradores involucren y mantenga una mayor participación comunicativa entre ellos mismos, con la finalidad de mejorar sus relaciones.</p>																																																																																																																				
i) Mecanismos de control	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de comunicación laboral - Grado de trabajo en equipo - Nivel de aprovechamiento económico 																																																																																																																				

ESTRATEGIA FA: REALIZAR ALIANZAS CON CENTROS DE CAPACITACIÓN EXTERNA

a) Descripción de la estrategia	- Mediante esta estrategia, se busca que los colaboradores logren adquirir nuevos conocimientos referentes a las necesidades y requerimientos de la empresa desarrollar nuevas habilidades y competencias necesarias para el cumplimiento adecuado y productivo de sus labores																																																																																																																						
b) Tácticas	- Brindar un mayor desarrollo a los colaboradores - Fomentar el crecimiento técnico y profesional de los colaboradores - Fomentar un mayor entrenamiento a los colaboradores																																																																																																																						
c) Programa estratégico	- El programa se llevará en el mes de Enero hasta Febrero del 2018, a través del administrador, quien es el principal responsable del cumplimiento de las actividades establecidas en el cronograma, asegurando su adecuada implementación.																																																																																																																						
d) Responsable	- Administrador																																																																																																																						
e) Recursos	- Recursos humanos. - Recursos materiales y bienes																																																																																																																						
f) Tiempo	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ACTIVIDADES</th> <th colspan="16">PERIODOS</th> </tr> <tr> <th colspan="4">Enero</th> <th colspan="4">Febrero</th> <th colspan="4">Marzo</th> <th colspan="4">Abril</th> </tr> <tr> <th></th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Identificar y selección de los principales centros de capacitación</td> <td>■</td><td>■</td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. Enviar cartas de presentación</td> <td></td><td></td><td>■</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Esperar respuesta y pactar una reunión con los representantes</td> <td></td><td></td><td></td><td>■</td> <td>■</td><td>■</td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Realizar las alianzas empresariales de manera formal</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td>■</td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	ACTIVIDADES	PERIODOS																Enero				Febrero				Marzo				Abril					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1. Identificar y selección de los principales centros de capacitación	■	■															2. Enviar cartas de presentación			■														3. Esperar respuesta y pactar una reunión con los representantes				■	■	■											4. Realizar las alianzas empresariales de manera formal						■										
ACTIVIDADES	PERIODOS																																																																																																																						
	Enero				Febrero				Marzo				Abril																																																																																																										
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																																							
1. Identificar y selección de los principales centros de capacitación	■	■																																																																																																																					
2. Enviar cartas de presentación			■																																																																																																																				
3. Esperar respuesta y pactar una reunión con los representantes				■	■	■																																																																																																																	
4. Realizar las alianzas empresariales de manera formal						■																																																																																																																	
g) Presupuesto	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Materiales</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hojas Dina A4</td> <td>1 Millar</td> <td>S/. 12.20</td> <td>S/. 12.20</td> </tr> <tr> <td>Lapiceros Faber Castell Azul</td> <td>2 Docenas</td> <td>S/. 7.40</td> <td>S/. 14.80</td> </tr> <tr> <td>Resaltador Amarillo Faber Castell</td> <td>1 Docena</td> <td>S/. 14.00</td> <td>S/. 14.00</td> </tr> <tr> <td>Folder manila A4</td> <td>4 Paquetes</td> <td>S/. 3.20</td> <td>S/. 12.80</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>S/. 53.80</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Cofeebreak</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Néctar Pulp manzana 145 ML.</td> <td>2 Paquete</td> <td>S/. 6.40</td> <td>S/. 12.80</td> </tr> <tr> <td>Galletas Soda</td> <td>2 Paquete</td> <td>S/. 2.60</td> <td>S/. 5.20</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>S/. 18.00</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">Honorarios</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cant.</th> <th>Horas</th> <th>Sesiones</th> <th>Costo unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Administrador</td> <td>01</td> <td>1Hra</td> <td>6</td> <td>S/. 70.00</td> <td>S/. 420.00</td> </tr> </tbody> </table>	Materiales				Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Hojas Dina A4	1 Millar	S/. 12.20	S/. 12.20	Lapiceros Faber Castell Azul	2 Docenas	S/. 7.40	S/. 14.80	Resaltador Amarillo Faber Castell	1 Docena	S/. 14.00	S/. 14.00	Folder manila A4	4 Paquetes	S/. 3.20	S/. 12.80				S/. 53.80	Cofeebreak				Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Néctar Pulp manzana 145 ML.	2 Paquete	S/. 6.40	S/. 12.80	Galletas Soda	2 Paquete	S/. 2.60	S/. 5.20				S/. 18.00	Honorarios						Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total	Administrador	01	1Hra	6	S/. 70.00	S/. 420.00																																																				
Materiales																																																																																																																							
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																																				
Hojas Dina A4	1 Millar	S/. 12.20	S/. 12.20																																																																																																																				
Lapiceros Faber Castell Azul	2 Docenas	S/. 7.40	S/. 14.80																																																																																																																				
Resaltador Amarillo Faber Castell	1 Docena	S/. 14.00	S/. 14.00																																																																																																																				
Folder manila A4	4 Paquetes	S/. 3.20	S/. 12.80																																																																																																																				
			S/. 53.80																																																																																																																				
Cofeebreak																																																																																																																							
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																																				
Néctar Pulp manzana 145 ML.	2 Paquete	S/. 6.40	S/. 12.80																																																																																																																				
Galletas Soda	2 Paquete	S/. 2.60	S/. 5.20																																																																																																																				
			S/. 18.00																																																																																																																				
Honorarios																																																																																																																							
Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total																																																																																																																		
Administrador	01	1Hra	6	S/. 70.00	S/. 420.00																																																																																																																		

	Servicios adicionales			
	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total
	Impresión de hoja membretada	20	S/. 4.50	S/. 90.00
	Impresión de tarjetas de presentación	1 ciento	S/. 180.00	S/. 180.00
			S/. 270.00	
⇒ Presupuesto total de S/. 761.80				
h) Viabilidad	- Implementar la estrategia de realizar alianzas con centros de capacitación externo, es viable, debido a que los recursos materiales, humanos y económicos que se necesitan, están disponibles por la empresa Restaurant Pollería "El Tío Jhony", además la implementación de esta estrategia permitirá a los colaboradores un mayor aprendizaje y respecto a factores técnicos relacionados con sus competencias y habilidades.			
i) Mecanismos de control	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de aprendizaje de los colaboradores - Grado de entrenamiento de los colaboradores - Nivel de competencias de los colaboradores 			

ESTRATEGIA DA: REALIZAR TALLERES DE ORIENTACIÓN A LOS COLABORADORES

a) Descripción de la estrategia	- Mediante esta estrategia, se busca que los colaboradores mantengan un grado adecuado de conocimiento de cómo la empresa ha ido constantemente evolucionando o ha ido mejorando durante el transcurso de sus actividades económicas, con la finalidad de que se identifiquen con la institución.																																																																																																																																					
b) Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar un mayor desarrollo a los colaboradores - Fomentar el crecimiento técnico y profesional de los colaboradores - Fomentar un mayor entrenamiento a los colaboradores 																																																																																																																																					
c) Programa estratégico	- El programa se llevará en el mes de Enero hasta Febrero del 2018, a través del administrador, quien es el principal responsable del cumplimiento de las actividades establecidas en el cronograma, asegurando su adecuada implementación.																																																																																																																																					
d) Responsable	- Administrador																																																																																																																																					
e) Recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos. - Recursos materiales y bienes 																																																																																																																																					
f) Tiempo	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ACTIVIDADES</th> <th colspan="16">PERIODOS</th> </tr> <tr> <th colspan="4">Enero</th> <th colspan="4">Febrero</th> <th colspan="4">Marzo</th> <th colspan="4">Abril</th> </tr> <tr> <th></th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Determinar los puntos a orientar</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. Identificar y selección los colaboradores por áreas.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Reunir a los colaboradores y ejecutar el taller</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td><td style="background-color: #0070C0;"></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Evaluar los resultados</td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td> <td style="background-color: #0070C0;"></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>																ACTIVIDADES	PERIODOS																Enero				Febrero				Marzo				Abril					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1. Determinar los puntos a orientar																	2. Identificar y selección los colaboradores por áreas.																	3. Reunir a los colaboradores y ejecutar el taller																	4. Evaluar los resultados																
ACTIVIDADES	PERIODOS																																																																																																																																					
	Enero				Febrero				Marzo				Abril																																																																																																																									
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																																																																																																																						
1. Determinar los puntos a orientar																																																																																																																																						
2. Identificar y selección los colaboradores por áreas.																																																																																																																																						
3. Reunir a los colaboradores y ejecutar el taller																																																																																																																																						
4. Evaluar los resultados																																																																																																																																						
g) Presupuesto	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="4">Materiales</th> </tr> <tr> <th>Descripción</th> <th>Cantidad</th> <th>Precio unitario</th> <th>Costo total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hojas Dina A4</td> <td>3 Millares</td> <td>S/. 12.20</td> <td>S/. 36.60</td> </tr> <tr> <td>Lapiceros Faber Castell Azul</td> <td>4 Docenas</td> <td>S/. 7.40</td> <td>S/. 29.60</td> </tr> <tr> <td>Resaltador Amarillo Faber Castell</td> <td>2 Docenas</td> <td>S/. 14.00</td> <td>S/. 28.00</td> </tr> <tr> <td>Folder manila A4</td> <td>6 Paquetes</td> <td>S/. 3.20</td> <td>S/. 19.20</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>S/. 113.40</td> </tr> </tbody> </table>																Materiales				Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total	Hojas Dina A4	3 Millares	S/. 12.20	S/. 36.60	Lapiceros Faber Castell Azul	4 Docenas	S/. 7.40	S/. 29.60	Resaltador Amarillo Faber Castell	2 Docenas	S/. 14.00	S/. 28.00	Folder manila A4	6 Paquetes	S/. 3.20	S/. 19.20				S/. 113.40																																																																																										
Materiales																																																																																																																																						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo total																																																																																																																																			
Hojas Dina A4	3 Millares	S/. 12.20	S/. 36.60																																																																																																																																			
Lapiceros Faber Castell Azul	4 Docenas	S/. 7.40	S/. 29.60																																																																																																																																			
Resaltador Amarillo Faber Castell	2 Docenas	S/. 14.00	S/. 28.00																																																																																																																																			
Folder manila A4	6 Paquetes	S/. 3.20	S/. 19.20																																																																																																																																			
			S/. 113.40																																																																																																																																			

Cofeebreak					
Descripción		Cantidad	Precio unitario	Costo total	
Néctar Pulp manzana 145 ML.		10 Paquetes	S/. 6.40	S/. 64.00	
Galletas Soda		10 Paquetes	S/. 2.60	S/. 26.00	
				S/. 90.00	
Honorarios					
Descripción	Cant.	Horas	Sesiones	Costo unitario	Costo total
Administrador	01	1Hra	7	S/. 70.00	S/. 490.00
⇒ Presupuesto total de S/. 693.40					
h) Viabilidad	- Implementar la estrategia de realizar talleres de orientación a los colaboradores, es viables, debido a que los recursos materiales, humanos y económicos que se necesitan, están disponibles por la empresa Restaurant Pollería "El Tío Jhony", además la implementación de esta estrategia permitirá a los colaboradores tener claro el proceso en cómo la empresa ha ido evolucionando, permitiendo involucrarse en las metas establecidas por la empresa				
i) Mecanismos de control	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de conocimiento de la evolución de la empresa - Grado de identidad de los colaboradores - Nivel de desarrollo histórico 				

Tabla 12. Resumen de las estrategias y costos

RESUMEN		
ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR	COSTO	
Estrategia FO - Realizar evaluaciones de desempeño a los colaboradores	S/. 696.40	
Estrategia DO - Implementar afiches visuales	S/. 1,006.10	
- Realizar reuniones de confraternidad	S/. 428.90	
Estrategia FA - Realizar alianzas con centros de capacitación externa	S/. 761.80	
Estrategia DA - Realizar talleres de orientación a los colaboradores.	S/. 693.40	
COSTO TOTAL DE LAS ESTRATEGIAS		S/. 3,586.60

Fuente: Análisis FODA y cotizaciones de las actividades a realizar para implementar estrategias.
Elaboración Propia

Tabla 13. Ingreso de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., ejercicio del periodo 2016

EMPRESA RESTAURANT EL TIO JHONY E.I.R.L. - PERIODO 2016			
(INGRESOS POR VENTAS)	SUCURSAL PRINCIPAL (Calle Ugarte 749)	SUCURSAL (Marcelino Champagnat 1108)	TOTAL DE INGRESOS
<input type="checkbox"/> INGRESOS	S/ 476,904.00	S/ 374,193.00	S/ 851,097.00
- Enero	S/ 38,890.00	S/ 31,836.00	S/ 70,726.00
- Febrero	S/ 42,645.00	S/ 29,373.00	S/ 72,018.00
- Marzo	S/ 32,948.00	S/ 31,836.00	S/ 64,784.00
- Abril	S/ 28,084.00	S/ 26,937.00	S/ 55,021.00
- Mayo	S/ 38,974.00	S/ 29,836.00	S/ 68,810.00
- Junio	S/ 35,273.00	S/ 33,637.00	S/ 68,910.00
- Julio	S/ 34,487.00	S/ 31,735.00	S/ 66,222.00
- Agosto	S/ 41,348.00	S/ 34,836.00	S/ 76,184.00
- Septiembre	S/ 45,474.00	S/ 26,856.00	S/ 72,330.00
- Octubre	S/ 39,467.00	S/ 32,736.00	S/ 72,203.00
- Noviembre	S/ 46,836.00	S/ 24,838.00	S/ 71,674.00
- Diciembre	S/ 52,478.00	S/ 39,737.00	S/ 92,215.00

Fuente: Información de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.
Elaboración propia

Tabla 14. Egresos de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., ejercicio del periodo 2016

PLANILLA DE TRABAJADORES					
N°	CARGO U OCUPACIÓN	CANT.	INGRESOS DEL TRABAJADOR		TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA
			SUELDO BÁSICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	
1	Gerente general	01	S/. 3,000.00	S/. 75.00	S/. 3,075.00
2	Administrador	01	S/. 2,100.00	S/. 75.00	S/. 2,175.00
3	Asistente administrativo	02	S/. 1,200.00	S/. 75.00	S/. 2,550.00
4	Contador	01	S/. 2,100.00	S/. 75.00	S/. 2,175.00
5	Asistente contable	02	S/. 1,200.00	S/. 75.00	S/. 2,550.00
6	Chef	04	S/. 1,500.00	S/. 75.00	S/. 6,300.00
7	Asistente de cocina	06	S/. 1,000.00	S/. 75.00	S/. 6,450.00
8	Jefe de compras	01	S/. 1,350.00	S/. 75.00	S/. 1,425.00
9	Asistente de compras	01	S/. 1,000.00	S/. 75.00	S/. 1,075.00
10	Cajera	04	S/. 1,000.00	S/. 75.00	S/. 4,300.00
11	Atención	08	S/. 1,000.00	S/. 75.00	S/. 8,600.00
12	Limpieza	02	S/. 950.00	S/. 75.00	S/. 2,050.00
REMUNERACIÓN BRUTA MENSUAL					S/. 42,725.00
REMUNERACIÓN BRUTA ANUAL					S/. 512,700.00

Fuente: Información de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.
Elaboración propia

CAJA Y BANCOS					
N°	ITEMS	UNID.	CANT.	VALOR	TOTAL
1	Luz	Global	1	S/. 1,252.00	S/. 1,252.00
2	Agua	Global	1	S/. 780.00	S/. 768.00
3	Línea ROM/RPC	Global	5	S/. 69.00	S/. 345.00
3	Telefonía fija e internet	Global	2	S/. 150.00	S/. 300.00
COSTO TOTAL MENSUAL					S/. 2,665.00
COSTO TOTAL ANUAL					S/. 31,980.00

Fuente: Información de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.
Elaboración propia

OTROS GASTOS					
N°	ITEMS	UNID.	CANT.	VALOR	TOTAL
1	Mantenimiento	Global	2	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00
2	Suministros	Global	2	S/. 1,000.00	S/. 2,000.00
COSTO TOTAL MENSUAL					S/. 4,400.00
COSTO TOTAL ANUAL					S/. 52,800.00

Fuente: Información de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.
Elaboración propia

Tabla 15. Resumen de ingresos y egresos de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., ejercicio del periodo 2016 – 2018

AÑOS	2016	2017	2018
INGRESOS	S/. 851,097.00	S/. 863,863.45	S/. 876,821.42
EGRESOS	S/. 597,480.00	S/. 601,120.80	S/. 604,761.60
B.NETO	S/. 253,617.00	S/. 262,742.65	S/. 272,059.82

Fuente: Información de la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L.
Elaboración propia

- En el periodo 2016 al 2017, se obtuvo un incremento esperado del 1.5% reflejando un ingreso de S/. 863,863.45 y un egreso del S/. 601.120.80, teniendo en cuenta que el costo de la propuesta asciende en S/. 3,640.80, así mismo respecto el periodo 2017 al 2018, se obtuvo un incremento esperado del 1.5% reflejando un ingreso de S/. 876,821.42 y un egreso del S/. 604,761.60, teniendo en cuenta que el costo de la propuesta asciende en S/. 3,640.80, esos resultados demuestran que la inversión en las estrategias propuestas para orientar la identidad empresarial y la cultura organizacional.

Tabla 16. Relación de beneficio – costo

Relación B/C	S/. 2,146,430.19
	S/. 1,494,324.03
TOTAL	1.44

- La inversión del proyecto, es aceptable si el valor de la relación beneficio/costo es mayor o igual que 1.0, al obtener un valor igual que 1.44 demuestra que la inversión se recuperara satisfactoriamente, después de haber sido evaluado a una tasa de descuento del 10% de crecimiento, lo que refleja que la implementación de las estrategias propuestas es altamente rentable, además permitirá una mejora en el desarrollo de la empresa.

V. Conclusiones

En el presente acápite se plantearon las distintas conclusiones de la investigación respecto a la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L., que fueron obtenidos a través de los resultados. A continuación, se describen:

1. La realidad de la identidad empresarial que presenta la empresa, es regular, lo que conduce a concluir que no se cumple con la misión, visión y valores, así mismo la ausencia del conocimiento de la historia de la empresa y la identidad social, valores compartidos, pautas y creencias.
2. La realidad de la cultura organizacional, es regular, lo que conduce a concluir que no se está cumpliendo adecuadamente con las metas, objetivos y estrategias, así mismo existen en el aprendizaje del personal, además del nivel de comunicación, grado de motivación y delegación.
3. La filosofía de identidad empresarial mantiene una correlación favorable con la cultura organizacional, pero demuestra que no se promueve el conocimiento y práctica de la filosofía de identidad en los colaboradores.
4. La historia de identidad empresarial, muestra una correlación favorable con la cultura organizacional, pero demuestra que no se promueve el conocimiento de su evolución histórica referente al éxito o progreso que ha ido desarrollando la empresa restaurant El Tío Jhony.
5. La cultura de identidad empresarial, muestra una correlación favorable con la cultura organizacional, pero demuestra que no se cuentan con pautas de conductas que permitan guiar el comportamiento de los colaboradores y mucho menos se cuenta con creencias visibles.
6. En general se concluye que existe una correlación positiva entre la identidad empresarial y la cultura organizacional, pero muestra aspectos deficientes que involucra a los colaboradores de las diferentes áreas de la empresa, dificultando su desarrollo y progreso.

VI. Recomendaciones

En este acápite posteriormente de haber identificados las conclusiones en la investigación, se procedió a identificar las recomendaciones más adecuadas para la empresa Restaurant El Tío Jhony E.I.R.L. A continuación, se describen:

1. Realizar evaluaciones de desempeño periódicamente a los colaboradores, con la finalidad de determinar el grado de desempeño durante sus actividades laborales.
2. Implementar afiches visuales con la finalidad de que los colaboradores logren visualizar la visión, valores, pauta de conductas, creencias, metas, objetivos y estrategias empresariales, así mismo logren aplicarlo durante la jornada laboral.
3. Realizar reuniones de confraternidad con el objetivo de tener un mayor involucramiento los colaboradores con la empresa, mejorando su nivel de comunicación entre el capital humano, con el propósito de fortalecer los lazos de comunicación.
4. Realizar alianzas con centros de capacitación externa con el propósito de medir el cumplimiento de sus tareas o actividades que los colaboradores logren adquirir nuevos conocimientos en función a las necesidades y requerimientos de la empresa.
5. Realizar talleres de orientación a los colaboradores, con la finalidad de que ellos tengan un conocimiento claro sobre los diferentes procesos y evolución de la empresa que ha venido desarrollando durante toda su actividad económica.
6. En general se recomienda tanto al administrador, como el gerente y los colaboradores, alinearse y fomentar seguimiento adecuado de las estrategias establecidos en el plan de mejora, con la finalidad de mantener una mayor identidad y la cultura organizacional.

VII. Referencias

- BIRF. (17 de Abril de 2017). *Perú panorama general*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Brañez, L. (2014). *Estrategias de comunicación interna y su influencia en la identidad laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de El Agustino*. Lima, Perú.
- Cammarata, V., & Cid, V. (2012). *Desarrollar la identidad corporativa de una empresa nueva para posicionarla en el mercado caraqueño de publicidad BTL: Inversiones Tres en Uno*. Caracas, Venezuela.
- CANATUR. (24 de Febrero de 2016). Obtenido de <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/otras-secciones/estadisticas/item/1591-sector-alojamientos-y-restaurantes-se-desacelero-en-2015>
- Capriotti, P. (2008). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Málaga, España: IIRP .
- Costa, J. (2004). *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*. Barcelona, España: Universidad Autónoma Barcelona.
- Falcones, G. (2014). *Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocios SUPPLY CHAIN Guayaquil de Nestle Ecuador*. Guayaquil, Ecuador.
- García, J. (2015). *La cultura organizacional y su relación con el desempeño del personal de la Municipalidad Provincial de Piura*. Piura, Perú.
- Huamán, A. (2014). *Influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral de la Empresa CAPAC ÑAM E.I.R.L*. Piura.
- Ortiz, J. (2008). *Construyendo la identidad corporativa desde la cultura organizacional en Eléctrico yFerretería Delta LTDA, Una oportunidad de comunicación a partir de un diagnóstico organizacional"*. Bogotá, Colombia.

- Páramo, D., Ramírez, E., & Rodríguez, A. (2011). *Cultura organizacional & estilos de dirección orientados al mercado*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Quispe, A. A. (2013). *Plan de cultura organizacional para mejorar la satisfacción laboral de los empleados de la Empresa INCMENA S.A.C., en el distrito de Villa El Salvador - 2012*. Lima, Perú.
- Serna, H. (2007). *Alineamiento y ritmo organizacional del mercado interno*. Bogotá, Colombia: 3R Editores.
- Vallejos, L. (2015). *La cultura organiacional y el compromiso organizacional de los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado de Miramar - 2014*. Trujillo, Perú.
- Vera, L. (2013). *Cultura organizacional y gestión de recursos humanos en la Pizzeria Don Máximo en la Provincia de Talara*. Talara, Perú.
- Villafañe, J. (2012). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid, España: Piramide.
- Vivanco, J. (2010). *La cultura organizacional*. Aguascalientes, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

ANEXOS

Anexo 1.A: Cuestionario a los colaboradores



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado colaborador reciba un cordial saludo, la presente encuesta de carácter confidencial tiene como propósito recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación titulado “*Relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017*”. Se le agradece de antemano su valiosa participación.

I. INSTRUCCIONES

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguientes escala : (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indeciso (2) En desacuerdo (1) En total desacuerdo

N° ÍTEM	01 D : FILOSOFÍA DE IDENTIDAD EMPRESARIAL	ESCALA				
		TOTALMENTE DE ACUERDO 5	DE ACUERDO 4	INDECISO 3	EN DESACUERDO 2	EN TOTAL DESACUERDO 1
01	El Restaurant Pollería cuenta con una misión adecuadamente visible.					
02	Cumple adecuadamente con la misión establecida en el Restaurant Pollería.					
03	El Restaurant Pollería cuenta con una visión adecuadamente visible.					
04	Cumple adecuadamente con la visión establecida en el Restaurant Pollería					
05	El Restaurant Pollería cuenta con valores adecuadamente visibles.					
06	Practica adecuadamente los valores establecida por el Restaurant Pollería.					
-	02 D : HISTORIA DE IDENTIDAD EMPRESARIAL					
07	El Restaurant Pollería promueve el conocimiento de su evolución histórica.					
08	Tiene un grado de conocimiento sobre la evolución y los cambios históricos del Restaurant Pollería.					
09	El Restaurant Pollería promueve la práctica de la identidad social en todos sus ambientes y/o áreas.					
10	Contribuye adecuadamente a fortalecer la identidad social en todos los ambientes y/o áreas del Restaurant Pollería.					
-	03 D : CULTURA DE IDENTIDAD EMPRESARIAL					
11	El Restaurant Pollería cuenta con valores compartidos adecuadamente visibles.					
12	Practica adecuadamente los valores compartidos establecidos por el Restaurant Pollería.					
13	El Restaurant Pollería cuenta con pautas de conducta adecuadamente visibles que permita guiar su comportamiento ante situaciones dificultosas.					
14	Practica adecuadamente las pautas de conducta establecidos por el Restaurant Pollería.					
15	La empresa Restaurant Pollería cuenta con creencias compartidas adecuadamente visibles.					
16	Practica adecuadamente las creencias compartidas establecidas por el Restaurant Pollería.					
-	04 D : ALINEAMIENTO ORGANIZACIONAL					
17	El Restaurant Pollería cuenta con metas adecuadamente visibles.					
18	Cumple correctamente con las metas establecidas por el Restaurant Pollería					

19	El Restaurant Pollería cuenta con objetivos adecuadamente visibles.					
20	Cumple correctamente con los objetivos establecidas por el Restaurant Pollería					
21	El Restaurant Pollería cuenta con estrategias adecuadamente visibles.					
22	Cumple correctamente con las estrategias establecidas por el Restaurant Pollería					
-	05 D : ENTRENAMIENTO ORGANIZACIONAL					
23	El Restaurant Pollería promueve el aprendizaje de sus colaboradores mediante capacitaciones periódicas.					
24	Consideras que las capacitaciones que realiza el Restaurant Pollería responden a sus expectativas y necesidades de aprendizaje.					
25	El Restaurant Pollería promueve en sus colaboradores el desarrollo de nuevas capacidades.					
26	Considera que el Restaurant Pollería ha invertido en centros de capacitación especializada para el desarrollo de sus capacidades.					
27	El Restaurant Pollería promueve en sus colaboradores el desarrollo de habilidades respecto a sus áreas.					
28	Se siente totalmente satisfecho con las habilidades adquiridas por medio del Restaurant Pollería.					
-	06 D : LIDERAZGO ORGANIZACIONAL					
29	El Restaurant Pollería promueve en sus colaboradores el diálogo y la comunicación constante.					
30	Considera que en el Restaurant Pollería existe una comunicación fluida o efectiva entre todos los colaboradores.					
31	El Restaurant Pollería promueve la motivación a través de incentivos económicos y/o reconocimientos.					
32	Se siente totalmente motivado con los incentivos y/o reconocimiento que el Restaurant Pollería le brinda.					
33	El administrador mantiene un nivel de liderazgo adecuado en el Restaurant Pollería.					
34	El administrador del Restaurant Pollería delega autoridad eficientemente a los colaboradores.					

DATOS GENERALES

1. Sexo: M:_ F: _
2. Edad: 18 - 27 28 – 35 36 – 43 44 - 50
3. Grado de instrucción: Post grado_ Superior Universitario_ Técnico_ Secundaria_
4. Nivel de ingresos: Menos de s/.750 s/. 750 – 1800 s/1800 - 3500 s/.3500 a más
5. Tiempo laborando: Menos de 01 años_ Entre 01 a 02 años____ Más de 02 años _

Anexo 1.B: Entrevista a la Gerente general



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado Gerente., reciba un cordial saludo, la presente entrevista de carácter confidencial tiene como propósito recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación titulado "Relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017". Se le agradece de antemano su valiosa participación.

- **Nombre del Entrevistador:** Castillo Cruz, Yessenia Elizabeth
- **Nombre del Entrevistado:** Jhony Paz Torres
- **Fecha de aplicación:** 15/08/2017
- **Tiempo de aplicación:** 45 min

1) ¿Considera que el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, cuenta con una misión, visión y objetivos de manera claras, visibles y además promueve la práctica a sus colaboradores para incrementar el nivel de direccionamiento de la empresa? Explique.

- Si bien es cierto no se cuenta con una misión, visión y objetivos adecuados, así mismo no se visualiza entorno a la empresa, pero se está tratando a un corto plazo implementarlo con la finalidad de inculcar y promover su práctica en los colaboradores de las diferentes áreas operativas de la empresa, así mismo que estos tengan el conocimiento necesario sobre los procesos a seguir con la finalidad de obtener resultados que permitan cumplir con los estándares de calidad establecidos.

2) ¿Considera que el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, promueve el conocimiento de todos los hechos históricos o antecedentes a sus colaboradores con la finalidad de que se sientan identificados con la empresa? Explique.

- No se ha promovido el conocimiento sobre los diferentes hechos o sucesos que la empresa ha ido atravesando a lo largo de su vida productivo, con la finalidad de promover un mayor involucramiento a los colaboradores, a pesar de ello se está tratando de informar a los colaboradores sobre hechos resaltantes que permita su integración.

3) ¿Considera que el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, promueve la práctica de la identidad social? ¿Cuáles son esos aspectos de identidad social? Explique.

- Respecto a la identidad social que se trata de transmitir a los colaboradores se basa en la conformación de un solo grupo de trabajo que le permita reafirmar su autoestima y confianza en sus compañeros con el propósito de fomentar un mejor desempeño en la empresa.

4) ¿Considera que el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, cuenta con valores compartidos, pautas de conducta y creencias compartidas de manera claras, visibles y además promueve la práctica a sus colaboradores? ¿Cuáles son? Explique.

- No se cuenta con valores compartidos, pautas de conducta y creencias compartidas, por el contrario los valores que se han logrado identificar en los diferentes ambientes de la empresa, está relacionado con; lealtad, igualdad, justicia y equidad que muchas veces los colaboradores practican, pero se está trabajando para su implementación para que sea visible, con el propósito además que los colaboradores comprendan y motiven a sus compañeros con la finalidad de que exista un ambiente de solidaridad y confraternidad.

5) ¿Considera que el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, cuenta con metas, objetivos y estrategias de manera claras, visibles y además promueve la práctica a sus colaboradores con el propósito de maximizar sus ventas o utilidades? Explique.

- No se cuenta con metas, objetivos y estrategias de manera clara, visibles pero periódicamente se está trabajando con el área administrativa para poder implementarlo y principalmente que los colaboradores mantengan un direccionamiento adecuado con el propósito de obtener resultados eficientes y esencialmente a llegar a la meta establecido en la empresa, logrando además mediante estrategias obtener una mayor participación a diferencia de la competencia en el sector restaurant.

6) ¿Considera que el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, realiza constantemente capacitaciones para mejorar el nivel de aprendizaje, competencias y habilidades de sus colaboradores? Explique.

- Siempre se está tratando que los colaboradores mantengan un grado de aprendizaje adecuado, así mismo que desarrollen sus capacidades con el propósito de que cuenten con todas las herramientas necesarias, a través de la capacitaciones, a pesar que por cuestiones de tiempo y aumento del dinamismo de la demanda o comensales ha dificultado que se logre continuamente, pero se está tratando de mejorar estos aspectos mediante un cronograma o taller de capacitación para permitir un mayor compromiso con los colaboradores.

7) ¿Considera que, en el Restaurant Pollería *El Tío Jhony* se percibe una cultura comunicativa eficiente que inicia desde el líder de la empresa hasta los demás colaboradores? Explique.

- En relación a la cultura comunicativa, siempre se está tratando de mejorar este aspecto, debido a que es un factor primordial para alcanzar una eficiencia adecuada en las actividades y tareas que se desarrollan continuamente, así mismo el nivel de comunicación es un poco deficiente, pero a pesar de ello el personal siempre se logra integrar e involucrarse con un solo propósito en función a los lineamientos de la empresa.

8) ¿Considera que el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, continuamente realiza programas o actividades motivacionales a sus colaboradores? ¿Consideras que son apropiados? Explique.

- Si se realiza algunos programas o actividades motivacionales mediante incentivos económicos, almuerzos de confraternidad y reconocimiento al trabajador del mes, que de una u otra forma permite una mayor productividad o desempeño en las tareas que constantemente desarrollan, además se está tratando de que el personal pueda participar e interactuar constantemente.

9) ¿Considera que los principales encargados en el Restaurant Pollería *El Tío Jhony*, mantienen un nivel de liderazgo eficiente en relación a sus funciones y/o responsabilidades? Explique.

- Existen algunas deficiencias relacionados con la delegación de autoridad, pero se está continuamente evaluando a los colaboradores que influyen desfavorablemente a la productividad de la empresa, con el propósito de identificarlos, entrenarlos y capacitarlos para que cumplan con sus responsabilidades.

DATOS GENERALES

- Sexo: M: _ F: _
- Edad: 18 - 27 28 – 35 36 – 43 44 - 50
- Grado de instrucción: Post grado_ Superior Universitario_ Técnico_ Secundaria_
- Nivel de ingresos: Menos de s/.750 s/. 750 – 1800 s/1800 - 3500 s/.3500 a más
- Tiempo laborando: Menos de 01 años_ Entre 01 a 02 años____ Más de 02 años _

Anexo 1.C: Guía de observación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente guía de observación de carácter confidencial tiene como propósito recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación titulado "Relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017". Se le agradece de antemano su valiosa participación.

- **Nombre del observador:** Castillo Cruz, Yessenia Elizabeth
- **Nombre de la Empresa:** Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.
- **Fecha de la aplicación:** 14/08/2017
- **Tiempo de aplicación:** 45 min.

DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Filosofía de identidad empresarial	▪ Misión de la empresa			
	1. Se visualiza la misión en todos los ambientes del Restaurant Pollería.		X	- Se observó la falta visual de la misión en los ambientes de la empresa.
	2. Se promueve el conocimiento de la misión en el Restaurant Pollería.		X	- Se observó la ausencia del conocimiento de los colaboradores sobre la misión de la empresa.
	▪ Visión de la empresa			
	3. Se visualiza la visión en todos los ambientes del Restaurant Pollería.		X	- Se observó la falta visual de la visión en los ambientes de la empresa.
	4. Se promueve el conocimiento de la visión en el Restaurant Pollería.		X	- Se observó la ausencia del conocimiento de los colaboradores sobre la visión de la empresa.
	▪ Valores empresariales			
	5. Se visualiza los valores en todos los ambientes del Restaurant Pollería.		X	- Se observó la falta visual de los valores en los ambientes de la empresa.
Historia de identidad empresarial	6. Se promueve el conocimiento de los valores en el Restaurant Pollería.		X	- Se observó la ausencia del conocimiento de los colaboradores sobre los valores de la empresa.
	▪ Valores compartidos			
	7. Se visualiza los valores compartido en todos los ambientes del Restaurant Pollería.		X	- Se observó la ausencia visual de los valores compartidos en los ambientes de la empresa
	8. Se promueve el conocimiento de los valores compartidos en el Restaurant Pollería.		X	- Se observó la falta de conocimiento de los colaboradores sobre los valores compartidos de la empresa.
	▪ Pautas de conducta			
	9. Se visualiza las pautas de conducta de los colaboradores en todos los ambientes del Restaurant Pollería.		X	- Se observó la ausencia visual de las pautas de conducta en los ambientes de la empresa.
	10. Se observa que los colaboradores del Restaurant Pollería cumplen con las pautas de conducta.		X	- Se observó la falta de conocimiento y cumplimiento de los colaboradores sobre las pautas de conducta de la empresa.
	▪ Creencias religiosas			
11. Se visualiza aspectos relacionados con las creencias compartidas en todos sus ambientes del Restaurant Pollería.		X	- Se observó la ausencia visual de las creencias compartidas en los ambientes de la empresa.	
12. Se observa que los colaboradores del Restaurant Pollería respetan las creencias compartidas.	X		- Se observó que los colaboradores respetan las creencias y/o religiones de sus compañeros en la empresa.	

Anexo 2.A: Media, Desviación estándar de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.

Tabla 17. Media, Desviación de identidad empresarial y cultura organizacional

Variable	N°	Media	Des. Típica
❖ Identidad empresarial			
1. El Restaurant Pollería cuenta con una misión adecuadamente visible.	33	2,67	1,137
2. Cumple adecuadamente con la misión establecida en el Restaurant Pollería.	33	2,97	1,403
3. El Restaurant Pollería cuenta con una visión adecuadamente visible.	33	2,91	1,182
4. Cumple adecuadamente con la visión establecida en el Restaurant Pollería	33	3,12	1,219
5. El Restaurant Pollería cuenta con valores adecuadamente visibles.	33	2,36	1,168
6. Practica adecuadamente los valores establecida por el Restaurant Pollería.	33	3,12	1,219
7. El Restaurant Pollería promueve el conocimiento de su evolución histórica.	33	2,64	1,496
8. Tiene un grado de conocimiento sobre la evolución y los cambios históricos del Restaurant Pollería.	33	2,30	1,237
9. El Restaurant Pollería promueve la práctica de la identidad social en todos sus ambientes y/o áreas.	33	2,82	1,131
10. Contribuye adecuadamente a fortalecer la identidad social en todos los ambientes y/o áreas del Restaurant Pollería.	33	2,70	,951
11.El Restaurant Pollería cuenta con valores compartidos adecuadamente visibles.	33	2,45	1,301

12. Practica adecuadamente los valores compartidos establecidos por el Restaurant Pollería.	33	2,42	1,062
13. El Restaurant Pollería cuenta con pautas de conducta adecuadamente visibles que permita guiar su comportamiento ante situaciones dificultosas.	33	2,24	1,275
14. Practica adecuadamente las pautas de conducta establecidos por el Restaurant Pollería.	33	2,82	1,380
15. La empresa Restaurant Pollería cuenta con creencias compartidas adecuadamente visibles.	33	3,03	1,185
16. Practica adecuadamente las creencias compartidos establecidos por el Restaurant Pollería.	33	2,70	1,311

❖ **Cultura organizacional**

17. El Restaurant Pollería cuenta con metas adecuadamente visibles.	33	1,91	1,011
18. Cumple correctamente con las metas establecidas por el Restaurant Pollería	33	3,42	1,415
19. El Restaurant Pollería cuenta con objetivos adecuadamente visibles.	33	2,39	1,321
20. Cumple correctamente con los objetivos establecidas por el Restaurant Pollería	33	3,09	1,182
21. El Restaurant Pollería cuenta con estrategias adecuadamente visibles.	33	2,73	1,069
22. Cumple correctamente con las estrategias establecidas por el Restaurant Pollería	33	2,21	1,023
23. El Restaurant Pollería promueve el aprendizaje de sus colaboradores mediante capacitaciones periódicas.	33	3,09	1,400
24. Consideras que las capacitaciones que realiza el Restaurant Pollería responden a sus expectativas y necesidades de aprendizaje.	33	3,12	1,219
25. El Restaurant Pollería promueve en sus colaboradores el desarrollo de nuevas capacidades.	33	2,24	1,091

26. Considera que el Restaurant Pollería ha invertido en centros de capacitación especializada para el desarrollo de sus capacidades.	33	2,18	1,380
27. El Restaurant Pollería promueve en sus colaboradores el desarrollo de habilidades respecto a sus áreas.	33	2,85	1,253
28. Se siente totalmente satisfecho con las habilidades adquiridas por medio del Restaurant Pollería.	33	2,09	1,100
29. El Restaurant Pollería promueve en sus colaboradores el dialogo y la comunicación constante.	33	3,03	1,185
30. Considera que en el Restaurant Pollería existe una comunicación fluida o efectiva entre todos los colaboradores.	33	2,97	1,212
31. El Restaurant Pollería promueve la motivación a través de incentivos económicos y/o reconocimientos.	33	2,97	1,075
32. Se siente totalmente motivado con los incentivos y/o reconocimiento que el Restaurant Pollería le brinda.	33	2,97	1,311
33. El administrador mantiene un nivel de liderazgo adecuado en el Restaurant Pollería.	33	2,18	1,286
34. El administrador del Restaurant Pollería delega autoridad eficientemente a los colaboradores.	33	2,73	1,180
N válido (por lista)	33	-	-

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Anexo 2.B: Informe de guía de observación

APLICADA A LA EMPRESA RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY **E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE SULLANA**

I. Aspectos generales

- **Nombre del observador:** Castillo Cruz, Yessenia Elizabeth
- **Nombre de la empresa:** Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.
- **Fecha de aplicación:** 14/08/2017
- **Tiempo de aplicación:** 35 min.

II. Desarrollo

El instrumento; guía de observación fue aplicado a la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., con la finalidad de recabar información necesaria sobre la filosofía de identidad empresarial y cultura de identidad. A continuación, se describen:

❖ **Filosofía de identidad empresarial de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.**

Se observó fundamentalmente la falta visual de la misión, visión y valores en los diferentes ambientes o áreas de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., teniendo en cuenta principalmente a que permitan a los colaboradores promover su práctica y cumplimiento en función a los lineamientos que rigen en la empresa, así mismo se evidencio la ausencia de su conocimiento que permita fundamentalmente a direccionar al plantel de los recursos humanos en relación a las actividades y/o tareas que se le asignan diariamente, siendo de gran valor su mejora y esencialmente su aplicación para obtener una mayor eficiencia y eficacia en los servicios de restaurant.

❖ **Cultura de identidad empresarial de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.**

Se observó fundamentalmente la falta de valores compartidos, pautas de conducta y creencias religiosas en los diferentes ambientes o áreas Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., teniendo en cuenta esencialmente a que permitan a los colaboradores su práctica y cumplimiento en relación a los reglamentos establecidos en la empresa, así mismo se identificó la ausencia de su conocimiento que permita principalmente la integración y compromiso con el plantel de recursos humanos en las labores que continuamente realiza, con el objetivo de contribuir al desempeño y productividad de la empresa.

Anexo 2.C: Informe de guía de entrevista

APLICADA AL GERENTE DE LA EMPRESA RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA CIUDAD DE SULLANA

I. Aspectos generales

- **Nombre de la entrevistadora:** Castillo Cruz, Yessenia Elizabeth
- **Nombre del entrevistado:** Jhony Paz Torres
- **Fecha de la aplicación:** 15/08/2017
- **Tiempo de aplicación:** 45 min.

II. Desarrollo

El instrumento; guía de entrevista fue aplicado al gerente de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., con la finalidad de recabar información necesaria sobre la filosofía de identidad empresarial y cultura de identidad. A continuación, se describen:

❖ **Filosofía de identidad empresarial de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.**

El gerente de la empresa Restaurant Pollería, mencionó que si bien es cierto no se cuenta con una misión, visión y objetivos adecuados, así mismo no se visualiza entorno a la empresa, pero se está tratando a un corto plazo implementarlo con la finalidad de inculcar y promover su práctica en los colaboradores de las diferentes áreas operativas de la empresa, así mismo que estos tengan el conocimiento necesario sobre los procesos a seguir con la finalidad de obtener resultados que permitan cumplir con los estándares de calidad establecidos.

❖ **Historia de identidad empresarial de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.**

El gerente de la empresa Restaurant Pollería, mencionó que no se ha promovido el conocimiento sobre los diferentes hechos o sucesos que la empresa ha ido atravesando a lo largo de su vida productivo, con la finalidad de promover un mayor involucramiento a los colaboradores, a pesar de ello se está tratando de informar a los colaboradores sobre hechos resaltantes que permita su integración, así mismo la identidad social que se trata de transmitir a los colaboradores se basa en la conformación de un solo grupo de trabajo que le permita reafirmar su autoestima y confianza en sus compañeros con el propósito de fomentar un mejor desempeño en la empresa.

❖ **Cultura de identidad empresarial de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.**

El gerente de la empresa Restaurant Pollería, mencionó que no se cuenta con valores compartidos, pautas de conducta y creencias compartidas, por el contrario los valores que se han logrado identificar en los diferentes ambientes de la empresa, está relacionado con; lealtad, igualdad, justicia y equidad que muchas veces los colaboradores practican, pero se está trabajando para su implementación para que sea visible, con el propósito además que los colaboradores comprendan y motiven a sus compañeros con la finalidad de que exista un ambiente de solidaridad y confraternidad.

❖ **Alineamiento organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.**

El gerente de la empresa Restaurant Pollería, mencionó que no se cuenta con metas, objetivos y estrategias de manera clara, visibles pero periódicamente se está trabajando con el área administrativa para poder implementarlo y principalmente que los colaboradores mantengan un direccionamiento adecuado con el propósito de obtener resultados eficientes y esencialmente a llegar a la meta establecido en la empresa, logrando

además mediante estrategias obtener una mayor participación a diferencia de la competencia en el sector restaurant.

❖ **Entrenamiento organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017**

El gerente de la empresa Restaurant Pollería, mencionó que siempre se está tratando que los colaboradores mantengan un grado de aprendizaje adecuado, así mismo que desarrollen sus capacidades con el propósito de que cuenten con todas las herramientas necesarias, a través de la capacitaciones, a pesar que por cuestiones de tiempo y aumento del dinamismo de la demanda o comensales ha dificultado que se logre continuamente, pero se está tratando de mejorar estos aspectos mediante un cronograma o taller de capacitación para permitir un mayor compromiso con los colaboradores y mantener un nivel de comunicación efectiva.

❖ **Liderazgo organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017**

El gerente de la empresa Restaurant Pollería, mencionó que el nivel de comunicación en las áreas, no están adecuada pero se trata de que sea efectiva debido a que es un factor que continuamente se está mejorando en relación a mantener un diálogo efectivo, así mismo si se motiva a los colaboradores mediante incentivos económicos, almuerzos de confraternidad y reconocimiento al trabajador del mes, por el contrario existen algunas deficiencias relacionados con la delegación de autoridad pero se está continuamente evaluando a los colaboradores que influyen desfavorablemente a la productividad de la empresa.

Anexo 2.D: Validación y confiabilidad



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES PALACIOS DE BRIGENDO con DNI N° 02845588 Doctora
 en CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 N° ANR:....., de profesión LIC. EN ADMINISTRACIÓN
 desempeñándome actualmente como DOCENTE
 en U.C.V

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario, guía de entrevista y guía de observación

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			✓		
2. Objetividad			✓		
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓



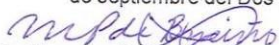
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 - 20					REGULAR 21 - 40					BUENA 41 - 60					MUY BUENA 61 - 80					EXCELENTE 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado.												60														
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.												60														
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																					80					
4. Organización	Existe una																					80					

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 12 días del mes de septiembre del Dos mil Diecisiete.


Lic. Mercedes R. Palacios de Briceño

Dra. en Ciencias Administrativas

CLAD N° 05103

Dra. : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO
DNI : 02845588
Especialidad : LIC. ADMINISTRACIÓN
E-mail : mercedes@palacios.us



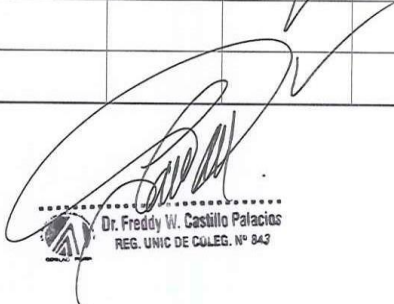
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor
 en Ciencias Administrativas
 N° ANR: A202528 de profesión h.c. Ciencias Adm.
 desempeñándome actualmente como Docente
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	


 Dr. Freddy W. Castillo Palacios
 REG. UNIC DE COLEG. N° 843

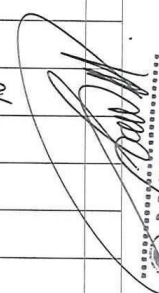


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO


“RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 - 20					REGULAR 21 - 40					BUENA 41 - 60					MUY BUENA 61 - 80					EXCELENTE 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado.	5	10	15	20																						
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.																					JK					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.																					JK					
4. Organización	Existe una																					JK					



 Dr. Gladys W. Castillo Palacios
 REG. UNIC DE COLEG. N° 870

	organización lógica entre sus ítems.	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.	76
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación.	76
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.	76
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores.	76
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación.	76


 Freddy W. Castillo Palacios
 REG. UNIC DE COLEG. N° 843

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 19 días del mes de septiembre del Dos mil Diecisiete.



 Dr. Freddy W. Castillo Palacios
REG. UNIC DE COLEG. Nº 843

Dr. :
DNI :
Especialidad :
E-mail :

02842237

Administración

fcastillo30@hotmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Martín Lazo Sánchez con DNI N° 02778943 Licenciado
 en Administración
 N° ANR:....., de profesión Lic. Ciencias Administrativas
 desempeñándome actualmente como Docente
 en La Universidad César Vallejo - Pisco

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 - 20					REGULAR 21 - 40					BUENA 41 - 60					MUY BUENA 61 - 80					EXCELENTE 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado.	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.															75											
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.															75											
4. Organización	Existe una															75											

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de septiembre del Dos mil Diecisiete.



Lic. : José Martín Lazo Sánchez
DNI : 02778943
Especialidad : Administrador
E-mail : milazo@hotmail.com

Anexo 3: Confiabilidad de Alfa de Cronbach

Informe 120-2017-2 RAAJ OI-UCV-Piura

OFICINA DE INVESTIGACIÓN. UCV PIURA

Informe técnico de confiabilidad con el cálculo del alfa de cronbach

Estudiante: CASTILLO CRUZ, YESSSENIA ELIZABETH
Escuela Académica de Administración

Docente a tiempo completo

Oficina de investigación

MSc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ - COESPE N° 507-

Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez del instrumento para el estudio: "RELACION ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DEL RESTAURANT POLLERIA EL TIO JHONY E.I.R.L DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2017"

- El estudiante desarrolló 34 preguntas en el **Instrumento**, para aplicar a los colaboradores del restaurant, con el objetivo de **medir la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del restaurant**, donde el instrumento si se definen por escala en las respuestas obteniéndose resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al existir homogeneidad, uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, se utilizó la fiabilidad de **alfa de cronbach** que se dan en la siguiente tabla:

Estadísticos de fiabilidad

alfa de cronbach	N° de elementos
,980	34

Se debe mencionar que el coeficiente **alfa de cronbach** tiene una **confiabilidad excelente** según la escala de valorización propuesta por Vellis (1991):

En conclusión, para este **Instrumento tiene una CONFIABILIDAD EXCELENTE**, es decir el **instrumento se puede utilizar**



du
RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ
ING. EN ESTADÍSTICA
COESPE 507

Anexo 4: Matriz de Consistencia

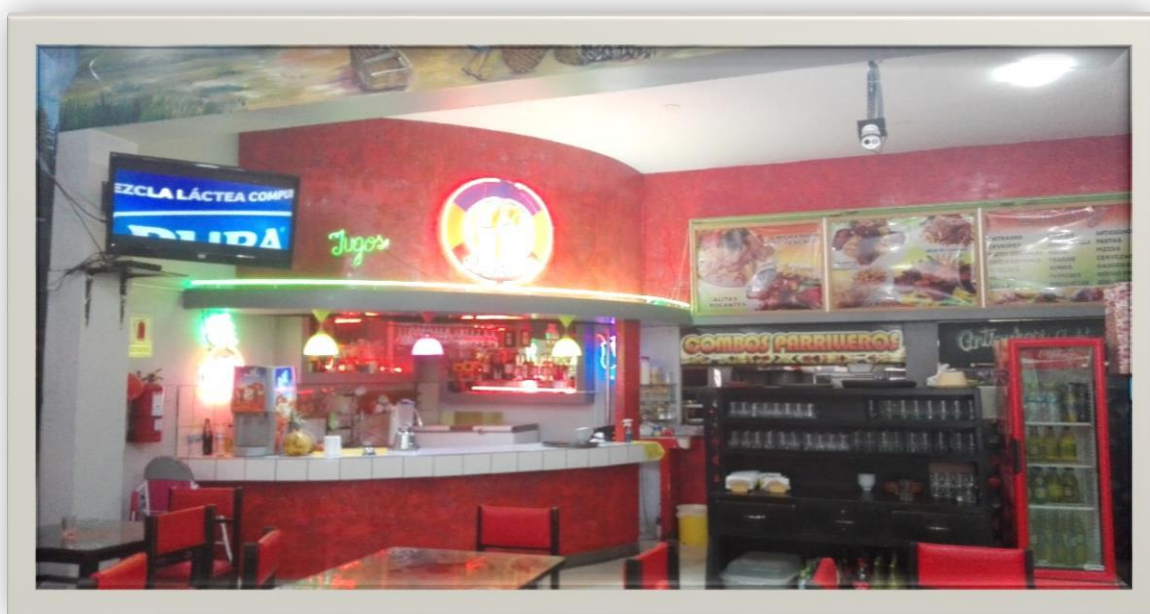
TÍTULO	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	
"RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA CIUDAD DE SULLANA, AÑO 2017"	<ul style="list-style-type: none"> ¿De qué manera se relaciona la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> La identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diseño de investigación - No experimental ○ Diseño de investigación - Correlacional ○ Enfoque - Cuantitativo y cualitativo ○ Población - El personal de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., Siendo un total de 33 colaboradores. ○ Muestra - Censo, el recuento total de los colaboradores registrado en la planilla de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L. ○ Técnica - Encuesta, entrevista y observación. ○ Instrumentos - Cuestionario, guía de entrevista y guía de observación. ○ Método de análisis - Análisis correlativo mediante SPSS V22, a través de tablas de frecuencia y porcentaje.
	PROBLEMA ESPECIFICOS	OBJETIVO ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICOS	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la realidad de la identidad empresarial que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017? 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la realidad de la identidad empresarial que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> La realidad de la identidad empresarial que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, es regular. 	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la realidad de la cultura organizacional que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017? 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la realidad de la cultura organizacional que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> La realidad de la cultura organizacional que presenta los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, es regular 	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo se relaciona la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar cómo se relaciona la filosofía de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> La filosofía de identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana. 	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la relación entre la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017? 	<ul style="list-style-type: none"> Indicar de qué manera se relaciona la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> Existe una relación directa entre la historia de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana. 	
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo se relaciona la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar cómo se relaciona la cultura de identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> La cultura de identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana. 		

Anexo 5: Matriz de instrumentos

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Indicadores	INSTRUMENTO A Cuestionario		INSTRUMENTO B Guía de entrevista		INSTRUMENTO C Guía de observación		
					N° de Ítems	Ítems	N° de Ítems	Ítems	N° de Ítems	Ítems	
¿De qué manera se relaciona la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017?	Determinar la relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.	La identidad empresarial se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, Año 2017.	X1: Identidad empresarial	X1.1	Misión empresarial	02	1,2	01	1	02	1,2
				X1.2	Visión empresarial	02	3,4			02	3,4
				X1.3	Valores empresariales	02	5,6			02	5,6
				X1.4	Evolución histórica	02	7,8	01	2		
				X1.5	Identidad social	02	9,10	01	3		
				X1.6	Valores compartidos	02	11,12	01	4	02	7,8
				X1.7	Pautas de conducta	02	13,14			02	9,10
				X1.8	Creencias compartidas	02	15,16			02	11,12
			Y1: Cultura organizacional	Y1.1	Metas empresariales	02	17,18	01	5		
				Y1.2	Objetivos empresariales	02	19,20				
				Y1.3	Estrategias empresariales	02	21,22				
				Y1.4	Grado de aprendizaje	02	23,24	01	6		
				Y1.5	Desarrollo de nuevas capacidades	02	25,26				
				Y1.6	Desarrollo de habilidades	02	27,28				
				Y1.7	Nivel de comunicación efectiva	02	29,30			01	7
Y1.8	Grado de motivación	02	31,32	01	8						
Y1.9	Grado de delegación de autoridad	02	33,34	01	9						

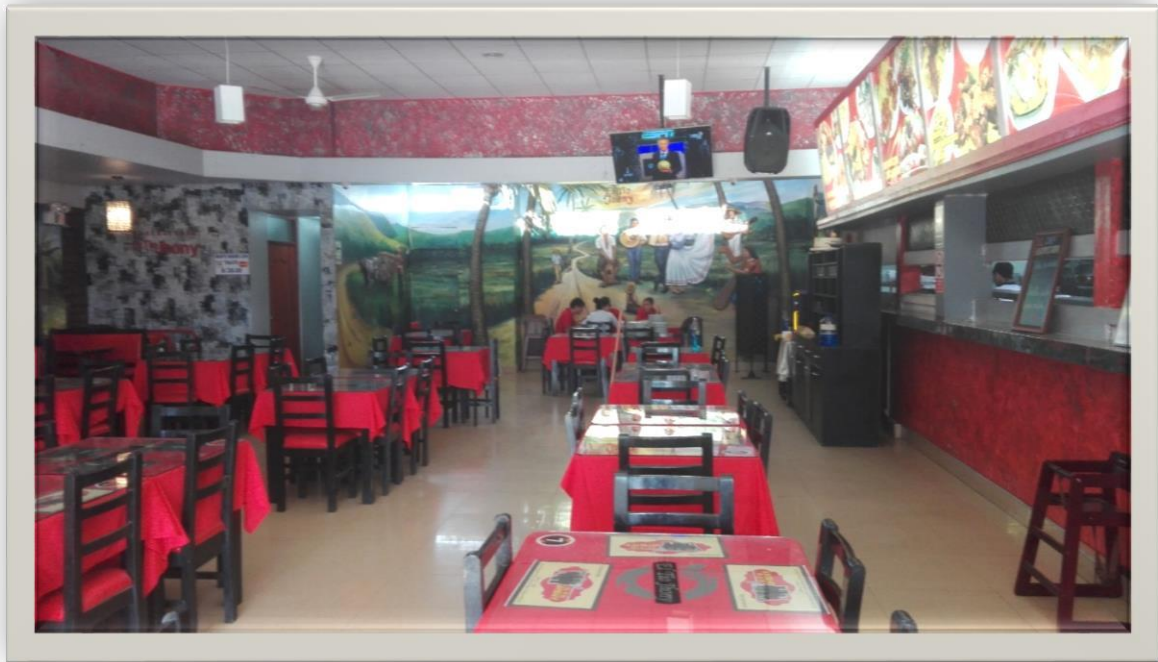
Anexo 6: Material visual de la empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony**Ilustración 1. Infraestructura de la empresa**

Fuente: Empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.

Ilustración 2. Ambientes de atención

Fuente: Empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.

Ilustración 3. Ambientes de los comensales



Fuente: Empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.

Ilustración 4. Colaboradores de la empresa



Fuente: Empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.

Ilustración 5. Entrevista al Gerente Jhony Paz Torres

Fuente: Empresa Restaurant Pollería El Tío Jhony E.I.R.L.

Fecha de entrega: 06-feb-2019 08:21a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1073896330

Nombre del archivo: Castillo_Yesesenia.docx (5.98M)

Total de palabras: 23440.

Total de caracteres: 134512



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD EMPRESARIAL Y LA
CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES
DEL RESTAURANT POLLERÍA EL TÍO JHONY E.I.R.L., DE LA
CIUDAD DE SULLANA. AÑO 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

CASTILLO CRUZ, YESSSENIA ELIZABETH

ASESOR:

DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

PIURA - PIURA
2017



[Signature]
Dr. Freddy W. Castillo Palacios
REG. UNIC DE COLEG. N° 342

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo de estudiante	24%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet	1%
3	www.javeriana.edu.co Fuente de internet	1%
4	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de internet	<1%
5	docplayer.es Fuente de internet	<1%
6	Submitted to Universidad Nacional de Colombia Trabajo de estudiante	<1%
7	sisbib.unmsm.edu.pe Fuente de internet	<1%
8	doctrina.vlex.com.co Fuente de internet	<1%


	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---


Yo, Freddy William Castillo Palacios, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada:

"Relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería el Tío Ihony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, año 2017" de la estudiante Yessenia Elizabeth, Castillo Cruz, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Piura 11 de diciembre del 2017



.....
 **Dr. Freddy W. Castillo Palacios**
REG. UNIC DE COLLE. Nº 843

.....
Firma

Freddy William Castillo Palacios

DNI: 02842237

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:

CASTILLO CRUZ, YESSSENIA ELIZABETH

D.N.I. : 76981722

Domicilio : Urb. Pedro Silva Arévalo Mz. F Lt. 16 I Etapa

Teléfono : Fijo : Móvil 939881548.

E-mail : yessi_picis_2008@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Administración

Carrera : Administración

Título : Licenciada en Administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado :

Mención :

Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

CASTILLO CRUZ, YESSSENIA ELIZABETH

Título de la tesis:

"Relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería el Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, año 2017"

Año de publicación : 2019

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

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Yessenia

Fecha : 12/06/2019

[Firma manuscrita]



D. César W. Castillo Palacios
REG. UNIC DE COLEG. N° 943





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CASTILLO CRUZ YESSENIA ELIZABETH_

INFORME TÍTULADO:

"Relación entre la identidad empresarial y la cultura organizacional de los colaboradores del Restaurant Pollería el Tío Jhony E.I.R.L., de la ciudad de Sullana, año 2017"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN FECHA: 20/07/2018

NOTA O MENCIÓN: Diecisiete (17)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

Dra. Emma Verónica Ramos Farroñán
 CLAD - 15066