



Universidad César Vallejo

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

**Gestión de procesos para consolidar la imagen corporativa de
la empresa SINAR NORTE, Piura 2024**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciado en Administración de Empresas

AUTORES:

Jimenez Febre, Jairon (orcid.org/0000-0003-3141-3388)

Raymundo Torres, Martin Alonso (orcid.org/0000-0002-0603-6149)

ASESORES:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (orcid.org/0000-0001-5815-6559)

Dra. Suysuy Chambergó, Ericka Julissa (orcid.org/0000-0003-0744-0052)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Gestión de procesos para consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024", cuyos autores son JIMENEZ FEBRE JAIRON, RAYMUNDO TORRES MARTIN ALONSO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

PIURA, 07 de Julio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM DNI: 02842237 ORCID: 0000-0001-5815-6559	Firmado electrónicamente por: FWCASTILLOP el 07- 07-2024 16:42:45

Código documento Trilce: TRI - 0801422





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, JIMENEZ FEBRE JAIRON, RAYMUNDO TORRES MARTIN ALONSO estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de procesos para consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
JAIRON JIMENEZ FEBRE DNI: 76743482 ORCID: 0000-0003-3141-3388	Firmado electrónicamente por: JJIMENEZFEBRE el 07-07-2024 17:48:45
MARTIN ALONSO RAYMUNDO TORRES DNI: 71130672 ORCID: 0000-0002-0603-6149	Firmado electrónicamente por: MRAYMUNDOTO2694 el 07-07-2024 17:52:20

Código documento Trilce: TRI - 0801424



DEDICATORIA

A nuestro creador, por permitirnos gozar de una buena salud y así lograr cada propósito a lo largo de estos años.

A nuestros padres por ser el apoyo y significado de lealtad a pesar de todas las dificultades que se nos han presentado, por estar pendientes de nuestros logros y poniendo también su apoyo incondicional.

Finalmente, a cada una de las personas que han sido parte de este proceso de aprendizaje y formación profesional y desarrollo personal.

AGRADECIMIENTO

En principio al Dr. Freddy Castillo, por su experiencia y apoyo incondicional a fin de que se elabore esta tesis de la mejor manera y cumpliendo con los estándares requeridos.

A nuestros padres por el apoyo incondicional, ya que este logro no solo es nuestro sino también de ustedes, porque han sido una pieza fundamental durante todos estos años de aprendizaje.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	ii
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA.....	11
III. RESULTADOS.....	15
IV. DISCUSIÓN	32
V. CONCLUSIONES.....	42
VI. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estrategias de la gestión de procesos.....	15
Tabla 2 Competencias que posee el personal	16
Tabla 3 Definición de los procesos de la empresa	17
Tabla 4 Características de la infraestructura de la empresa	18
Tabla 5 Tecnología usada en la empresa	19
Tabla 6 Características distintivas de los atributos de los productos	20
Tabla 7 Características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa	21
Tabla 8 Valores corporativos y programas implementados en la empresa	22
Tabla 9 Consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa	23
Tabla 10 Características distintivas de los atributos de los productos	24
Tabla 11 Características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa	25
Tabla 12 Valores corporativos y programas implementados en la empresa	26
Tabla 13 Consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa	27

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo, determinar la manera en que la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024. Se utilizó la metodología aplicada, mixta, no experimental, transversal y descriptiva. Las poblaciones de estudio fueron 20 colaboradores de la empresa y 50 clientes, mientras que el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario. Los resultados demostraron que el 65 % de los trabajadores se manifiesta totalmente de acuerdo o de acuerdo respecto a que el liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo, de otra parte, mientras que el 92 % de los clientes se demuestra totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la confiabilidad de la empresa se refleja en cada proyecto entregado con éxito. Se llegó a concluir que existe una fortaleza relativa de la empresa respecto a su compromiso estratégico y el cuidado de los líderes por las relaciones productivas, sin embargo, es evidente la necesidad de fortalecer la definición de los procesos internos de la empresa, lo cual debería incluir la mejora continua de los procesos de cara a contribuir al fortalecimiento de la imagen corporativa de la empresa.

Palabras clave: Gestión, procesos, imagen corporativa, credibilidad.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the way in which process management can consolidate the corporate image of the company SINAR NORTE Piura, 2024. The applied, mixed, non-experimental, transversal and descriptive methodology was used. The study populations were 20 company employees and 50 clients, while the data collection instrument was the questionnaire. The results showed that 65% of the workers fully agree or agree that the leadership at SINAR NORTE Piura promotes a positive and productive work environment, on the other hand, while 92% of the clients demonstrate strongly agree or agree that the company's reliability is reflected in each successfully delivered project. It was concluded that there is a relative strength of the company regarding its strategic commitment and the leaders' care for productive relationships; however, the need to strengthen the definition of the company's internal processes is evident, which should include the continuous improvement of processes in order to contribute to strengthening the corporate image of the company.

Keywords: Management, processes, corporate image, credibility.

I. INTRODUCCIÓN

La eficiente gestión de procesos es crucial para el éxito y consolidación de la imagen corporativa en el sector de la construcción, en dicho contexto, la empresa Sinar Norte enfrenta desafíos y debilidades específicas en sus procesos operativos, por lo cual en la presente investigación se abordó el objetivo de desarrollo sostenible ocho relacionado al trabajo decente y crecimiento económico específicamente centrado en las metas 8.2 orientada a alcanzar mayores niveles de productividad económica mediante la innovación valor añadido así como en la meta 8.3 destinada al desarrollo de las actividades productivas, el emprendimiento, la creatividad y el crecimiento de las microempresas (Naciones Unidas, 2018).

En este contexto, Hoła (2015) hizo hincapié en el enfoque por procesos en la gestión de empresas de construcción, facilitando la identificación y evaluación de los procesos, generando incremento en la productividad, calidad y competitividad. Por su parte, Young y Yoon, (2011) planteó que la implementación de una sólida administración de procesos en organizaciones de construcción se considera crucial. No solo optimiza la eficiencia operativa, sino que también capacita a las empresas para adaptarse a los cambios del entorno. En tanto, Prykhodko (2021) se centró en las transformaciones proceso-estructurales y en la integración de los procesos de gestión para crear valor y apoyar un sistema de gestión empresarial orientado a los procesos.

A nivel internacional, las empresas de construcción vienen enfrentando desafíos comunes en la adquisición de proyectos, diseño, planificación, gestión de proyectos, control de calidad y seguridad, las relaciones con los clientes. El sector de la construcción a nivel mundial ha experimentado un crecimiento significativo. En el año 2022, generó ingresos globales por 10,7 billones de dólares (Global Data, 2023). Se ha proyectado que este crecimiento continúe, anticipándose a alcanzar los 13,3 billones de dólares en el año 2025 (Statista, 2022). La industria de la construcción ha desempeñado un papel fundamental en la economía mundial, empleando a más de 100 millones de personas (Global Data, 2023). Este sector representa aproximadamente el 7% del empleo global (Statista, 2022). Las proyecciones de crecimiento mostraron un aumento del 1,8% en 2023 (Global Data, 2023). Este crecimiento ha sido impulsado por la creciente demanda de infraestructura, servicios públicos (Statista, 2022). Los principales mercados de la construcción mundial, los

encabezó China con 3,7 billones de dólares en 2023, seguida por Estados Unidos, con 1,3 billones de dólares en 2022 e India en el tercer lugar con 0,9 billones de dólares (Global Data, 2023). En el contexto peruano, la industria ha experimentado un aumento en la demanda de proyectos de diversa envergadura. Este desarrollo ha venido acompañado de desafíos específicos en términos de competitividad, regulación y relaciones con los clientes. En este contexto Sinar Norte es una empresa ubicada en la urbanización Miraflores Country Club Mz. AR lote 27 en Castilla, dedicada al sector de la construcción, en edificaciones, servicios de ingeniería y arquitectura, actualmente se encuentra en una posición única para beneficiarse de un enfoque sistemático y estratégico en la gestión de sus procesos; sin embargo los últimos dos años según lo manifestado por Guido Valdivia, director ejecutivo de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO) el sector tiene una proyección a la baja en una caída del 2.8%, respecto del año 2022 (Valdivia, 2023).

A pesar de la vasta experiencia y compromiso de Sinar Norte, con soluciones de alta calidad, al profundizar en el análisis de sus procesos, se revelaron desafíos sustanciales que demandan atención estratégica. La adquisición de proyectos se ha presentado como un terreno competitivo y exigente en recursos para la elaboración de propuestas. A su vez, el diseño y la planificación enfrentaron retrasos derivados de cambios en el diseño, lo que exige una gestión ágil y adaptable. La ejecución de proyectos también entraña su propia vulnerabilidad, por cambios inesperados que afectan plazos y costos. En el ámbito del control de calidad y seguridad, se identificó la necesidad de inversiones adicionales para cumplir con estándares más rigurosos. Finalmente, las relaciones con los clientes pueden experimentar conflictos o malentendidos, por lo que es importante una comunicación efectiva y una gestión de expectativas precisa. Abordar estas debilidades constituye el núcleo de nuestra investigación sobre la Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de SINAR NORTE en el año 2024.

A partir de este diagnóstico, se planteó el problema general ¿Cómo la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024?

De otra parte, de acuerdo con Arias et al. (2021), la investigación tuvo una justificación práctica, pues se realizó una recopilación y selección de datos con la finalidad de recomendar y brindar alternativas de mejora a la situación determinada. De esta manera se posibilitó el examen y análisis de los procesos en el ámbito

administrativo de la empresa SINAR NORTE Piura. Esto conllevó la identificación de posibles obstáculos, redundancias de procedimientos, áreas no supervisadas, deficiencia en la tecnología, incipiente presencia en el mercado de la construcción, así como la detección de colaboradores carentes de sinergia y conocimiento respecto a los objetivos de sus respectivas áreas y de la empresa en general. Se propuso la simplificación y clarificación de los procedimientos, con el fin de contribuir a la mejora continua y potenciar el desempeño de los colaboradores, con la finalidad de generar valor en términos de satisfacción del cliente.

De acuerdo a lo presentado el objetivo general fue: Determinar la manera en que la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, seguido de los objetivos específicos: (a) Identificar las estrategias de la gestión de procesos de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (b) Identificar las competencias que posee el personal de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (c) Definir los procesos de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (d) Determinar las características de la infraestructura de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (e) Identificar la tecnología usada en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (f) Identificar las características distintivas de los atributos de los productos ofrecidos por la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (g) Comprender las características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (h) Analizar los valores corporativos y programas implementados en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024; (i) Evaluar la consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024.

En lo que respecta a los antecedentes que apoyaron y sirvieron de base a la investigación, se recurrió a Bokovets y Pysmennyi (2022), quienes en su artículo abordaron el *Concepto de imagen corporativa, abarcando sus diversas tipologías y su impacto crucial en la competitividad empresarial*, destacando la importancia de entender los elementos que influyen tanto en la percepción que se tiene desde fuera como desde dentro de una entidad. Asimismo, identificaron errores comunes cometidos por directivos en la administración de la imagen y enfatizando en la imperante necesidad de implementar enfoques efectivos para su gestión. El propósito central radicó en forjar una imagen positiva que concuerde con las percepciones de los consumidores y la sociedad, lo cual en última instancia potenció la competitividad en el mercado y mejorará la eficiencia. El artículo rescató la importancia crítica de manejar la imagen de una empresa tanto interna como externamente para aumentar

su competitividad y eficiencia. Se enfatizó la necesidad de realizar un diagnóstico previo para desarrollar estrategias efectivas, subrayando que esta preparación es crucial para el éxito en este ámbito.

Por su parte, Rivera et. al. (2020), en su artículo *Evaluación de la Gestión Administrativa en Repuestos Mairena Flores*, evaluaron la gestión administrativa en la empresa Repuestos Mairena Flores, centrándose en aspectos como el conocimiento de objetivos por parte de los colaboradores, el cumplimiento de metas, la organización de la empresa y la comunicación entre los miembros del equipo. El objetivo del estudio fue determinar la incidencia de la gestión administrativa en la toma de decisiones y proponer estrategias para mejorar la eficiencia de la empresa que impacte en la imagen de la empresa. Los resultados revelaron que la empresa carece de una estructura orgánica definida y de una planificación previa de actividades. A pesar de los desafíos, destacaron una buena coordinación y ambiente laboral positivo gracias a la comunicación activa del propietario. Se sugirió mejorar la imagen corporativa y fortalecer la estructura organizacional.

Asimismo, Serpell y Herdoiza (2019), en su artículo *Improving Organizational Performance of Construction Management Processes*, expusieron una metodología basada en la experiencia de una empresa chilena dedicada a la construcción e inmobiliaria, y enfatizaron en la necesidad de comprender las interconexiones entre distintos procesos organizativos y la importancia de intervenir en ellos de forma planificada y metódica. Se subrayó también la participación activa de la alta dirección y la formación de equipos de mejora competentes y motivados. Asimismo, se describieron los objetivos delineados para el programa de mejora, que abarcaron desde la agilización de los pagos de clientes, entre otros. Se expusieron los logros primordiales del programa de mejora, como la instauración de una estructura organizativa centrada en los procesos, la simplificación de las labores de gestión y la mejora de relaciones y coordinación entre los distintos departamentos funcionales, se abordan los desafíos encontrados, tales como la presión de la alta dirección para resultados inmediatos, la falta de coordinación y control en la ejecución, insuficiencia en la asignación de recursos. También se subrayaron condiciones esenciales como el compromiso y respaldo de la dirección, la delimitación clara del alcance del proyecto, expectativas realistas, un equipo de mejora competente y la consideración del aspecto humano en la organización.

De otro lado, Alzate y Orozco (2018), en su artículo *Stakeholders, actores*

estratégicos en la construcción de marca Anagrama, enfatizaron en la importancia de la gestión por procesos y la comunicación organizacional en instituciones públicas. Se argumentó que un enfoque eficaz en estos aspectos puede tener un impacto positivo en la imagen institucional. Se subrayó la necesidad de un liderazgo sólido para dirigir estos procesos y asegurarse de que se satisfagan las necesidades de todas las partes involucradas. Se recomendó a las instituciones implementar procesos de mejora continua para su personal, con el objetivo de aumentar la producción, calidad y eficiencia operativa. Además, se sugirió mantener estrechas relaciones con empresas especializadas en tecnologías de la información. El artículo resaltó cómo una gestión por procesos eficaz contribuye al bienestar de la ciudadanía, al satisfacer sus necesidades de manera efectiva, enfatizando los beneficios tangibles de una ejecución sólida de la gestión por procesos en el contexto organizativo.

A su vez, Palomeque (2012), se centró en *el manejo de procesos directivos en la empresa constructora MIDALBE S.A. ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia*. Su objetivo principal fue analizar las prácticas, tanto efectivas como deficientes, en los procesos gerenciales de la compañía y proponer mejoras a través de un detallado mapa de procesos. La metodología empleada se basó en una aproximación descriptiva, basada en la verificación de datos provenientes de la empresa y los mapas de procesos previamente definidos. En lo que respecta a las conclusiones, se destacó la experiencia de 12 años de MIDALBE S.A. en la gestión, construcción y comercialización de proyectos inmobiliarios. La calidad fue evaluada según el criterio de los profesionales asignados a cada proyecto, sin embargo, la empresa no realizó una evaluación formal al finalizar el proyecto. La administración reconoció la importancia de mejorar en el área de calidad para acortar en la medida de lo posible la fase de entrega y cierre.

Adicionalmente, Palomino (2022), en su tesis *Optimización del Proceso de Validación de Proveedores en una Empresa Constructora mediante la Aplicación de Lean: Caso Lima 2020-2021*, abordó la problemática de una ineficiente gestión en la validación de servicios de proveedores, que resulta en retrasos, documentación defectuosa y servicios con saldos pendientes. Con el propósito de mejorar este proceso, se implementó la metodología Lean. Con respecto a la investigación, la población de estudio comprendió el total de órdenes de servicios por validar, evaluadas a través del análisis documental con datos internos de la empresa. Los resultados revelaron demoras de 19.73 días en la atención de la validación, 16.05

días para corregir observaciones en la documentación y 6.17 días para la liberación de saldos, totalizando un promedio de 26.33 días para el proceso completo. Esto condujo a la conclusión de la necesidad de aplicar Lean, mediante herramientas como Just in Time, capacitación del personal y estandarización de procesos, con el objetivo de reducir el proceso a seis días en promedio. Se subrayó la efectividad de Lean en la mejora de la gestión de validación de servicios en una empresa constructora, evidenciado por una significativa reducción de los 869 días de demora previos al periodo de estudio y destacó la importancia de abordar específicamente problemas como la documentación con errores y la falta de saldo.

En el caso de Ordoñez y Sánchez (2021), en su artículo *Gestión por procesos e imagen institucional: en busca de mayor visibilidad municipal para los ciudadanos*, el objetivo fue mejorar la imagen institucional a nivel municipal mediante la implementación de una gestión eficiente de procesos administrativos. Se buscó la identificación de áreas de enfoque que abarcaron la supervisión de ingresos, gastos, activos y pasivos, empleando tecnologías autónomas. Asimismo, se promovió la participación activa de todos los miembros del personal con el fin de obtener una perspectiva global de la gestión en el ámbito público. La metodología de la investigación se caracterizó por su enfoque fundamental y descriptivo, que implicó una exhaustiva revisión sistemática de variables tanto a nivel nacional como internacional. Concluyeron que la gestión por procesos contribuye drásticamente a la eficiencia y participación de los empleados en la administración municipal. Asimismo, se destacó la importancia de la imagen corporativa para la percepción de los usuarios.

En esta oportunidad la investigación de Lozano (2020), titulado *Gestión de Procesos e Imagen Corporativa en el Área de Almacén de Depósitos S.A., LIMA, 2020*, planteó como objetivo determinar la relación existente entre la imagen corporativa y la gestión de procesos. El estudio abordó dos variables fundamentales, la imagen corporativa, que incluyó las dimensiones de imagen ficticia, icónica y actitud, basadas en las aportaciones de los autores Paul Capriotti y Juan Bravo Carrasco respectivamente, y la gestión de procesos, desglosada en descripción, mejora y rediseño de procesos. La investigación abarcó a toda la población objeto de estudio y se aplicó un muestreo probabilístico mediante encuestas con escala Likert. Los resultados obtenidos señalaron una sólida conexión entre la imagen de la empresa y la administración de operaciones en el contexto del depósito, con hallazgos de importancia.

Por otro lado, Quispe (2019), se enfocó en *la formulación de una propuesta destinada a potenciar la eficiencia en pequeñas y medianas empresas (MYPEs) del rubro de la construcción en la ciudad de Huancayo*. Estas compañías se han dedicado a competir en licitaciones tanto de carácter público como privado, además de encargarse de la planificación y ejecución de proyectos de obras civiles. Aunque cuentan con una trayectoria relativamente breve en el mercado, presentan un potencial de crecimiento significativo. El propósito primordial de esta investigación radicó en el desarrollo de una propuesta que aplique la metodología de mejora continua en diversas áreas de operación, con el objetivo de incrementar la eficacia en las MYPEs del sector constructor. Para realizar el estudio, se empleó un enfoque metodológico que incluyó el análisis de documentación, entrevistas y una inmersión in situ. Los resultados indicaron que las MYPEs de construcción podrían mejorar eficientemente coordinando áreas y aplicando estrategias comerciales efectivas, lo que beneficiaría la satisfacción de colaboradores y clientes, así como la reducción de tareas redundantes y procesos de escaso valor agregado.

Dentro de las tendencias en el desarrollo de la gestión de las organizaciones, mejora de procesos y por ende optimizando la gestión de los mismos, se encuentra Barbosa (2023), que en su artículo analizó cómo los Sistemas Integrados de Gestión (IMS) influyen en el rendimiento organizacional y se pudo constatar beneficios significativos del IMS, como mejoras en el rendimiento, reducción de costos y satisfacción de las partes interesadas, además de una disposición a integrar estos sistemas. Por otro lado, MetaSource (2023), planteó que la democratización de la Gestión por Procesos (BPM) ofrece a empresas de cualquier tamaño acceso a la automatización y herramientas colaborativas, siendo crucial para mantener el cumplimiento, especialmente en áreas como Recursos Humanos, donde la optimización de procesos ahorra tiempo. La automatización mediante aplicaciones de código bajo ha ganado popularidad al reducir el trabajo manual, minimizar errores y eliminar tareas sin valor añadido. La hiperautomatización combina herramientas de automatización con tecnologías avanzadas, facilitando procesos complejos (Sabelnikova, 2023). Y la minería de procesos ofrece un entendimiento más profundo de la organización (Van, 2023).

La investigación se fundamentó en dos variables, la primera se enfocó en la gestión por procesos que según Tolentino (2020) es una forma de organizar el trabajo centrándose en mejorar continuamente las actividades de la organización. Se

identificaron los procesos clave, la gestión de procesos se respalda en estrategias, personas, procesos, infraestructura y tecnología.

La gestión por procesos busca mejorar constantemente las actividades organizativas para optimizar el flujo de trabajo y satisfacer las necesidades de los clientes. Implicando gestionar eficazmente todos los aspectos empresariales, vinculándose con estrategias como el desarrollo de habilidades del equipo, la adopción de tecnologías actualizadas para agregar valor (Drew, 2023).

Con respecto a sus dimensiones se consideró a la estrategia, asumiendo que los procedimientos estratégicos se centran en establecer y supervisar los objetivos empresariales, la planificación estratégica, definición de la misión, visión y valores. Asimismo, proporcionando directrices cruciales para las demás actividades y así alcanzar los objetivos organizativos (Mallar, 2010).

En el contexto de la gestión personal, según Dessler (2017), en su libro *Human Resource Management* argumentó que la gestión de personal implica adquirir, desarrollar y retener una fuerza laboral de alto rendimiento. Esto abarca actividades como reclutamiento, selección, formación, gestión del rendimiento y compensación.

Otro de los conceptos a tomar en cuenta sobre la dimensión personal, es que se estudia a menudo en relación con la motivación de los empleados, la satisfacción laboral y la cultura organizativa. Por ejemplo, el artículo *The Impact of Organizational Culture on Employee Satisfaction and Productivity*, el estudio examina la conexión entre la cultura organizativa y la satisfacción laboral, sosteniendo que una cultura positiva puede incrementar la satisfacción y productividad de los empleados. En términos generales, abordó la gestión de los empleados en una organización, cubriendo aspectos como contratación, selección, formación, gestión del rendimiento y retribución (Hossain e Islam, 2019).

En cuanto a los procesos, estos son un conjunto de actividades que interactúan para convertir recursos en productos o servicios que satisfagan las necesidades del cliente. Los procesos de una organización contribuyen a la consecución de sus objetivos, ya que los resultados de los procesos individuales tienen un impacto en los resultados globales de la organización (Quiroa, 2023).

La infraestructura incluye los recursos físicos y digitales para la ejecución efectiva de los procesos organizativos, abarcando edificaciones, equipos, tecnología y sistemas de información. La gestión de la infraestructura implica la identificación, planificación, mantenimiento y mejora continua de los recursos necesarios para

alinearlos con los objetivos organizativos (Carrera et al., 2018). La fase de infraestructura en el sistema de gestión es esencial para todas las entidades, abordando tanto recursos tangibles como intangibles para asegurar su duración operativa en cualquier ámbito económico (Ferrovia, 2022).

Tecnología, según Gonzales y Cevallos (2022), en la era del conocimiento, es crucial para la gestión global en organizaciones competitivas. La gestión y la tecnología están intrínsecamente vinculadas, enfocándose en aspectos clave como la integración eficiente, la gestión de proyectos interdisciplinarios y la participación en actividades de mercadotecnia. La administración tecnológica en la gestión de procesos implica la introducción de tecnologías avanzadas mejorando la eficacia y eficiencia, la automatización de procedimientos mejora la toma de decisiones. Además, se puede optimizar mediante la evaluación del desempeño tecnológico y la aplicación de enfoques de mejora constante (Ortiz y Nagles, 2018).

Con respecto a la segunda variable Imagen corporativa es un constructo multidimensional que abarca atributos de producto, personas, relaciones, valores y programas, así como credibilidad corporativa. Cada dimensión es importante para los consumidores y las partes interesadas y puede influir en su percepción de la reputación y el éxito de una empresa (Ha, 2022).

Los atributos del producto están referidos a las características físicas y de comportamiento de los productos o servicios de una empresa que definen su imagen corporativa. Según Kim y Kim (2021), Los atributos de un producto son elementos, tangibles e intangibles, que afectan la percepción que los consumidores tienen de la imagen institucional. Estos atributos incluyen calidad, diseño, empaque y marca, entre otros (Ha, 2021).

A través de las personas y relaciones se abordaron las interacciones entre una empresa y sus grupos de interés, como empleados, clientes, proveedores y la comunidad. La dimensión de la imagen corporativa vinculada a la reputación se formó con el tiempo y se vio afectada por las acciones y comportamientos de la empresa (Veh et al., 2018). Harmon y Coney junto a Wu y Shaffer señalan que el alcance de la experiencia y la confiabilidad de una empresa son elementos clave de su credibilidad, influyendo en la persuasión de los consumidores para patrocinarla (Molinillo et al., 2022).

En cuanto a los valores y programas, estos se refieren a la misión, visión y valores de una empresa, así como la responsabilidad social y sostenibilidad. Estos

aspectos de la imagen corporativa de una empresa son importantes para los consumidores, cada vez más preocupados por el impacto social y medioambiental de las empresas con las que hacen negocios (Lee y Kim, 2020).

La credibilidad corporativa, implicó el grado en que una empresa es percibida como digna de confianza, fiable y competente. Keller y Aaker desarrollaron la herramienta de medición de la credibilidad corporativa, que evalúa la percepción que los sujetos tienen de la empresa mediante seis escalas semánticas diferenciales (Molinillo et al., 2022).

II. METODOLOGÍA

Según Pasache (2020), una investigación de enfoque aplicado se apoya en la aplicación práctica del conocimiento para abordar y comprender la problemática planteada. Esto facilitó la identificación de cómo la gestión de procesos fortalece la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura. Esta investigación se clasificó como aplicada, ya que tuvo como objetivo la puesta en práctica de los conocimientos teóricos adquiridos. Su enfoque principal fue mejorar y resolver los problemas que se presentan en la empresa objeto de estudio.

Hernández et al. (2018), sostuvieron que en una investigación de enfoque mixto se recopila y analiza información utilizando tanto métodos cualitativos como cuantitativos con el propósito de abordar de manera más completa la problemática planteada. Este tipo de investigación implicó la recopilación, el análisis y la integración de datos tanto cuantitativos como cualitativos a través de instrumentos como cuestionarios y guía de entrevista.

Pereyra (2020), respaldó la noción de que el enfoque descriptivo implica detallar de manera sistemática las particularidades de una población, situación o área de interés, con el propósito de realizar interpretaciones basadas en datos estadísticos con fundamentos concretos. Para llevar a cabo esto, se procedió a describir la situación de la empresa SINAR NORTE Piura mediante la elaboración de un diagnóstico, el cual facilitó la obtención de datos y la exposición de los descubrimientos hallados a través de los instrumentos de investigación empleados.

Gonzales (2018) planteó que un estudio no experimental se centra en condiciones, conceptos, variables, eventos, comunidades o contextos que ocurren sin la intervención directa del investigador, es decir, sin que este altere el objeto de estudio. En este caso, el diseño de investigación fue no experimental, ya que no implicó manipulación entre las variables a estudiar, sino que se observaron los fenómenos de manera natural. Se trató de un enfoque transversal descriptivo.

Respecto a la variable 1, Gestión de Procesos, esta se enfocó en un marco que determine el cómo se lleva a cabo los planes de mejora continua lo que es fundamental para el proceso de tomar decisiones en función del proceso en su conjunto (Maldonado, 2018). Asimismo, fue definida operacionalmente en el presente estudio a través de cinco dimensiones como son, estrategias, personas, procesos, infraestructura y tecnología. Los instrumentos que permitieron medir las dimensiones

fueron el cuestionario y la guía de entrevista.

Para el caso de la variable 2, Imagen Corporativa, De la Fuente (2019), sostuvo que la imagen corporativa es la identidad de la marca, lo que implicó la percepción de los clientes con respecto a sus valores o atributos, percepción de sus productos y/o servicios que ofrece, comunicación, adaptación a los cambios, como desarrolla sus actividades, entre otros. Por otro lado, se definió operacionalmente a través de cuatro dimensiones, atributos del producto, personas y relaciones, valores y programas y credibilidad corporativa. Las mismas que contaron con nueve indicadores. Los instrumentos que permitieron medir las dimensiones serán el cuestionario y la guía de entrevista

Respecto a la población, de acuerdo con Condori (2020), se trató de un conjunto de elementos que disponen de semejantes, características o cualidades comunes, las cuales son necesarias determinar con especificidad a efecto de asegurar la consistencia y coherencia en establecimiento de dicha población. En este contexto, se tuvieron dos (02) poblaciones para ejecutar la presente investigación, la población interna de la empresa con 20 colaboradores y la población de clientes (personas naturales y jurídicas) de acuerdo con lo manifestado por el dueño de la empresa con un total de 50.

Los criterios de inclusión fueron trabajadores que al momento de aplicar la encuesta estuvieron presentes en la empresa. Los clientes, personas naturales o jurídicas, que en el momento de realizar la investigación estuvieron haciendo uso de los servicios de la empresa. Mientras que los criterios de exclusión incluyeron a los trabajadores que estuvieron de vacaciones o con permisos por salud. Los clientes, personas naturales o jurídicas, que no tuvieron a bien utilizar los servicios que presta la empresa.

En cuanto a la muestra, en el presente estudio por la naturaleza de la investigación se tuvo dos poblaciones del tipo censal: Por el lado de los trabajadores fue en número de veinte (20) y por el lado de los clientes fueron cincuenta (50).

Por su parte, la unidad de análisis estuvo conformada por cada uno de los trabajadores que laboran en los proyectos de la empresa SINAR NORTE Piura y de otra parte por cada uno de los clientes que solicitaron los servicios de la empresa en mención.

De otro lado, las técnicas de recolección de datos en opinión de Caro (2021) son mecanismos que se emplean al propósito de obtener y medir data de forma

estructurada a efecto de un mayor entendimiento del estudio; por tanto, conllevan a la acreditación de los resultados. Las técnicas conducen a verificar el problema de investigación. Estas técnicas son determinadas teniendo como fundamento los tipos de investigación. Para la presente investigación las técnicas fueron la encuesta, la cual fue fundamental en la presente investigación, la misma se aplicó en primer lugar a los trabajadores de la empresa SINAR NORTE Piura y a los clientes de esta; por tanto, la recopilación de información de dos poblaciones diferentes, trabajadores y clientes, permitiendo seleccionar la información más relevante. Asimismo, se hizo uso de la entrevista, la cual se aplicó al gerente de la empresa SINAR NORTE Piura para obtener información relevante y útil sobre la situación actual de las variables de la investigación.

Respecto a los instrumentos, se hizo uso del cuestionario, desarrollado por premisas positivas y organizadas de acuerdo con el protocolo de la escala ordinal (Likert), lo cual hizo posible la selección de datos pertinentes a través de las respuestas que sea proporcionadas. Las validaciones del cuestionario fueron llevadas a cabo por tres expertos en la temática de la investigación, quienes en base a un formato específico corroboraron la idoneidad de este. De otra parte, se llevó a cabo el análisis de confiabilidad aplicando el Alfa de Cronbach a través del programa SPSS v. 25. En este caso se tuvieron dos instrumentos, uno dirigido a los trabajadores de la empresa y el segundo dirigido a los clientes de esta. Mientras que el otro instrumento empleado fue la guía de entrevista aplicada al Gerente de la empresa SINAR NORTE Piura, el que estuvo conformado por nueve (09) preguntas de tipo abiertas, planteadas y teniendo como fundamento a cada una de las dimensiones e indicadores definidas, asegurando de esta manera la consistencia del instrumento.

Para el análisis de datos se utilizó el software Microsoft Excel de la suite ofimática de Microsoft para crear una hoja electrónica que sirvió como base de datos, la misma que posteriormente fue trabajada en el programa SPSS v 25, el cual facilitó la generación de tablas descriptivas y la realización del análisis. Los resultados descriptivos se mostraron en las correspondientes tablas, lo que permitió un análisis e interpretación acorde con los objetivos específicos y generales de la investigación. Por otro lado, la información obtenida a través de la guía de entrevista fue analizada de manera literal, aplicando una interpretación imparcial y detallada de las opiniones y hechos registrados. Este proceso se vio respaldado por la triangulación de datos, lo que contribuyó a obtener conclusiones más sólidas para cada objetivo.

Finalmente, en cuanto a los aspectos éticos, cabe indicar que, durante el transcurso del proyecto y la posterior elaboración de la tesis, se siguió un riguroso criterio de adhesión a todos los principios éticos estipulados en el Código de Ética de la Universidad. Esto incluyó el reconocimiento de la autoría intelectual de las ideas o contribuciones teóricas citadas en la investigación, provenientes de obras, artículos, tesis, entre otras fuentes, en conformidad con las directrices de la Norma APA 7ma edición. Además, se requirió el consentimiento informado para cada instancia de aplicación, tanto para los cuestionarios como para la guía de entrevista. Por último, se destacó la confidencialidad de los individuos que proporcionaron los datos, siendo un aspecto de primordial importancia y que se garantizará en cada caso. Asimismo, se dio prioridad al respeto por la dignidad de la persona, lo que implicó la no discriminación y aseguramiento de un trato equitativo a cada participante.

III. RESULTADOS

3.1. Informe de aplicación de cuestionario a los trabajadores

3.1.1. Objetivo específico 1: Identificar las estrategias de la gestión de procesos de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 1

Estrategias de la gestión de procesos

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La empresa SINAR NORTE Piura demuestra un compromiso claro con sus objetivos estratégicos	0	0,0%	2	10,0%	5	25,0%	9	45,0%	4	20,0%	20	100,0%
Los valores de la empresa se reflejan en sus prácticas y decisiones cotidianas	1	5,0%	0	0,0%	8	40,0%	7	35,0%	4	20,0%	20	100,0%
El liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo	1	5,0%	1	5,0%	5	25,0%	10	50,0%	3	15,0%	20	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 1 se puede visualizar que el 65 % de los colaboradores está totalmente de acuerdo o de acuerdo respecto a que la empresa demuestra un compromiso claro con sus objetivos. Mientras que un 40 % se muestra indeciso respecto a si los valores de la empresa se reflejan en sus prácticas y decisiones cotidianas. De otra parte, el 65 % se manifiesta totalmente de acuerdo o de acuerdo respecto a que el liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo. Estos resultados reflejan una fortaleza relativa de la empresa respecto a su compromiso estratégico y el cuidado de los líderes por las relaciones productivas, sin embargo, no queda claro para los trabajadores la aplicación práctica de los valores de la empresa, por lo cual se debe reforzar la cultura organizacional en SINAR NORTE con el objetivo de generar el mayor nivel de confianza posible.

3.1.2. Objetivo específico 2: Identificar las competencias que posee el personal de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 2

Competencias que posee el personal

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La comunicación interna en la empresa es efectiva y facilita la colaboración entre los equipos	1	5,0%	0	0,0%	5	25,0%	8	40,0%	6	30,0%	20	100,0%
Los empleados poseen las competencias genéricas necesarias para cumplir con sus responsabilidades	0	0,0%	1	5,0%	6	30,0%	3	15,0%	10	50,0%	20	100,0%
El equipo directivo de SINAR NORTE Piura proporciona una guía efectiva y apoyo a los empleados	0	0,0%	3	15,0%	7	35,0%	5	25,0%	5	25,0%	20	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

De acuerdo con los resultados recogidos en la tabla 2, el 70 % de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la comunicación interna en la empresa es efectiva y facilita la colaboración entre los equipos. De otra parte, un 30 % se muestra indeciso respecto a si los empleados poseen las competencias genéricas necesarias para cumplir con sus responsabilidades, mientras que solo el 50 % cree que el equipo directivo de SINAR NORTE Piura proporciona una guía efectiva y apoyo a los empleados.

De lo referido se puede inferir que existen debilidades relativas relacionadas con la disponibilidad de competencias en el recurso humano, así como la capacidad de liderazgo de quienes dirigen la empresa, ello denota la necesidad de que se apliquen técnicas modernas de gestión del talento humano, como el coaching y el mentoring, de cara a mejorar la calidad de competencias en los colaboradores de todos los niveles, generando equipos de alto rendimiento.

3.1.3. Objetivo específico 3: Definir los procesos de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 3

Definición de los procesos de la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Se lleva a cabo un proceso regular de rediseño para mejorar la eficiencia y efectividad	0	0,0%	5	25,0%	7	35,0%	4	20,0%	4	20,0%	20	100,0%
Los procesos enfocados en satisfacer las necesidades del cliente están claramente definidos	1	5,0%	6	30,0%	4	20,0%	6	30,0%	3	15,0%	20	100,0%
Se implementan medidas de mejora continua en los procesos de la empresa	1	5,0%	4	20,0%	7	35,0%	6	30,0%	2	10,0%	20	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 3 se puede apreciar que solo el 40 % se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo con que se lleva a cabo un proceso regular de rediseño para mejorar la eficiencia y efectividad. Mientras que el 30 % se muestra en desacuerdo con que los procesos enfocados en satisfacer las necesidades del cliente están claramente definidos. Finalmente, el 40 % de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que en la empresa se implementan medidas de mejora continua en los procesos.

Por lo expresado, es palpable la necesidad de fortalecer la definición de los procesos internos de la empresa, lo cual debería incluir la mejora continua de los procesos, ello se podría verse relacionado incluso con el rediseño de determinados procedimientos o actividades necesarias para llegar a satisfacer de mejor forma a los clientes, atendiendo claramente sus deseos y necesidades.

3.1.4. Objetivo específico 4: Determinar las características de la infraestructura de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 4

Características de la infraestructura de la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Las áreas de producción están organizadas de manera eficiente para maximizar la productividad	4	20,0%	3	15,0%	5	25,0%	3	15,0%	5	25,0%	20	100,0%
Las áreas de servicio proporcionan un soporte efectivo a las operaciones de la empresa	3	15,0%	1	5,0%	6	30,0%	4	20,0%	6	30,0%	20	100,0%
Se promueve la innovación y la optimización en todas las áreas de mejora continua	2	10,0%	1	5,0%	5	25,0%	8	40,0%	4	20,0%	20	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

De acuerdo con la tabla 4, se observa que el 35 % de los encuestados se muestra en total desacuerdo o desacuerdo respecto a que las áreas de producción están organizadas de manera eficiente para maximizar la productividad. Mientras que el 30% se encuentra indeciso respecto a que las áreas de servicio proporcionan un soporte efectivo a las operaciones de la empresa. Finalmente, el 60% se manifiesta totalmente de acuerdo o de acuerdo en que se promueve la innovación y la optimización en todas las áreas de mejora continua.

De lo analizado, se evidencia que el factor infraestructura de la empresa presenta marcadas debilidades sobre todo en lo que respecta a la eficiencia de la organización de las áreas de producción, lo cual pasa también por limitaciones en el soporte de las áreas de servicio a las operaciones de la empresa; por lo tanto, es necesario replantear las estrategias operativas y de apoyo, caso contrario la competitividad de la empresa seguirá viéndose afectada.

3.1.5. Objetivo específico 5: Identificar la tecnología usada en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 5

Tecnología usada en la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
El software utilizado en SINAR NORTE Piura está actualizado y optimizado para las operaciones	3	15,0%	4	20,0%	9	45,0%	1	5,0%	3	15,0%	20	100,0%
La infraestructura de hardware respalda las necesidades tecnológicas de la empresa	3	15,0%	4	20,0%	9	45,0%	1	5,0%	3	15,0%	20	100,0%
Las tecnologías de la información y comunicación (TICs) se integran eficazmente en los procesos de trabajo	1	5,0%	5	25,0%	9	45,0%	3	15,0%	2	10,0%	20	100,0%
Las redes sociales son utilizadas estratégicamente para fortalecer la imagen corporativa	0	0,0%	0	0,0%	4	20,0%	8	40,0%	8	40,0%	20	100,0%

De acuerdo con la tabla 5, el 45 % de los encuestados se expresa indeciso en cuanto a que el software utilizado en SINAR NORTE Piura está actualizado y optimizado para las operaciones. Similar porcentaje de 45 % representa a las personas indecisas ante la premisa de que la infraestructura de hardware respalda las necesidades tecnológicas de la empresa, mientras que el mismo 45 % manifiesta su indecisión en cuanto a que las tecnologías de la información y comunicación (TICs) se integran eficazmente en los procesos de trabajo. Finalmente, el 80 % de los encuestados se expresa totalmente de acuerdo o de acuerdo en que las redes sociales son utilizadas estratégicamente para fortalecer la imagen corporativa.

Los datos presentados expresan debilidades preocupantes sobre todo en lo que se relaciona con el soporte informático disponible en la empresa, considerando que este apoyo es vital para lograr una mejor operatividad, por lo que es necesario replantear el papel de los responsables de esta área pero sobre todo destinar recursos para mejorar efectivamente los programas, paquetes informáticos, equipos y capacitación del personal, de modo que este proceso se integre realmente con los demás procesos operativos de la empresa.

3.1.6. Objetivo específico 6: Identificar las características distintivas de los atributos de los productos ofrecidos por la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 6

Características distintivas de los atributos de los productos

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La disponibilidad de nuestros productos cumple con las expectativas de los clientes	0	0,0%	1	5,0%	11	55,0%	4	20,0%	4	20,0%	20	100,0%
Nuestra empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios	1	5,0%	3	15,0%	7	35,0%	5	25,0%	4	20,0%	20	100,0%
El servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.	0	0,0%	4	20,0%	4	20,0%	6	30,0%	6	30,0%	20	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 6 se muestra que el 55 % de encuestados se encuentra indecisos frente a la premisa sobre si la disponibilidad de los productos de la empresa cumple con las expectativas de los clientes. Mientras que solo el 45 % se expresa totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios. Finalmente, el 60 % de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que el servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.

Los resultados visualizados en la tabla permiten inferir la necesidad de tomar medidas correctivas en cuanto principalmente a la disposición hacia innovar productos y servicios, para lo cual podrían ser muy útiles técnicas como el Design Thinking y herramientas como el mapa de empatía que pueden acercar más a la empresa con los reales requerimientos de los clientes, cumpliendo y superando incluso las expectativas de estos, lo cual podría incluso fortalecer no solo la demanda sino además el posicionamiento de la empresa en el mediano y largo plazo.

3.1.7. Objetivo específico 7: Comprender las características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 7

Características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nuestro personal posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional	0	0,0%	3	15,0%	6	30,0%	4	20,0%	7	35,0%	20	100,0%
El compromiso de nuestro equipo con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción	0	0,0%	1	5,0%	5	25,0%	8	40,0%	6	30,0%	20	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 7 se muestra que el 55 % de los encuestados considera estar totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el personal de la empresa posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional. Mientras que el 70 % se manifiesta totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el compromiso del equipo de la empresa con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción.

De los resultados se puede inferir que el personal debe ser capacitado y entrenado en técnicas de calidad de servicio al cliente, pues esta resulta en la actualidad un factor de primera importancia al momento de generar satisfacción y lealtad en los clientes. De la misma manera es necesario trabajar más las competencias actitudinales y habilidades blandas a fin de que los colaboradores no solo asuman la importancia de la calidad del servicio al cliente, sino que además la apliquen de manera efectiva.

3.1.8. Objetivo específico 8: Analizar los valores corporativos y programas implementados en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 8

Valores corporativos y programas implementados en la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
SINAR NORTE Piura demuestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa	0	0%	0	0%	3	15%	6	30%	11	55%	20	100%
La empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios	1	5%	1	5%	5	25%	4	20%	9	45%	20	100%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 8 se muestra que el 85 % de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo en que SINAR NORTE Piura demuestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa. Mientras que el 65 % se expresa totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios.

De los resultados analizados se puede inferir que en la empresa se aplican principios éticos que fortalecen en cierto modo la cultura organizacional de SINAR NORTE Piura, lo cual incluso se vincula la aplicación de principios de seguridad y salud ocupacional. Este es un factor destacable en la empresa que debiera ser mantenido de manera sostenida en el tiempo pues es un punto a favor para fortalecer la competitividad de la mencionada empresa.

3.1.9. Objetivo específico 9: Evaluar la consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 9

Consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nuestra empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción	5	25,0%	3	15,0%	10	50,0%	2	10,0%	0	0,0%	20	100,0%
La confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito	0	0,0%	0	0,0%	1	5,0%	4	20,0%	15	75,0%	20	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 9 se aprecia que el 40 % de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo o en desacuerdo en que la empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción. Mientras que el 95 % considera estar totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito.

De acuerdo con lo visualizado, una de las principales debilidades de la empresa es la limitada experiencia en el mercado de la construcción, sin embargo, su confiabilidad en los proyectos es óptima, por lo que resulta importante seguir cuidando esa reputación y construir una imagen sólida progresivamente, lo cual le ayudará a ampliar su cobertura en el mercado local y regional de la construcción.

3.1.10. Resultados descriptivos de la gestión de procesos e imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 10

Gestión de procesos e imagen corporativa de la empresa

Dimensiones de las variables	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	T	%
-Estrategias	1	5%	1	5%	6	30%	8	40%	4	20%	20	100
-Personal	1	5%	1	5%	5	25%	6	30%	7	35%	20	100
-Procesos	1	5%	5	25%	6	30%	5	25%	3	15%	20	100
-Infraestructura	3	15%	2	10%	5	25%	5	25%	5	25%	20	100
-Tecnología	2	10%	3	15%	8	40%	3	15%	4	20%	20	100
-Atributos del Producto	1	5%	3	15%	7	35%	5	25%	4	20%	20	100
-Personas y Relaciones	0	0%	2	10%	6	30%	6	30%	6	30%	20	100
-Valores y Programas	1	5%	1	5%	3	15%	5	25%	10	50%	20	100
-Credibilidad Corporativa	3	15%	1	5%	6	30%	3	15%	7	35%	20	100

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 10 se puede apreciar que el 60% de encuestados se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo con las estrategias de procesos de la empresa, sin embargo, un 30% se encuentra indeciso frente a ello. En cuanto a las competencias que posee el personal el 65% está totalmente de acuerdo o de acuerdo con estas. Respecto a los procesos el 30% se encuentra totalmente en desacuerdo o en desacuerdo y similar porcentaje se manifiesta indeciso frente a ello. Mientras que para las características de la tecnología el 40% se encuentra indeciso y solo el 35% se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo con estas características. De otra parte, respecto a los atributos del producto el 45% se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo sin embargo el 35% se muestra indeciso ante ello. En cuanto a las características de las personas y sus relaciones el 60% se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo mientras que el 30% manifiesta su indecisión. Por otro lado, respecto a los valores corporativos y programas implementados en la empresa el 75% demuestra estar totalmente de acuerdo o de acuerdo y finalmente, en cuanto a la credibilidad corporativa el 40% se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo, sin embargo, el 30% se manifiesta como indeciso al respecto.

3.2. Informe de aplicación de cuestionario a los clientes

3.2.1 Objetivo específico 6: Identificar las características distintivas de los atributos de los productos ofrecidos por la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 11

Características distintivas de los atributos de los productos

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La disponibilidad de los productos cumple con las expectativas de los clientes	0	0,0%	0	0,0%	3	6,0%	17	34,0%	30	60,0%	50	100,0%
La empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios	0	0,0%	2	4,0%	6	12,0%	18	36,0%	24	48,0%	50	100,0%
El servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.	0	0,0%	1	2,0%	10	20,0%	18	36,0%	21	42,0%	50	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

En la tabla 11 se aprecia que el 94 % de los clientes encuestados se considera totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la disponibilidad de los productos de la empresa cumple con las expectativas de los clientes. En tanto que el 84 % de los encuestados considera estar totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios. Finalmente, el 78 % afirma estar totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.

De lo analizado, se puede inferir que los clientes de la empresa mantienen un óptimo nivel de percepción sobre las características distintivas de los atributos de la SINAR NORTE Piura, sin embargo, destaca la menor aprobación en cuanto al servicio al cliente, punto que coincide con la perspectiva de los colaboradores, por lo que se presenta como una manifiesta necesidad el reforzar las competencias de calidad de servicio del personal de la empresa.

3.2.2. Objetivo específico 7: Comprender las características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 12

Características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
El personal posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional	0	0,0%	0	0,0%	10	20,0%	23	46,0%	17	34,0%	50	100,0%
El compromiso del equipo de la empresa con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción	0	0,0%	0	0,0%	11	22,0%	25	50,0%	14	28,0%	50	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

De acuerdo con la tabla 12, el 80 % de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el personal de la empresa posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional. Mientras que el 78 % se considera totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el compromiso del equipo de la empresa con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción.

Los resultados indican una buena percepción de los clientes sobre la disponibilidad del personal de la empresa, siendo esto una fortaleza que es necesario mantener e incluso reforzar con la aplicación de técnicas motivacionales dirigidas a los colaboradores.

3.2.3. Objetivo específico 8: Analizar los valores corporativos y programas implementados en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 13

Valores corporativos y programas implementados en la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
SINAR NORTE Piura muestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa	0	0,0%	1	2,0%	11	22,0%	20	40,0%	18	36,0%	50	100,0%
La empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios	0	0,0%	0	0,0%	7	14,0%	12	24,0%	31	62,0%	50	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

De acuerdo con la tabla 13, el 76 % de los clientes encuestados se considera totalmente de acuerdo o de acuerdo en que SINAR NORTE Piura muestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa. Mientras que el 86 % considera estar totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios.

En cuanto a la percepción de los clientes sobre el compromiso de los trabajadores de la empresa con la responsabilidad social corporativa, se evidencia un determinado nivel de indecisión, por lo que resulta necesario revisar las políticas comunicacionales de la empresa con el mercado y en especial con sus clientes a fin de dar a conocer su política y prácticas de responsabilidad social y la gestión de los impactos de sus operaciones en la sociedad.

3.2.4. Objetivo específico 9: Evaluar la consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Tabla 14

Consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
La empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción	0	0,0%	7	14,0%	28	56,0%	8	16,0%	7	14,0%	50	100,0%
La confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito	0	0,0%	0	0,0%	4	8,0%	13	26,0%	33	66,0%	50	100,0%

Nota. Datos recogidos con el cuestionario

Según los resultados de la tabla 14, el 56 % de los clientes encuestados se demuestra indeciso respecto a si la empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción. Mientras que el 92 % se demuestra totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito.

Se ratifica que una debilidad de la empresa es la limitada experiencia en el mercado de la construcción, lo que debe ser asumido como un reto por SINAR NORTE Piura a efecto de consolidar su imagen como una organización de calidad en sus procesos y productos.

3.3. informe de aplicación de la guía de entrevista

Variable 1: Gestión de procesos

Respecto a las medidas implementadas para fortalecer el compromiso de los empleados con los objetivos organizacionales, en SINAR NORTE se han implementado medidas como programas de capacitación continua, reconocimiento del desempeño destacado, y promoción de un ambiente de trabajo colaborativo y de apoyo mutuo.

Respecto a los valores fundamentales que guían las operaciones y decisiones en SINAR NORTE, destacan la excelencia en la ejecución de proyectos, el compromiso con los clientes, la responsabilidad hacia el medio ambiente y la sostenibilidad.

En cuanto al liderazgo dentro de la organización, este se fomenta a través de un enfoque participativo y transparente, donde se promueve el desarrollo profesional y personal de los empleados, se fomenta la comunicación abierta y se reconocen y premian las habilidades de liderazgo y la iniciativa.

Para el caso de las estrategias que son utilizadas para garantizar una comunicación efectiva entre todos los niveles de la organización se pudo conocer que en SINAR NORTE se utilizan estrategias como reuniones regulares de equipo, canales de comunicación abiertos y transparentes, uso de tecnología para facilitar la comunicación remota, y fomento de una cultura de retroalimentación constructiva.

De otra parte, en SINAR NORTE se atribuye una alta importancia a la formación continua para mejorar las competencias de sus empleados. Se ofrecen programas de capacitación interna y externa, se promueve la participación en cursos y talleres relevantes para el trabajo, y se apoya el desarrollo profesional a través de la adquisición de nuevas habilidades y conocimientos.

Respecto a la forma de gestionar los procesos que impactan directamente en la experiencia del cliente, en SINAR NORTE, estos se gestionan mediante un enfoque centrado en el cliente. Se establecen estándares de calidad y se implementan controles de calidad en cada etapa del proyecto. Además, se asigna personal

capacitado y dedicado para atender las necesidades específicas de cada cliente, desde la etapa de consulta inicial hasta la entrega final del proyecto.

Para asegurar la satisfacción y fidelidad del cliente, SINAR NORTE toma varias medidas, como mantener una comunicación abierta y fluida con el cliente durante todo el proceso del proyecto, realizar seguimientos periódicos para garantizar que se cumplan sus expectativas, resolver cualquier problema de manera oportuna y eficiente, y buscar constantemente formas de mejorar la calidad y la experiencia del servicio ofrecido. Además, se solicita retroalimentación al cliente al finalizar cada proyecto para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

En cuanto a las estrategias utilizadas para optimizar la eficiencia en las áreas de producción, en SINAR NORTE se utilizan estrategias como la implementación de tecnología avanzada para agilizar los procesos, la capacitación constante del personal para mejorar sus habilidades y conocimientos, el establecimiento de estándares de producción claros y medibles, y el monitoreo continuo del rendimiento y la eficiencia de los procesos para identificar y abordar áreas de mejora.

De otra parte, para garantizar la calidad y eficacia en la prestación de servicios, SINAR NORTE toma medidas como la implementación de sistemas de control de calidad rigurosos en cada etapa del proceso de servicio, la asignación de personal capacitado y experimentado para cada proyecto, el seguimiento periódico de la satisfacción del cliente y la retroalimentación, la revisión constante de los procesos para identificar y corregir posibles problemas, y el cumplimiento estricto de los estándares y regulaciones pertinentes en la industria de la construcción.

Finalmente, respecto a la estrategia de la empresa en relación con el uso de redes sociales, SINAR NORTE se enfoca en la promoción de sus servicios, la interacción con clientes potenciales y la difusión de contenido relevante sobre proyectos y logros de la empresa. Asimismo, se utiliza las redes sociales para compartir contenido relacionado con sus proyectos destacados, testimonios de clientes satisfechos, noticias del sector y actualizaciones sobre la empresa, fortaleciendo así su imagen corporativa como una empresa confiable y profesional en el campo de la consultoría y construcción.

Variable 2: Imagen corporativa

En cuanto al fomento de la innovación en el desarrollo de nuevos productos o servicios, SINAR NORTE lo promueve mediante la creación de un ambiente de trabajo que valora la creatividad y el pensamiento fuera de lo común. Se promueve la participación activa de los empleados en la generación de ideas y soluciones innovadoras, se asignan recursos para la investigación y desarrollo, y se realizan alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones para incorporar nuevas tecnologías y enfoques en la oferta de servicios.

Mientras que para garantizar un servicio de calidad que contribuya a la imagen corporativa, SINAR NORTE toma medidas como la capacitación continua del personal para mantener altos estándares de competencia y profesionalismo, el establecimiento de protocolos de control de calidad en todas las etapas del servicio, la atención personalizada a las necesidades específicas de cada cliente, y la atención rápida y efectiva a cualquier problema o inconveniente que pueda surgir durante el proceso de prestación del servicio.

SINAR NORTE selecciona y desarrolla las cualidades del personal que representará a la empresa a través de procesos de reclutamiento basados en competencias, evaluaciones continuas del desempeño y programas de capacitación y desarrollo profesional adaptados a las necesidades individuales de cada empleado.

De otro lado, la formación y desarrollo del personal son de suma importancia para SINAR NORTE en la construcción de su imagen corporativa, ya que un personal capacitado y competente contribuye a la excelencia en el servicio ofrecido, reflejando así los valores y la calidad de la empresa ante los clientes y la comunidad en general. Asimismo, las principales iniciativas de responsabilidad social corporativa de SINAR NORTE incluyen programas de apoyo a la comunidad local, acciones para promover la sostenibilidad ambiental y proyectos de responsabilidad social en áreas de influencia de la empresa.

En otro contexto, para garantizar la seguridad de empleados, clientes y la comunidad, SINAR NORTE implementa políticas y procedimientos de seguridad, proporciona capacitación en prevención de riesgos, realiza inspecciones regulares de seguridad y cumple con las normativas legales y estándares de la industria. Mientras que para garantizar una experiencia positiva para sus clientes en todos los puntos de

contacto aplica un servicio personalizado, una comunicación clara y transparente, la atención rápida a sus necesidades y la resolución eficiente de cualquier problema que pueda surgir.

Finalmente, para mantener y mejorar la confiabilidad en el tiempo, SINAR NORTE se enfoca en mantener altos estándares de calidad en sus servicios, cultivar relaciones sólidas con los clientes a través de la satisfacción y la confianza, y buscar continuamente formas de innovar y adaptarse a las necesidades del mercado.

IV. DISCUSIÓN

En cuanto al *primer objetivo específico, identificar las estrategias de la gestión de procesos de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024*, Drew (2023) refirió que dicha gestión pretende la mejora constante de las actividades organizativas con el fin de optimizar el flujo de trabajo y satisfacer las necesidades de los clientes, lo que implica la eficaz gestión de los aspectos empresariales, vinculándose con estrategias como el desarrollo de habilidades del equipo y adopción de tecnologías actualizadas para agregar valor. Al respecto, los hallazgos del estudio realizado en SINAR NORTE, permitieron visualizar que el 65 % de los colaboradores está totalmente de acuerdo o de acuerdo respecto a que la empresa demuestra un compromiso claro con los objetivos relacionados a los procesos. De otra parte, el 65 % se manifiesta totalmente de acuerdo o de acuerdo respecto a que el liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo. Asimismo, en la entrevista realizada a un directivo de la empresa se pudo conocer que, respecto a las medidas implementadas para fortalecer el compromiso de los empleados con los objetivos organizacionales, en SINAR NORTE se han implementado medidas como programas de capacitación continua, reconocimiento del desempeño destacado, y promoción de un ambiente de trabajo colaborativo y de apoyo mutuo.

Adicionalmente, Palomino (2022), en su investigación sobre la optimización del Proceso de Validación de Proveedores en una Empresa Constructora mediante la Aplicación de Lean, abordó la problemática de una ineficiente gestión en la validación de servicios de proveedores, que resulta en retrasos, documentación defectuosa y servicios con saldos pendientes, esto condujo a la conclusión de la necesidad de aplicar Lean, mediante herramientas como capacitación del personal y estandarización de procesos, con el objetivo de lograr una mayor eficiencia en el proceso. En contraposición a ello, en SINAR NORTE se pudo evidenciar que destaca la excelencia en la ejecución de proyectos y el compromiso con los clientes. Estos resultados reflejan una fortaleza relativa de la empresa respecto a su compromiso estratégico con la gestión de sus procesos y el cuidado de los líderes por las relaciones productivas, debiendo reforzarse la cultura organizacional con el objetivo de generar el mayor nivel de valores posible entre los colaboradores, propiciando el desarrollo efectivo de los procesos.

Respecto al *objetivo específico dos, identificar las competencias que posee el personal de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024*, Dessler (2017), en su libro *Human Resource Management* argumentó que la gestión de personal implica adquirir, desarrollar y retener una fuerza laboral de alto rendimiento. Esto abarca actividades como reclutamiento, selección, formación, gestión del rendimiento y compensación. En tanto, en SINAR NORTE de acuerdo a los resultados recogidos, el 70 % de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la comunicación interna en la empresa es efectiva y facilita la colaboración entre los equipos. De otra parte, un 30 % se muestra indeciso respecto a si los empleados poseen las competencias genéricas necesarias para cumplir con sus responsabilidades, mientras que solo el 50 % cree que el equipo directivo de SINAR NORTE Piura proporciona una guía efectiva y apoyo a los empleados. Ello se contrapone en parte con lo encontrado por Alzate y Orozco (2018) quienes en su artículo sobre los actores estratégicos en la construcción de marca Anagrama, enfatizaron en la importancia de la gestión por procesos y la comunicación organizacional en instituciones públicas. Se argumentó que un enfoque eficaz en estos aspectos puede tener un impacto positivo en la imagen institucional, lo cual requiere de un liderazgo sólido para dirigir los procesos y asegurarse de que se satisfagan las necesidades de todas las partes involucradas.

De otro lado, Hossain e Islam (2019) argumentaron que en cuanto a la dimensión personal, es fundamental consolidar la motivación de los empleados, la satisfacción laboral y la cultura organizativa, dado que existen conexiones entre la cultura organizativa y la satisfacción laboral, sosteniendo que una cultura positiva puede incrementar la satisfacción y productividad del personal. Ello se confirma en SINAR NORTE, donde a través de la entrevista aplicada se conoció que para el caso de las estrategias que son utilizadas para garantizar una comunicación efectiva entre todos los niveles de la organización recurre a reuniones de equipo, canales de comunicación abiertos y transparentes, uso de tecnología para facilitar la comunicación remota, y fomento de una cultura de retroalimentación constructiva, no obstante, de lo referido se puede inferir que existen debilidades relativas relacionadas con la disponibilidad de competencias en el recurso humano, así como la capacidad de liderazgo de quienes dirigen la empresa, ello denota la necesidad de que se apliquen técnicas como el coaching y el mentoring, de cara a fortalecer las competencias de los colaboradores en todos los niveles.

En lo que concierne al tercer objetivo específico, definir los procesos de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, Quiroa (2023) argumentó que los procesos son un conjunto de actividades que interactúan para convertir recursos en productos o servicios que satisfagan las necesidades del cliente. Los procesos de una organización contribuyen a la consecución de sus objetivos (Quiroa, 2023). De acuerdo a ello, en los resultados de la investigación en SINAR NORTE, se pudo apreciar que solo el 40 % se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo con que se lleva a cabo un proceso regular de rediseño para mejorar la eficiencia y efectividad. Mientras que el 30 % se muestra en desacuerdo con que los procesos enfocados en satisfacer las necesidades del cliente están claramente definidos. Finalmente, el 40 % de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo con que en la empresa se implementan medidas de mejora continua en los procesos. Por su parte Palomeque (2012), se centró en *el manejo de procesos directivos de una empresa constructora de Bogotá*, donde concluyó determinando las prácticas, tanto efectivas como deficientes en los procesos gerenciales de la compañía y proponiendo mejoras a través de un detallado mapa de procesos y destacando la experiencia de la empresa en estudio respecto la gestión, construcción y comercialización de proyectos inmobiliarios. Ello se confirma en las respuestas dadas en la entrevista por el encargado de SINAR NORTE en cuanto a la forma de gestionar los procesos que impactan directamente en la experiencia del cliente, donde se establecen estándares de calidad e implementan controles en cada etapa del proyecto, asignando personal calificado para satisfacer las necesidades de los clientes.

Para asegurar la satisfacción y fidelidad del cliente, SINAR NORTE toma varias medidas, como mantener una comunicación abierta y fluida con el cliente durante todo el proceso del proyecto, realizar seguimientos periódicos para garantizar que se cumplan sus expectativas, resolver cualquier problema de manera oportuna y eficiente, y buscar constantemente formas de mejorar la calidad y la experiencia del servicio ofrecido. Además, se solicita retroalimentación al cliente al finalizar cada proyecto para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. De lo antedicho, se evidencia la necesidad de fortalecer la definición de los procesos internos de la empresa, lo cual debería incluir la mejora continua de estos, ello podría verse relacionado incluso con el rediseño de determinados procedimientos o actividades necesarias para llegar a satisfacer de mejor forma a los clientes, atendiendo claramente sus deseos y necesidades.

Respecto al cuarto objetivo específico, Determinar las características de la infraestructura de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, Carrera et al. (2018). argumentaron que la infraestructura incluye los recursos físicos y digitales para la ejecución efectiva de los procesos organizativos, abarcando edificaciones, equipos, tecnología y sistemas de información. No obstante, en la investigación realizada en SINAR NORTE, se evidenció que el 35 % de los encuestados se encuentra en total desacuerdo o desacuerdo respecto a que las áreas de producción están organizadas de manera eficiente para maximizar la productividad. Mientras que el 30% se encuentra indeciso respecto a que las áreas de servicio proporcionan un soporte efectivo a las operaciones de la empresa.

En este contexto, según Ferrovial (2022) la gestión de la infraestructura implica la identificación, planificación, mantenimiento y mejora continua de los recursos necesarios para alinearlos con los objetivos organizativos. La fase de infraestructura en el sistema de gestión es esencial para todas las entidades, abordando tanto recursos tangibles como intangibles para asegurar su duración operativa en cualquier ámbito económico, lo cual coincide parcialmente con el 60% de personas encuestadas que se manifiesta totalmente de acuerdo o de acuerdo en que en SINAR NORTE se promueve la innovación y la optimización en todas las áreas de mejora continua.

Por lo expresado, se pudo evidenciar que en cuanto a la infraestructura en la empresa se presentan marcadas debilidades relacionadas a la eficiencia de la organización de las áreas de producción, lo cual pasa también por limitaciones en el soporte de las áreas de servicio a las operaciones de la empresa; por ello, se requiere de un replanteamiento de estrategias operativas y de apoyo, si no, la competitividad de la empresa seguirá viéndose afectada.

En el quinto objetivo específico, identificar la tecnología usada en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, para Gonzales y Cevallos (2022) la tecnología viene a ser fundamental para gestionar las organizaciones de forma competitiva, pues la gestión y la tecnología se encuentran intrínsecamente vinculadas, enfocándose en aspectos clave como la integración eficiente y la gestión de proyectos interdisciplinarios. De acuerdo a los resultados en SINAR NORTE el 45 % de los encuestados se mostró indeciso en cuanto a que el software utilizado en se encuentra actualizado y optimizado para las operaciones. Similar porcentaje representa a las

personas indecisas ante la premisa de que la infraestructura de hardware respalda las necesidades tecnológicas de la empresa, mientras que el mismo 45 % manifiesta su indecisión en cuanto a que las tecnologías de la información y comunicación (TICs). Ello contrasta con lo referido por Barbosa (2023), que en su artículo analizó cómo los Sistemas Integrados de Gestión (IMS) influyen en el rendimiento organizacional y se pudo constatar beneficios significativos del IMS, como mejoras en el rendimiento, reducción de costos y satisfacción de las partes interesadas, además de una disposición a integrar estos sistemas.

Por otro lado, MetaSource (2023), planteó que la democratización de la Gestión por Procesos (BPM) ofrece a empresas de cualquier tamaño acceso a la automatización y herramientas colaborativas, siendo crucial para mantener el cumplimiento, especialmente en áreas como recursos humanos, donde la optimización de procesos ahorra tiempo. La automatización ha ganado popularidad al reducir el trabajo manual, minimizar errores y eliminar tareas sin valor añadido. Lo cual se contrasta con SINAR NORTE, donde se utilizan estrategias como la implementación de tecnología avanzada para agilizar los procesos, con el establecimiento de estándares de producción claros y medibles, y el monitoreo continuo del rendimiento y la eficiencia de los procesos para identificar y abordar áreas de mejora.

Los datos presentados expresan debilidades preocupantes sobre todo en lo que se relaciona con el soporte informático disponible en la empresa, considerando que este apoyo es vital para lograr una mejor operatividad, por lo que es necesario replantear el papel de los responsables de esta área pero sobre todo destinar recursos para mejorar efectivamente los programas, paquetes informáticos, equipos y capacitación del personal, de modo que este proceso se integre realmente con los demás procesos operativos de la empresa, pues la hiperautomatización combina herramientas de automatización con tecnologías avanzadas, facilitando procesos complejos (Sabelnikova, 2023). Asimismo, se puede optimizar mediante la evaluación del desempeño tecnológico y la aplicación de enfoques de mejora constante (Ortiz y Nagles, 2018).

En el caso del sexto objetivo específico, Identificar las características distintivas de los atributos de los productos ofrecidos por la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, según Kim y Kim (2021), los atributos del producto están referidos a las características físicas y de comportamiento de los productos o servicios de una empresa que definen su imagen corporativa. De acuerdo con los resultados en SINAR NORTE, el 55 % de encuestados se encuentra indecisos frente a la premisa sobre si la disponibilidad de los productos de la empresa cumple con las expectativas de los clientes. Mientras que solo el 45 % se expresa totalmente de acuerdo o de acuerdo con que la empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios. Al respecto Ha (2021) argumentó que los atributos de un producto son elementos, tangibles e intangibles, que afectan la percepción que los consumidores tienen de la imagen institucional. Estos atributos incluyen calidad, diseño, empaque y marca, entre otros.

En cuanto al fomento de la innovación en el desarrollo de nuevos productos o servicios, SINAR NORTE lo promueve mediante la creación de un ambiente de trabajo que valora la creatividad y el pensamiento fuera de lo común. Se promueve la participación de los empleados en la generación de ideas y soluciones innovadoras, se asignan recursos para la investigación y desarrollo, y se realizan alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones para incorporar nuevas tecnologías y enfoques en la oferta de servicios. Ello guarda relación con la percepción del 94 % de los clientes encuestados quienes están totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la disponibilidad de los productos de la empresa cumple con las expectativas de los clientes. En tanto que el 84 % de los encuestados considera estar totalmente de acuerdo o de acuerdo. De lo analizado, se puede inferir que los clientes de la empresa mantienen un óptimo nivel de percepción sobre las características distintivas de los atributos de SINAR NORTE, sin embargo, destaca la menor aprobación en cuanto al servicio al cliente, punto que coincide con la perspectiva de los colaboradores, por lo que se presenta como una manifiesta necesidad el reforzar las competencias de calidad de servicio del personal de la empresa. Los resultados visualizados en la tabla permiten inferir la necesidad de aplicar técnicas como el Design Thinking y herramientas como el mapa de empatía que pueden acercar más a la empresa con los nuevos requerimientos de los clientes.

En referencia al objetivo específico séptimo, comprender las características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, Veh et al. (2018) argumentó que a través de las personas y relaciones se abordan las interacciones entre una empresa y sus grupos de interés, como empleados, clientes, proveedores y la comunidad. La dimensión de la imagen corporativa vinculada a la reputación se forma con el tiempo y se ve afectada por las acciones y comportamientos de la empresa. Al respecto, en los resultados de la investigación en SINAR NORTE se demostró que el 55 % de los encuestados está totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el personal de la empresa posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional. Mientras que el 70 % se manifiesta totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el compromiso del equipo de la empresa con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción.

Por otro lado, Quispe (2019), se enfocó en pequeñas y medianas empresas del rubro de la construcción donde los resultados indicaron que estas Mypes podrían mejorar eficientemente coordinando áreas y aplicando estrategias comerciales efectivas, lo que beneficiaría la satisfacción de colaboradores y clientes, así como la reducción de tareas redundantes y procesos de escaso valor agregado. En este contexto, en SINAR NORTE se encontró que el 80 % de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el personal de la empresa posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional. Mientras que el 78 % se considera totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el compromiso del equipo de la empresa con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción. Por ello, Harmon y Coney junto a Wu y Shaffer señalaron que el alcance de la experiencia y la confiabilidad de una empresa son elementos clave de su credibilidad, influyendo en la persuasión de los consumidores para patrocinarla (Molinillo et al., 2022).

Los resultados en SINAR NORTE probaron una buena percepción de los clientes sobre la disponibilidad del personal de la empresa, siendo esto una fortaleza que es necesario mantener e incluso reforzar con la aplicación de técnicas motivacionales dirigidas a los colaboradores. Asimismo, para garantizar un servicio de calidad que contribuya a la imagen corporativa, la empresa toma medidas como la capacitación continua del personal para mantener altos estándares de competencia y profesionalismo, el establecimiento de protocolos de control de calidad en todas las etapas del servicio, la atención personalizada a las necesidades específicas de cada cliente, y la atención rápida y efectiva a cualquier problema o inconveniente que

pueda surgir durante el proceso de prestación del servicio. De los resultados se puede inferir que el personal debe ser capacitado y entrenado en técnicas de calidad de servicio al cliente, pues esta resulta en la actualidad un factor de primera importancia al momento de generar satisfacción y lealtad en los clientes. De la misma manera es necesario trabajar más las competencias actitudinales y habilidades blandas a fin de que los colaboradores no solo asuman la importancia de la calidad del servicio al cliente, sino que además la apliquen de manera efectiva.

En relación con el octavo objetivo específico, analizar los valores corporativos y programas implementados en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, Lee y Kim (2020) argumentaron la importancia de los valores y programas, así como la responsabilidad social y sostenibilidad. Estos aspectos de la imagen corporativa de una empresa son importantes para los consumidores, cada vez más preocupados por el impacto social y medioambiental de las empresas con las que hacen negocios. Al respecto en los resultados de la investigación realizada en SINAR NORTE se pudo evidenciar que el 85 % de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la empresa demuestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa. Mientras que el 65 % se expresa totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios. Por su parte, los clientes refirieron la necesidad de que SINAR NORTE revise sus políticas comunicacionales con el mercado y en especial con sus clientes a fin de dar a conocer su política y prácticas de responsabilidad social y la gestión de los impactos de sus operaciones en la sociedad, en esa misma línea, Rivera et. al. (2020) al evaluar la gestión de una empresa de repuestos, centrándose en aspectos como el conocimiento de objetivos sociales por parte de los colaboradores y la comunicación entre los miembros del equipo, concluyeron que, a pesar de los desafíos, destaca una buena coordinación y ambiente laboral positivo gracias a la comunicación dentro de la empresa.

Finalmente, en la empresa de los resultados analizados se puede inferir que en la empresa se aplican principios éticos que fortalecen en cierto modo la cultura organizacional de SINAR NORTE Piura. Este es un factor destacable en la empresa que debiera ser mantenido de manera sostenida en el tiempo pues es un punto a favor para fortalecer la competitividad de la mencionada empresa.

Para el caso del noveno objetivo específico, evaluar la consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024. Molinillo et al. (2022) refirieron que la credibilidad corporativa, implica el grado en que una empresa es percibida como digna de confianza, fiable y competente, respecto a lo cual se han desarrollado herramientas de medición de la credibilidad corporativa, evaluando la percepción que los sujetos tienen de la empresa mediante escalas semánticas diferenciales. Al respecto, en los resultados encontrados en SINAR NORTE se aprecia que el 40 % de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo o en desacuerdo en que la empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción. Mientras que el 95 % considera estar totalmente de acuerdo o de acuerdo en que la confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito. Dentro de este contexto, Ordoñez y Sánchez (2021), plantearon un artículo respecto a la gestión por procesos e imagen institucional, el objetivo fue mejorar la imagen institucional a nivel municipal mediante la implementación de una gestión eficiente de procesos administrativos, donde se promovió la participación activa de todos los miembros del personal con el fin de obtener una perspectiva global de la gestión en el ámbito público, concluyeron que la gestión por procesos contribuye drásticamente a la eficiencia y participación de los empleados en la administración municipal.

Por su parte, en el caso de SINAR NORTE una de las principales debilidades de la empresa es la limitada experiencia en el mercado de la construcción, punto de vista que es compartido por los trabajadores y clientes de la empresa, lo que debe ser asumido como un reto por la empresa a efecto de consolidar su imagen como una organización de calidad en sus procesos y productos; no obstante, su confiabilidad en los proyectos es óptima, por lo que resulta importante seguir cuidando esa reputación y construir una imagen sólida progresivamente, lo cual le ayudará a ampliar su cobertura en el mercado local y regional de la construcción. En otro contexto, para garantizar la seguridad de empleados, clientes y la comunidad, SINAR NORTE implementa políticas y procedimientos de seguridad, proporciona capacitación en prevención de riesgos, realiza inspecciones regulares de seguridad y cumple con las normativas legales y estándares de la industria. Finalmente, para mantener y mejorar la confiabilidad en el tiempo, SINAR NORTE se debe enfocar más en mantener los altos estándares de calidad en sus servicios, cultivar relaciones sólidas con los clientes a través de la satisfacción y la confianza, y buscar

continuamente formas de innovar y adaptarse a las necesidades del mercado.

En cuanto al objetivo general, determinar la manera en que la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, según Tolentino (2020) la gestión de procesos es una forma de organizar el trabajo centrándose en mejorar continuamente las actividades de la organización, donde se identifican los procesos clave y hay un fuerte respaldo en estrategias, personas, procesos, infraestructura y tecnología. Al respecto, en la empresa se pudo evidenciar que el 60% de encuestados se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo con las estrategias de procesos de la empresa, sin embargo, un 30% se encuentra indeciso frente a ello, lo cual denota la necesidad de aplicar un enfoque de mejora continua y con la participación activa de los colaboradores a fin de que se comprometan e identifiquen en mayor nivel, lo cual requiere de un reforzamiento de las competencias del personal, pues se evidencia que un 35% de ellos no tiene una percepción favorable acerca de ello.

Asimismo, Serpell y Herdoiza (2019), en su artículo *Improving Organizational Performance of Construction Management Processes*, expusieron una metodología basada en la experiencia de una empresa chilena dedicada a la construcción e inmobiliaria, y enfatizaron en la necesidad de comprender las interconexiones entre distintos procesos organizativos y la importancia de intervenir en ellos de forma planificada y metódica, situación que no se observa completamente en SINAR NORTE donde respecto a los procesos el 30% se encuentra totalmente en desacuerdo o en desacuerdo y similar porcentaje se manifiesta indeciso frente a ello. Mientras que para las características de la tecnología el 40% se encuentra indeciso y solo el 35% se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo con estas características.

Con respecto a la segunda variable, imagen corporativa, esta es un constructo multidimensional que abarca atributos de producto, personas, relaciones, valores y programas, así como credibilidad corporativa. Cada dimensión es importante para los consumidores y las partes interesadas y puede influir en su percepción de la reputación y el éxito de una empresa (Ha, 2022). Lo cual no se refleja en su mayor parte en SINAR NORTE donde respecto a los atributos del producto el 45% se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo sin embargo el 35% se muestra indeciso ante ello. En este contexto, Bokovets y Pysmennyi (2022) en su artículo sobre el concepto de imagen corporativa, identificaron errores comunes cometidos

por directivos en la administración de la imagen y enfatizando en la imperante necesidad de implementar enfoques efectivos para su gestión. Asimismo, rescataron la importancia crítica de manejar la imagen de una empresa tanto interna como externamente para aumentar su competitividad y eficiencia. Situación que en SINAR NORTE no se cumple a cabalidad dado que en cuanto a la credibilidad corporativa el 40% se encuentra totalmente de acuerdo o de acuerdo, sin embargo, el 30% se manifiesta como indeciso al respecto.

V. CONCLUSIONES

1. Respecto a las estrategias de gestión de procesos de la empresa SINAR NORTE Piura, existe una fortaleza relativa de la empresa respecto a su compromiso estratégico y el cuidado de los líderes por las relaciones productivas, sin embargo, no queda claro para los trabajadores la aplicación práctica de los valores de la empresa.
2. En cuanto a las competencias que posee el personal de la empresa, existen debilidades relativas relacionadas con la disponibilidad de competencias en el recurso humano, así como la capacidad de liderazgo de quienes dirigen la empresa.
3. En el caso de la definición de los procesos de la empresa, se determinó la necesidad de fortalecer la definición de los procesos internos de la empresa, lo cual debería incluir la mejora continua de los procesos, ello se podría ver relacionado incluso con el rediseño de determinados procedimientos o actividades necesarias para llegar a satisfacer de mejor forma a los clientes, atendiendo claramente sus deseos y necesidades.
4. En cuanto a las características de la infraestructura de la empresa, se evidenció que este factor infraestructura presenta marcadas debilidades sobre todo en lo que respecta a la eficiencia de la organización de las áreas de producción, lo cual pasa también por limitaciones en el soporte de las áreas de servicio a las operaciones de la empresa.
5. En cuanto a la tecnología usada en la empresa SINAR NORTE Piura, 2024 los datos presentados expresan debilidades preocupantes sobre todo en lo que se relaciona con el soporte informático disponible en la empresa, considerando que este apoyo es vital para lograr una mejor operatividad.
6. En el caso de las características distintivas de los atributos de los productos ofrecidos por la empresa, se pudo evidenciar la necesidad de tomar medidas correctivas en cuanto principalmente a la disposición hacia innovar productos y servicios, para lo cual podrían ser muy útiles técnicas como el Design Thinking y herramientas como el mapa de empatía que pueden acercar más a la empresa

con los reales requerimientos de los clientes, cumpliendo y superando incluso las expectativas de estos, lo cual podría incluso fortalecer no solo la demanda sino además el posicionamiento de la empresa en el mediano y largo plazo.

7. En el caso de las características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa, se puede inferir que el personal debe ser capacitado y entrenado en técnicas de calidad de servicio al cliente, pues esta resulta en la actualidad un factor de primera importancia al momento de generar satisfacción y lealtad en los clientes.
8. En el caso de los valores corporativos y programas implementados en la empresa, se puede inferir que en la empresa se aplican principios éticos que fortalecen en cierto modo la cultura organizacional de SINAR NORTE Piura, lo cual incluso se vincula la aplicación de principios de seguridad y salud ocupacional. Este es un factor destacable en la empresa que debiera ser mantenido de manera sostenida en el tiempo pues es un punto a favor para fortalecer la competitividad de la mencionada empresa.
9. Respecto a la consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa, se evidenció que una de las principales debilidades de la empresa es la limitada experiencia en el mercado de la construcción, sin embargo, su confiabilidad en los proyectos es óptima.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se debe reforzar la cultura organizacional en SINAR NORTE con el objetivo de generar el mayor nivel de confianza posible, fomentando una comunicación más abierta y un mayor reconocimiento del trabajo, proporcionando un feedback constructivo. Asimismo, ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y evaluar periódicamente la cultura organizacional para identificar áreas de mejora.
2. Aplicar técnicas modernas de gestión del talento humano, como el coaching y el mentoring, de cara a mejorar la calidad de competencias en los colaboradores de todos los niveles, generando equipos de alto rendimiento, con una evaluación regular y la implementación de programas de reconocimiento y recompensa. Esto contribuirá a fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado de la construcción
3. Revisar el diseño de los procesos internos de la empresa relacionados directamente a la generación de valor agregado para satisfacer de mejor forma a los clientes, identificando áreas de mejora y eliminando cualquier paso innecesario o ineficiente, asimismo, estableciendo mejores métricas de desempeño, fortaleciendo la relación empresa-cliente.
4. Replantear las estrategias operativas y de apoyo, caso contrario la competitividad de la empresa seguirá viéndose afectada, considerando una implementación gradual y un monitoreo constante que permitan realizar ajustes según sea necesario, seguidos de una evaluación regular para impulsar la mejora continua y la optimización de sus operaciones.
5. Replantear el papel de los responsables del área administrativa y soporte de sistemas, pero sobre todo destinar recursos para mejorar efectivamente los programas, paquetes informáticos, equipos y capacitación del personal, de modo que este proceso se integre realmente con los demás procesos operativos de la empresa.
6. Reforzar las prácticas relacionadas a la innovación de productos y servicios, empleando técnicas como el Design Thinking y herramientas como el mapa de empatía. Asimismo, se debe propiciar una cultura organizacional que fomente la creatividad y la experimentación, colaborando con socios externos, escuchando activamente a los clientes y adoptando procesos ágiles de desarrollo.

7. Es necesario trabajar más las competencias actitudinales y habilidades blandas a fin de que los colaboradores no solo asuman la importancia de la calidad del servicio al cliente, sino que además la apliquen de manera efectiva. Para ello, se debe implementar programas de capacitación específicos que aborden áreas como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la resolución de problemas. Al priorizar el desarrollo de estas competencias, la empresa podrá fortalecer la eficacia y la cohesión del equipo, asimismo, promover el crecimiento profesional y personal de sus empleados.
8. La empresa debe seguir cuidando su reputación y construir una imagen sólida progresivamente, lo cual le ayudará a ampliar su cobertura en el mercado local y regional de la construcción. Para ello debe enfocarse no solo en la calidad del trabajo y cumplimiento de plazos, sino también en una comunicación transparente, prácticas sostenibles, así como en la adopción de tecnologías innovadoras.

REFERENCIAS

- Alzate, J., y Orozco, J. (2018). Stakeholders, actores estratégicos en la construcción de marca. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 16 (32), 95-109.
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). Metodología de la investigación. El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Barbosa, A., Bueno da Silva, L., Morioka, S., da Silva, J., y de Souza, V.. (2023) Integrated management systems and organizational performance: a multidimensional perspective. *Total Quality Management & Business Excellence* 34:11-12, pages 1469-1507. <https://doi.org/10.1080/14783363.2021.1893685>
- Bokovets. V. y Pysmennyi, R. (2022). Company image management. *Вісник Хмельницького національного університету*, 304(2(1)):128-130. DOI:10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-17
- Carrera, C., Ligña, C., Moreno, G., y Morales, R. (2018). Sistemas de gestión de la calidad. Ediciones Grupo Compás.
- De la Fuente, C. (2019). *Comunicación e Imagen Corporativa*. Editorial Elearning, S.L.
- Dessler, G. (2017). Human Resource Management. Pearson
- Drew (05 octubre 2023). Gestión Por Procesos. <https://www.wearedrew.co/gestion-por-procesos#primero>
- GlobalData UK LTD (2023). *Construction Market Size, Trends and Growth Forecasts by Regions and Countries, 2023-2027. Market Research Reports & Consulting*

| GlobalData UK Ltd. Disponible en:
<https://www.globaldata.com/store/report/construction-market-analysis/>.

Gonzales, R. y Cevallos, J. (2022). *Modelo de gestión con calidad de procesos y tecnología para la mejora del servicio aplicando ecuaciones estructurales. Industrial Data*, 25(1), 157-179. Epub 31 de julio de 2022. <https://dx.doi.org/10.15381/idata.v25i1.20769>

Ha, M. (2022). Greenwash and green brand equity: The mediating role of green brand image, green satisfaction, and green trust, and the moderating role of green concern. *Plos One*, 17(11), e0277421.

Hoła, B. (2015). Identification and evaluation of processes in a construction enterprise. *Archives of Civil and Mechanical Engineering*, 15(2), 419-426. <https://doi.org/10.1016/j.acme.2014.11.001>

Hossain, M. A., & Islam, M. A. (2019). The Impact of Organizational Culture on Employee Satisfaction and Productivity. *Journal of Business and Management*, 21(1), 1-12

Infraestructuras: tipos y su importancia hoy - Ferrovial. (22 de setiembre 2022). Ferrovial. <https://www.ferrovial.com/es/recursos/infraestructura/>

Kim, J. y Kim, WG (2021). El impacto de la responsabilidad social corporativa en la imagen corporativa y la fidelidad del cliente: probando el papel mediador de la confianza del cliente. *Revista de Gestión Hotelera y Turística*, 46, 1-10

Lee, SH y Kim, WG (2020). El impacto de la responsabilidad social corporativa en la imagen corporativa y la fidelidad del cliente: probando el papel mediador de la confianza del cliente. *Revista de Gestión Hotelera y Turística*, 47, 1-10.

Lozano, E (2020) *Imagen corporativa y gestión de proceso en el área de almacén de la empresa depósitos s.a., Lima, 2020* [Tesis de Grado, Título profesional de

- Administración, Universidad César Vallejo - Lima]. Repositorio Institucional – Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/79262>
- Maldonado, J. (22 de enero 2018). *Gestión de Procesos*. Issuu. https://issuu.com/joseangelmaldonado8/docs/gesti_n_de_procesos__2018_
- Mallar, M. (2010). La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente. *Visión de futuro*, 13(1), 0-0. <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>
- MetaSource (2023). *5 Business Process Management (BPM) Trends to Watch in 2023*. <https://www.metasource.com/document-management-workflow-blog/business-process-management-trends-2023/>
- Molinillo, S., Japutra, A., y Ekinci, Y. (2022). Building brand credibility: The role of involvement, identification, reputation and attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102819. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102819>
- Naciones Unidas (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/311197/agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible.pdf>
- Ordoñez, M. y Sánchez, K. (2021). Gestión por procesos e imagen institucional: en busca de mayor visibilidad municipal para los ciudadanos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 6444-6473.
- Ortiz, E., y Nagles, N. (2018). *Gestión de Tecnología e innovación: Teoría, proceso y práctica*. Ediciones EAN.
- Palomeque, J (2011) *Estandarización de procesos gerenciales en una empresa de construcción que desarrolla edificaciones para negocios con imagen corporativa* [Tesis de Maestría, Universidad de los Andes - Colombia].

Repositorio Institucional – Universidad de los Andes
<http://hdl.handle.net/1992/11685>

Palomino, C (2022) *Mejora de gestión de proceso de validación del servicio de proveedores aplicando Lean en una empresa constructora, Lima 2020 – 2021* [Tesis de Maestría, Grado de Gerencia de Operaciones y Logística, Universidad César Vallejo - Lima]. Repositorio Institucional – Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/112647>

Prykhodko, D., Zhaldak, R., Dykyi, O., Valinkevych, N., Malykhina, O., & Ishchenko, T. (2021). *Process-structural transformations as a priority vector for the development of an innovative platform for construction development. Management of Development of Complex Systems.* <https://doi.org/10.32347/2412-9933.2021.48.114-124>

Quiroa, M. (2023). *Proceso estratégico* | Economipedia. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/proceso-estrategico.html>

Quispe, J (2019) *Propuesta para el incremento de la productividad mediante la metodología de mejora continua en los procesos de las áreas de trabajo de una MYPE del tipo constructora* [Tesis de Grado, Título profesional de Ingeniería Industrial, Universidad Continental - Huancayo]. Repositorio Institucional U. Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/5928>

Rivera, K., Rugama, W., y Hernández, C. (2020). *Gestión del proceso administrativo para la toma de decisiones de la empresa Repuestos Mairena Flores en la ciudad de Estelí en el I semestre del año 2019.* Repositorio Institucional UNAN-Managua. <https://repositorio.unan.edu.ni/13212/1/19948.pdf>

- Sabelnikova, E. (17 de mayo 2023). *Six process management trends to follow in 2023*.
https://www.linkedin.com/pulse/six-process-management-trends-follow-2023-ekaterina-sabelnikova?utm_campaign=articles_sitemaps&utm_source=rss
- Saenz, A (2012). El Éxito de la Gestión de Proyectos Un nuevo enfoque entre lo tradicional y lo dinámico [Tesis de Ph.D., Administración y Dirección de Empresas, Universidad Ramón Llull - España]. Repositorio Institucional – Universidad Ramon Llull. <http://hdl.handle.net/10803/117483>
- Serpell, A. y Herdoiza, J. (2019). *Improving Organizational Performance of Construction Management Processes*.
<https://www.semanticscholar.org/paper/Improving-Organizational-Performance-of-Management-Serpell-Herdoiza/0c81af58753b924c8030d50ca83455893cdbc1b>
- Tolentino, L. (2020). *Gestión de procesos y la rentabilidad en la empresa Mana Alimentos S.R.L.*, Lince 2020. [Tesis de Grado - Universidad César Vallejo - Lima]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/52077>.
- Valdivia, G. (27 de junio de 2023). *Expectativas de empresas de la construcción se deterioran para el 2023 / Entrevistado por Alessandro Azurín*. Gestión. <https://gestion.pe/economia/capeco-expectativas-de-constructoras-se-deterioran-al-cierre-del-2023-noticia/?ref=gesr>
- Van, W. (13 de junio 2023). *What's next in process mining - evolution and innovation*. Diginomica. <https://diginomica.com/whats-next-process-mining-evolution-and-innovation>
- Veh, A., Göbel, M., y Vogel, R. (2018). Corporate reputation in management research: a review of the literature and assessment of the concept. *Business Research*, 12(2), 315–353. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0080-4>

Woong Young, S., y Ki Yoon, C. (2011). Sustainable Business Process Management Model for Construction Companies. 28th International Symposium on Automation and Robotics in Construction, Seoul, Korea.
<https://doi.org/10.22260/ISARC2011/0079>

ANEXOS

ANEXO 1. TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

Variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Procesos	Es el conjunto de actividades, métodos y prácticas empleadas con el fin de administrar, controlar y mejorar los procesos dentro de una organización, logrando mayores niveles de calidad, eficiencia y satisfacción del cliente (Maldonado, 2018).	La gestión de procesos en el presente estudio se definirá en 5 dimensiones como son: Estrategias, personas, procesos, infraestructura y tecnología. Los instrumentos que permitirán medir las dimensiones serán el cuestionario y la guía de entrevista.	Estrategias Personal Procesos Infraestructura Tecnología	Compromiso Valores Liderazgo Comunicación Interna Competencias Genéricas Equipo Directivo Rediseño de Procesos Procesos inherentes al cliente Áreas de Producción Áreas de Servicio Áreas de Mejora Continua Software Hardware TIC's Redes Sociales	Ordinal

Variable de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
Imagen Corporativa	De la Fuente (2019) sostiene que la imagen corporativa es la identidad de la marca, lo que implica que la percepción de los clientes con respecto a sus valores o atributos, percepción de sus productos y/o servicios que ofrece, comunicación, adaptación a los cambios, como desarrolla sus actividades, entre otros.	Para poder medir la variable denominada Imagen Corporativa se plantea cuatro (04) dimensiones: atributos del producto, personas y relaciones, valores y programas y credibilidad corporativa. Las mismas que contarán con 09 (nueve) indicadores. Los instrumentos que permitirán medir las dimensiones serán el cuestionario y la guía de entrevista.	Atributos del Producto Personas y Relaciones Valores y Programas Credibilidad Corporativa	Disponibilidad Innovación Servicio Cualidades del Personal Compromiso con los Clientes Acciones de responsabilidad social empresarial Seguridad Experiencia Confiabilidad	Ordinal

ANEXO 02. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
CUESTIONARIO A LOS TRABAJADORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

N° _____

Estimado/a participante.

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo determinar la manera como la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo:

jjimenezfebre@ucvvirtual.edu.pe o febrej541@gmail.com

La escala de medición consta:

(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indeciso (2) En desacuerdo

(1) Totalmente en desacuerdo

DATOS ESPECÍFICOS

ÍTEMS						
VARIABLE I: GESTIÓN DE PROCESOS						
Estrategias		5	4	3	2	1
1	La empresa SINAR NORTE Piura demuestra un compromiso claro con sus objetivos estratégicos					
2	Los valores de la empresa se reflejan en sus prácticas y decisiones cotidianas					
3	El liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo					
Personal		5	4	3	2	1
4	La comunicación interna en la empresa es efectiva y facilita la colaboración entre los equipos					

5	Los empleados poseen las competencias genéricas necesarias para cumplir con sus responsabilidades					
6	El equipo directivo de SINAR NORTE Piura proporciona una guía efectiva y apoyo a los empleados					
Procesos		5	4	3	2	1
7	Se lleva a cabo un proceso regular de rediseño para mejorar la eficiencia y efectividad					
8	Los procesos enfocados en satisfacer las necesidades del cliente están claramente definidos					
9	Se implementan medidas de mejora continua en los procesos de la empresa					
Infraestructura		5	4	3	2	1
10	Las áreas de producción están organizadas de manera eficiente para maximizar la productividad					
11	Las áreas de servicio proporcionan un soporte efectivo a las operaciones de la empresa					
12	Se promueve la innovación y la optimización en todas las áreas de mejora continua					
Tecnología		5	4	3	2	1
13	El software utilizado en SINAR NORTE Piura está actualizado y optimizado para las operaciones					
14	La infraestructura de hardware respalda las necesidades tecnológicas de la empresa					
15	Las tecnologías de la información y comunicación (TICs) se integran eficazmente en los procesos de trabajo					
16	Las redes sociales son utilizadas estratégicamente para fortalecer la imagen corporativa					

VARIABLE II: IMAGEN CORPORATIVA						
ITEMS						
Atributos del Producto		5	4	3	2	1
17	La disponibilidad de nuestros productos cumple con las expectativas de los clientes					
18	Nuestra empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios					
19	El servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.					
Personas y relaciones		5	4	3	2	1
20	Nuestro personal posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional					
21	El compromiso de nuestro equipo con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción					
Valores y programas		5	4	3	2	1
22	SINAR NORTE Piura demuestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa					
23	La empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios					
Credibilidad corporativa		5	4	3	2	1
24	Nuestra empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción					
25	La confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito					
DATOS GENERALES						
<p>1. Edad : _____ 3. Estado civil : _____</p> <p>2. Sexo : _____ 4. Ocupación : _____</p> <p style="text-align: right;">Fecha: _____</p>						

CUESTIONARIO A LOS CLIENTES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

N° _____

Estimado/a participante.

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria

SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo de determinar la manera como la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: jjimenezfebre@ucvvirtual.edu.pe o febrej541@gmail.com

La escala de medición consta:

(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indeciso (2) En desacuerdo

(1) Totalmente en desacuerdo

DATOS ESPECÍFICOS

ITEMS						
VARIABLE II: IMAGEN CORPORATIVA						
Atributos del Producto		5	4	3	2	1
1	La disponibilidad de los productos cumple con las expectativas de los clientes					
2	La empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios					
3	El servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.					
Personas y relaciones		5	4	3	2	1
4	El personal posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional					
5	El compromiso del equipo de la empresa con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción					

Valores y programas		5	4	3	2	1
6	SINAR NORTE Piura demuestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa					
7	La empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios					
Credibilidad corporativa		5	4	3	2	1
8	La empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción					
9	La confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito					
DATOS GENERALES						
<p>1. Edad : _____ 3. Estado civil : _____</p> <p>2. Sexo : _____ 4. Ocupación : _____</p> <p style="text-align: right;">Fecha: _____</p>						

GUÍA DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Fecha: 15/04/2024

Nombre del entrevistado: MAICON YACSON GALVEZ FEBRE

Yo, como gerente general con DNI 48340433 en forma voluntaria; Sí (x) NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo de determinar la manera como la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviarla al correo: jjimenezfebre@ucvvirtual.edu.pe o también febrej541@gmail.com

Preguntas:

Variable 1: Gestión por Procesos

A. Estrategias:

1. ¿Qué medidas ha implementado para fortalecer el compromiso de los empleados con los objetivos organizacionales?

Para fortalecer el compromiso de los empleados, en SINAR NORTE se han implementado medidas como programas de capacitación continua, reconocimiento del desempeño destacado, y promoción de un ambiente de trabajo colaborativo y de apoyo mutuo.

2. ¿Cuáles son los valores fundamentales que guían las operaciones y decisiones en SINAR NORTE?

Los valores fundamentales que guían las operaciones y decisiones en SINAR NORTE son la excelencia en la ejecución de proyectos, el compromiso con los clientes, la responsabilidad hacia el medio ambiente y la sostenibilidad.

3. ¿Cómo lidera y fomenta el liderazgo dentro de la organización?

El liderazgo en SINAR NORTE se fomenta a través de un enfoque participativo y transparente, donde se promueve el desarrollo profesional y personal de los empleados, se fomenta la comunicación abierta y se reconocen y premian las habilidades de liderazgo y la iniciativa.

B. Personal:

4. ¿Qué estrategias utiliza para garantizar una comunicación efectiva entre todos los niveles de la organización?

Para garantizar una comunicación efectiva entre todos los niveles de la organización, en SINAR NORTE se utilizan estrategias como reuniones regulares de equipo, canales de comunicación abiertos y transparentes, uso de tecnología para facilitar la comunicación remota, y fomento de una cultura de retroalimentación constructiva.

5. ¿Qué importancia le atribuye a la formación continua para mejorar las competencias de sus empleados?

En SINAR NORTE se atribuye una alta importancia a la formación continua para mejorar las competencias de sus empleados. Se ofrecen programas de capacitación interna y externa, se promueve la participación en cursos y talleres relevantes para el trabajo, y se apoya el desarrollo profesional a través de la adquisición de nuevas habilidades y conocimientos.

C. Procesos:

6. ¿Cómo se gestionan los procesos que impactan directamente en la experiencia del cliente?

En SINAR NORTE, los procesos que impactan directamente en la experiencia del cliente se gestionan mediante un enfoque centrado en el cliente. Se establecen estándares de calidad y se implementan controles de calidad en cada etapa del proyecto. Además, se asigna personal capacitado y dedicado para atender las necesidades específicas de cada cliente, desde la etapa de consulta inicial hasta la entrega final del proyecto.

7. ¿Qué medidas toma para asegurar la satisfacción y fidelidad del cliente a través de los procesos?

Para asegurar la satisfacción y fidelidad del cliente, SINAR NORTE toma varias medidas, como mantener una comunicación abierta y fluida con el cliente durante todo el proceso del proyecto, realizar seguimientos periódicos para garantizar que se cumplan sus expectativas, resolver cualquier problema de manera oportuna y eficiente, y buscar constantemente formas de mejorar la calidad y la experiencia del servicio ofrecido. Además, se solicita retroalimentación al cliente al finalizar cada proyecto para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

D. Infraestructura:

8. ¿Qué estrategias utiliza para optimizar la eficiencia en las áreas de producción?

Para optimizar la eficiencia en las áreas de producción, en SINAR NORTE se utilizan estrategias como la implementación de tecnología avanzada para agilizar los procesos, la capacitación constante del personal para mejorar sus habilidades y conocimientos, el establecimiento de estándares de producción claros y medibles, y el monitoreo continuo del rendimiento y la eficiencia de los procesos para identificar y abordar áreas de mejora.

9. ¿Qué medidas toma para garantizar la calidad y eficacia en la prestación de servicios?

Para garantizar la calidad y eficacia en la prestación de servicios, SINAR NORTE toma medidas como la implementación de sistemas de control de calidad rigurosos en cada etapa del proceso de servicio, la asignación de personal capacitado y experimentado para cada proyecto, el seguimiento periódico de la satisfacción del cliente y la retroalimentación, la revisión constante de los procesos para identificar y corregir posibles problemas, y el cumplimiento estricto de los estándares y regulaciones pertinentes en la industria de la construcción.

E. Tecnología:

10. ¿Cuál es la estrategia de la empresa en relación con el uso de redes sociales?

La estrategia de SINAR NORTE en redes sociales se enfoca en la promoción de sus servicios, la interacción con clientes potenciales y la difusión de contenido relevante sobre proyectos y logros de la empresa.

11. ¿Cómo utiliza las redes sociales para fortalecer la imagen corporativa de SINAR NORTE?

SINAR NORTE utiliza las redes sociales para compartir contenido relacionado con sus proyectos destacados, testimonios de clientes satisfechos, noticias del sector y actualizaciones sobre la empresa, fortaleciendo así su imagen corporativa como una empresa confiable y profesional en el campo de la consultoría y construcción.

Variable 2: Imagen Corporativa

D. Atributos del Producto:

12. ¿Cómo fomenta la innovación en el desarrollo de nuevos productos o servicios?

SINAR NORTE fomenta la innovación en el desarrollo de nuevos productos o servicios mediante la creación de un ambiente de trabajo que valora la creatividad y el pensamiento fuera de lo común. Se promueve la participación activa de los empleados en la generación de ideas y soluciones innovadoras, se asignan recursos para la investigación y desarrollo, y se realizan alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones para incorporar nuevas tecnologías y enfoques en la oferta de servicios.

13. ¿Qué medidas toma para garantizar un servicio de calidad que contribuya a la imagen corporativa?

Para garantizar un servicio de calidad que contribuya a la imagen corporativa, SINAR NORTE toma medidas como la capacitación continua del personal para mantener altos estándares de competencia y profesionalismo, el establecimiento de protocolos de control de calidad en todas las etapas del servicio, la atención personalizada a las necesidades específicas de cada cliente, y la atención rápida y efectiva a cualquier problema o inconveniente que pueda surgir durante el proceso de prestación del servicio.

B. Personas y Relaciones:

14. ¿Cómo selecciona y desarrolla las cualidades del personal que representará a la empresa?

SINAR NORTE selecciona y desarrolla las cualidades del personal que representará a la empresa a través de procesos de reclutamiento basados en competencias, evaluaciones continuas del desempeño y programas de capacitación y desarrollo profesional adaptados a las necesidades individuales de cada empleado.

15. ¿Qué importancia tiene para usted formación y desarrollo del personal en la construcción de la imagen corporativa?

La formación y desarrollo del personal son de suma importancia para SINAR NORTE en la construcción de su imagen corporativa, ya que un personal capacitado y competente contribuye a la excelencia en el servicio ofrecido, reflejando así los valores y la calidad de la empresa ante los clientes y la comunidad en general.

C. Valores y Programas:

16. ¿Cuáles son las principales iniciativas de responsabilidad social corporativa de SINAR NORTE?

Las principales iniciativas de responsabilidad social corporativa de SINAR NORTE incluyen programas de apoyo a la comunidad local, acciones para promover la sostenibilidad ambiental y proyectos de responsabilidad social en áreas de influencia de la empresa.

17. ¿Qué medidas toma para garantizar la seguridad de sus empleados, clientes y la comunidad en general?

Para garantizar la seguridad de empleados, clientes y la comunidad, SINAR NORTE implementa políticas y procedimientos de seguridad, proporciona capacitación en prevención de riesgos, realiza inspecciones regulares de seguridad y cumple con las normativas legales y estándares de la industria.

D. Credibilidad Corporativa:

18. ¿Cómo garantiza una experiencia positiva para sus clientes en todos los puntos de contacto?

SINAR NORTE garantiza una experiencia positiva para sus clientes en todos los puntos de contacto mediante un servicio personalizado, una comunicación clara y transparente, la atención rápida a sus necesidades y la resolución eficiente de cualquier problema que pueda surgir.

19. ¿Qué medidas toma para mantener y mejorar la confiabilidad de la empresa en el tiempo?

Para mantener y mejorar la confiabilidad en el tiempo, SINAR NORTE se enfoca en mantener altos estándares de calidad en sus servicios, cultivar relaciones sólidas con los clientes a través de la satisfacción y la confianza, y buscar continuamente formas de innovar y adaptarse a las necesidades del mercado.

	(2) En desacuerdo
	(1) Totalmente en desacuerdo

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de procesos	Estrategias	Son cruciales para el logro de los objetivos de la organización, ya que permiten alinear las acciones con las metas establecidas. Por lo tanto, se evalúa el rendimiento de un proceso comparándolo con un estándar de excelencia funcional. (Mallar, 2010).
	Personal	según Dessler (2017), en su libro Human Resource Management, la gestión de personal implica la adquisición, el desarrollo y la retención de una mano de obra de alto rendimiento.
	Procesos	Los procesos de una organización contribuyen a la consecución de sus objetivos, ya que los resultados de los procesos individuales tienen un impacto en los resultados globales de la organización (Quiroa, 2023).
	Infraestructura	Administrar la infraestructura implica identificar los recursos necesarios para llevar a cabo los procesos, planificar y mantenerlos, además de mejorar de manera constante la infraestructura para asegurar su alineación con los objetivos de la organización. (Carrera et al., 2018).
	Tecnología	Gonzales y Cevallos (2022), la tecnología es vista como un componente vital y prioritario de la gestión global en organizaciones que buscan ser competitivas en la era del conocimiento.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario dirigido a colaboradores de la empresa Sinar Norte elaborado por Jiménez Febre Jairon y Raymundo Torres Martin Alonso en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.

El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: cuestionario dirigido a colaboradores de la empresa Sinar Norte.

- Primera dimensión: **Estrategias**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentran las estrategias**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Compromiso	La empresa SINAR NORTE Piura demuestra un compromiso claro con sus objetivos estratégicos	4	4	4	
Valores	Los valores de la empresa se reflejan en sus prácticas y decisiones cotidianas	4	4	4	
Liderazgo	El liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Personal**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el personal**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Comunicación interna	La comunicación interna en la empresa es efectiva y facilita la colaboración entre los equipos	4	4	4	
Competencias genéricas	Los empleados poseen las competencias genéricas necesarias para cumplir con sus responsabilidades	4	4	4	

Equipo directivo	El equipo directivo de SINAR NORTE Piura proporciona una guía efectiva y apoyo a los empleados	4	4	4	
------------------	--	---	---	---	--

- Tercera dimensión: **Procesos**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentran los procesos**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Rediseño de procesos	Se lleva a cabo un proceso regular de rediseño para mejorar la eficiencia y efectividad	4	4	4	
Procesos inherentes al cliente	Los procesos enfocados en satisfacer las necesidades del cliente están claramente definidos	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Infraestructura**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la infraestructura**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Áreas de producción	Las áreas de producción están organizadas de manera eficiente para maximizar la productividad	4	4	4	
Áreas de servicio	Las áreas de servicio proporcionan un soporte efectivo a las operaciones de la empresa	4	4	4	

Áreas de mejora continua	Se promueve la innovación y la optimización en todas las áreas de mejora continua	4	4	4	
--------------------------	---	---	---	---	--

- Quinta dimensión: **Tecnología**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la tecnología**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Software	El software utilizado en SINAR NORTE Piura está actualizado y optimizado para las operaciones	4	4	4	
Hardware	La infraestructura de hardware respalda las necesidades tecnológicas de la empresa	4	4	4	
TIC's	Las tecnologías de la información y comunicación (TICs) se integran eficazmente en los procesos de trabajo	4	4	4	
Redes sociales	Las redes sociales son utilizadas estratégicamente para fortalecer la imagen corporativa	4	4	4	



Lc. Adm. GUSTAVO A. ZURITA RAMOS
 REG. UNIC. COLEG. N° 05861
 RUC N° 10038649441

Firma del evaluador

DNI: 03664944

	(2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo
--	---

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Imagen corporativa	Atributos del producto	Según Kim y Kim (2021), Los atributos de un producto son los elementos, tanto concretos como abstractos, de un bien o servicio que impactan en la impresión que los consumidores tienen sobre la imagen institucional.
	Personas y relaciones	Esta dimensión de la imagen corporativa está estrechamente relacionada con la reputación corporativa, que se desarrolla con el tiempo y se ve influida por las acciones y comportamientos de una empresa (Veh et al., 2018).
	Valores y programas	Estos aspectos de la imagen corporativa de una empresa son importantes para los consumidores, cada vez más preocupados por el impacto social y medioambiental de las empresas con las que hacen negocios (Lee y Kim, 2020).
	Credibilidad corporativa	Keller y Aaker desarrollaron la herramienta de medición de la credibilidad corporativa, que evalúa la percepción que los sujetos tienen de la empresa mediante seis escalas semánticas diferenciales (Molinillo et al., 2022).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario dirigido a clientes de la empresa Sinar Norte elaborado por Jiménez Febre Jairon y Raymundo Torres Martin Alonso en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.

El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: cuestionario dirigido a clientes de la empresa Sinar Norte.

- Primera dimensión: **Atributos del Producto**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentran los atributos del producto**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Disponibilidad	La disponibilidad de nuestros productos cumple con las expectativas de los clientes	4	4	4	
Innovación	Nuestra empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios	4	4	4	
Servicio	El servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Personas y relaciones**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra las personas y relaciones**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Cualidades del personal	Nuestro personal posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional	4	4	4	

Compromiso con los clientes	El compromiso de nuestro equipo con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción	4	4	4	
-----------------------------	---	---	---	---	--

- Tercera dimensión: **Valores y programas**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentran los valores y programas**

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Responsabilidad social corporativa	SINAR NORTE Piura demuestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa	4	4	4	
Seguridad	La empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Credibilidad corporativa**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la credibilidad corporativa**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Experiencia	Nuestra empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción	4	4	4	
Confiabilidad	La confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito	4	4	4	



Lic. Adm. Adrian Colomer Wintre
REG. UNIC. DE COLEG. N° 2499

Firma del evaluador

CE 000969101

Evaluación por juicio de expertos

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**cuestionario a colaboradores de la empresa Sinar Norte**”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	José Martin Lazo Sánchez
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Gestión de organizaciones
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica:	No corresponde

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: Escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Validación de cuestionario a colaboradores
Autores:	Jiménez Febre, Jairon Raymundo Torres, Martin Alonso
Procedencia:	Piura
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	10 - 15 minutos
Ámbito de aplicación:	Piura
Significación:	(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indeciso

	(2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo
--	---

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de procesos	Estrategias	Son cruciales para el logro de los objetivos de la organización, ya que permiten alinear las acciones con las metas establecidas. Por lo tanto, se evalúa el rendimiento de un proceso comparándolo con un estándar de excelencia funcional. (Mallar, 2010).
	Personal	según Dessler (2017), en su libro Human Resource Management, la gestión de personal implica la adquisición, el desarrollo y la retención de una mano de obra de alto rendimiento.
	Procesos	Los procesos de una organización contribuyen a la consecución de sus objetivos, ya que los resultados de los procesos individuales tienen un impacto en los resultados globales de la organización (Quiroa, 2023).
	Infraestructura	Administrar la infraestructura implica identificar los recursos necesarios para llevar a cabo los procesos, planificar y mantenerlos, además de mejorar de manera constante la infraestructura para asegurar su alineación con los objetivos de la organización. (Carrera et al., 2018).
	Tecnología	Gonzales y Cevallos (2022), la tecnología es vista como un componente vital y prioritario de la gestión global en organizaciones que buscan ser competitivas en la era del conocimiento.

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario dirigido a colaboradores de la empresa Sinar Norte elaborado por Jiménez Febre Jairon y Raymundo Torres Martin Alonso en el año 2023, de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.

El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: cuestionario dirigido a colaboradores de la empresa Sinar Norte.

- Primera dimensión: **Estrategias**

- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentran las estrategias**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Compromiso	La empresa SINAR NORTE Piura demuestra un compromiso claro con sus objetivos estratégicos	4	4	4	
Valores	Los valores de la empresa se reflejan en sus prácticas y decisiones cotidianas	4	4	4	
Liderazgo	El liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Personal**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra el personal**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comunicación interna	La comunicación interna en la empresa es efectiva y facilita la colaboración entre los equipos	4	4	4	
Competencias genéricas	Los empleados poseen las competencias genéricas necesarias para cumplir con sus responsabilidades	4	4	4	
Equipo directivo	El equipo directivo de SINAR NORTE Piura proporciona una guía efectiva y apoyo a los empleados	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Procesos**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentran los procesos**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Rediseño de procesos	Se lleva a cabo un proceso regular de rediseño para mejorar la eficiencia y efectividad	4	4	4	
Procesos inherentes al cliente	Los procesos enfocados en satisfacer las necesidades del cliente están claramente definidos	4	4	4	

- Cuarta dimensión: **Infraestructura**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la infraestructura**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Áreas de producción	Las áreas de producción están organizadas de manera eficiente para maximizar la productividad	4	4	4	
Áreas de servicio	Las áreas de servicio proporcionan un soporte efectivo a las operaciones de la	4	4	4	

	empresa				
Áreas de mejora continua	Se promueve la innovación y la optimización en todas las áreas de mejora continua	4	4	4	

- Quinta dimensión: **Tecnología**
- Objetivos de la Dimensión: **Medir el nivel en que se encuentra la tecnología**

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Software	El software utilizado en SINAR NORTE Piura está actualizado y optimizado para las operaciones	4	4	4	
Hardware	La infraestructura de hardware respalda las necesidades tecnológicas de la empresa	4	4	4	
TIC's	Las tecnologías de la información y	4	4	4	

	comunicación (TICs) se integran eficazmente en los procesos de trabajo				
Redes sociales	Las redes sociales son utilizadas estratégicamente para fortalecer la imagen corporativa	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI: 02778943

ANEXO 4. CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Gestión de Procesos para consolidar la Imagen

Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024

Investigador (a) (es): Jiménez Febre, Jairon y Raymundo Torres, Martin Alonso.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024, cuyo objetivo es determinar la manera como la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Piura, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se va a generar información valiosa sobre como la gestión de procesos influye en la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024.

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en modalidad virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participo no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) Jiménez Febre, Jairon (email: jjimenezfebre@ucvvirtual.edu.pe)

Raymundo Torres, Martin Alonso (email: mraymundoto2694@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor Castillo Palacios, Freddy William, al correo electrónico fwcastillop@ucvvirtual.edu.pe o con el Comité de Ética de etica-administracion@ucv.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos

Fecha

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*

ANEXO 5. TABLA DE CONSISTENCIA

Tema	Problema de Investigación	Objetivo de la Investigación	Método
Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024	Problema General: ¿Cómo la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024?	Objetivo General: Determinar la manera como la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024	Tipo de investigación: Aplicada Enfoque: Mixto
	Problemas específicos: (a) ¿Qué características presentan las estrategias de gestión de procesos de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024? (b) ¿Qué competencias posee el personal de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024? (c) ¿Cómo se presentan los procesos en la empresa SINAR NORTE, Piura 2024? (d) ¿Qué características tienen la infraestructura de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024? (e) ¿Qué tecnología está siendo utilizada por la empresa SINAR NORTE, Piura 2024? (f) ¿Cuáles son las características distintivas de los atributos de los productos de la empresa SINAR NORTE, Piura en el año 2024? (g) ¿Qué características definen a las personas y relaciones dentro de la empresa SINAR NORTE, Piura en el año 2024? (h) ¿Cuáles son los valores y programas implementados en la empresa SINAR NORTE, Piura para el año 2024? (i) ¿En qué consiste la credibilidad corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura en el año 2024?	Objetivos Específicos (a) Identificar las estrategias de la gestión de procesos de la empresa SINAR, NORTE Piura 2024 (b) Identificar las competencias que posee el personal de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024 (c) Definir los procesos de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024 (d) Determinar las características de la infraestructura de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024 (e) Identificar la tecnología usada en la empresa SINAR NORTE, Piura 2024 (f) Identificar las características distintivas de los atributos de los productos ofrecidos por la empresa SINAR NORTE, Piura 2024 (g) Comprender las características que definen a las personas y las relaciones dentro de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024 (h) Analizar los valores corporativos y programas implementados en la empresa SINAR NORTE, Piura 2024 (i) Evaluar la consistencia de la credibilidad corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024	Diseño y nivel: No experimental Descriptivo Transversal Población y muestra (censal): 20 colaboradores 50 clientes Técnicas e instrumentos: Encuesta/entrevista Cuestionario/Guía de entrevista
	Método de análisis: Estadístico		

ANEXO 6

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20610078061
Sinar Norte	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Maicon Yacson Galvez Febre	DNI: 48340433

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo, autorizo [x], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autores: Jiménez Febre, Jairon Raymundo Torres, Martin Alonso	DNI: 76743482 71130672

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:



(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal “c” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

ANEXO 7. TESTIMONIO FOTOGRÁFICO

Colaborador de la empresa “Sinar Norte”



Nota: Obtenida de la aplicación de la encuesta

Colaborador de la empresa “Sinar Norte”



Nota: Obtenida de la aplicación de la encuesta

Cliente de la empresa "Sinar Norte"



Nota: Obtenida de la aplicación de la encuesta

Cliente de la empresa "Sinar Norte"



Nota: Obtenida de la aplicación de la encuesta

Aplicación de la entrevista al gerente de la empresa “Sinar Norte”



Nota: Obtenida de la aplicación de la entrevista

ANEXO 8. ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Jiménez Febre, Jairon Raymundo Torres, Martin Alonso
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024
1.3. ESCUELA PROFESIONAL:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	Cuestionario para <i>medir la variable:</i> Gestión de Procesos
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO:	<i>KR-20 Kuder - Richardson</i> ()
	<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN:	06/ 11 /2023
1.7. MUESTRA APLICADA	05 trabajadores

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.802 o (80.2%) , que según George y Mallery (2003, p.31) el cuestionario tiene una confiabilidad definida como EXCELENTECONFIABILIDAD con respecto a la variable Gestión de Procesos .
---	--

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)


 Estudiante: Jimenez Febre Jairon
 DNI: 76743482



 ING. GROOVER VALENTY MILLANUEVA BUTRÓN
 Ing. Industrial en Investigación de Operaciones
 C.I.P. 113341
 MAESTRIA EN ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN
 DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN


 Estudiante: Raymundo Torres Martin Alonso
 DNI: 71130672

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Jiménez Febre, Jairon Raymundo Torres, Martin Alonso
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024
1.3. ESCUELA PROFESIONAL :	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Cuestionario para <i>medir la variable:</i> Imagen Corporativa
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	<i>KR-20 Kuder - Richardson</i> ()
	<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	06/ 11 /2023
1.7. MUESTRA APLICADA :	05 clientes

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.845 o (84.50%) , que según George y Mallery (2003, p.31) el cuestionario tiene una confiabilidad definida como EXCELENTE CONFIABILIDAD con respecto a la variable Imagen Corporativa .
---	---

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)


 Estudiante: Jimenez Febre Jairon
 DNI: 76743482



 ING. GRODVER VALENTY MILLANUEVA BUIRON
 Ing. Industrial en Investigación de Operaciones
 C.I.P. 113341
 MAESTRIA EN ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN
 DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN


 Estudiante: Raymundo Torres Martin Alonso
 DNI: 71130672

ANEXO 9. MATRIZ DE INSTRUMENTOS

Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024					INSTRUMENTO: Cuestionario		
Problema	Objetivo	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems
¿Cómo la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024?	Determinar la manera como la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024	X: Gestión de Procesos	X1.1	Compromiso	Cuestionario	1	La empresa SINAR NORTE Piura demuestra un compromiso claro con sus objetivos estratégicos
			X1.2	Valores		1	Los valores de la empresa se reflejan en sus prácticas y decisiones cotidianas
			X1.3	Liderazgo		1	El liderazgo en SINAR NORTE Piura fomenta un ambiente de trabajo positivo y productivo
			X2.1	Comunicación Interna		1	La comunicación interna en la empresa es efectiva y facilita la colaboración entre los equipos
			X2.2	Competencias Genéricas		1	Los empleados poseen las competencias genéricas necesarias para cumplir con sus responsabilidades
			X2.3	Equipo Directivo		1	El equipo directivo de SINAR NORTE Piura proporciona una guía efectiva y apoyo a los empleados
			X3.1	Rediseño de Procesos		2	Se lleva a cabo un proceso regular de rediseño para mejorar la eficiencia y efectividad Se implementan medidas de mejora continua en los procesos de la empresa
			X3.2	Procesos inherentes al cliente		1	Los procesos enfocados en satisfacer las necesidades del cliente están claramente definidos
			X4.1	Áreas de Producción		1	Las áreas de producción están organizadas de manera eficiente para maximizar la productividad
			X4.2	Áreas de Servicio		2	Las áreas de servicio proporcionan un soporte efectivo a las operaciones de la empresa
			X4.3	Áreas de Mejora Continua		1	Se promueve la innovación y la optimización en todas las áreas de mejora continua
			X5.1	Software		1	El software utilizado en SINAR NORTE Piura está actualizado y optimizado para las operaciones

Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024					INSTRUMENTO: Cuestionario		
Problema	Objetivo	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems
			X5.2	Hardware	Cuestionario	1	La infraestructura de hardware respalda las necesidades tecnológicas de la empresa
			X5.3	TIC's		1	Las tecnologías de la información y comunicación (TICs) se integran eficazmente en los procesos de trabajo
			X5.4	Redes Sociales		1	Las redes sociales son utilizadas estratégicamente para fortalecer la imagen corporativa
		Y: Imagen Corporativa	Y1.1	Disponibilidad		1	La disponibilidad de nuestros productos cumple con las expectativas de los clientes
			Y1.2	Innovación		1	Nuestra empresa se destaca por su constante innovación en productos y servicios
			Y1.3	Servicio		1	El servicio al cliente es una prioridad en todas las operaciones de SINAR NORTE Piura.
			Y2.1	Cualidades del Personal		1	Nuestro personal posee las cualidades necesarias para brindar un servicio excepcional
			Y2.2	Compromiso con los Clientes		1	El compromiso de nuestro equipo con la satisfacción del cliente es evidente en cada interacción
			Y3.1	Responsabilidad Social Corporativa		1	SINAR NORTE Piura demuestra un fuerte compromiso con la responsabilidad social corporativa
			Y3.2	Seguridad		1	La empresa prioriza la seguridad en todas las facetas de sus operaciones y servicios
			Y4.1	Experiencia		1	Nuestra empresa cuenta con una amplia experiencia en el mercado de la construcción
			Y4.2	Confiabilidad		1	La confiabilidad de SINAR NORTE Piura se refleja en cada proyecto entregado con éxito

Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024					INSTRUMENTO: Guía de Entrevista		
Problema	Objetivo	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems
¿Cómo la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024?	Determinar la manera como la gestión de procesos puede consolidar la imagen corporativa de la empresa SINAR NORTE, Piura 2024	X: Gestión de Procesos	X1.1	Compromiso	Entrevista / Guía de entrevista	2	¿Cómo describe el compromiso de su empresa con sus empleados y clientes? ¿Qué medidas ha implementado para fortalecer el compromiso de los empleados con los objetivos organizacionales?
			X1.2	Valores		2	¿Cuáles son los valores fundamentales que guían las operaciones y decisiones en SINAR NORTE? ¿Cómo se asegura de que los valores de la empresa se reflejen en todas las actividades y procesos?
			X1.3	Liderazgo		2	¿Cómo lidera y fomenta el liderazgo dentro de la organización? ¿Cómo se asegura de que el liderazgo esté alineado con la visión y misión de la empresa?
			X2.1	Comunicación Interna		2	¿Cómo se gestiona la comunicación interna en SINAR NORTE? ¿Qué estrategias utiliza para garantizar una comunicación efectiva entre todos los niveles de la organización?
			X2.2	Competencias Genéricas		1	¿Qué importancia le atribuye a la formación continua para mejorar las competencias de sus empleados?
			X2.3	Equipo Directivo		2	¿Cómo está estructurado y funciona el equipo directivo en SINAR NORTE? ¿Cómo se asegura de que el equipo directivo esté alineado con los objetivos estratégicos de la empresa?
			X3.1	Rediseño de Procesos		1	¿Cómo aborda el rediseño de procesos en la empresa?
			X3.2	Procesos inherentes al cliente		2	¿Cómo se gestionan los procesos que impactan directamente en la experiencia del cliente? ¿Qué medidas toma para asegurar la satisfacción y fidelidad del cliente a través de los procesos?
			X4.1	Áreas de Producción		2	¿Cómo se distribuyen y gestionan las áreas de producción en su empresa? ¿Qué estrategias utiliza para optimizar la eficiencia en las áreas de producción?
			X4.2	Áreas de Servicio		2	¿Cómo se estructuran y gestionan las áreas de servicio en SINAR NORTE? ¿Qué medidas toma para garantizar la calidad y eficacia en la prestación de servicios?
			X4.3	Áreas de Mejora Continua		1	¿Cómo promueve y gestiona las áreas de mejora continua en la organización?
			X5.1	Software		1	¿Cómo selecciona y actualiza el software de la empresa?

Gestión de Procesos para consolidar la Imagen Corporativa de la empresa SINAR NORTE Piura, 2024					INSTRUMENTO: Guía de Entrevista		
Problema	Objetivo	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems
			X5.2	Hardware	Entrevista / Guía de entrevista	1	¿Cómo selecciona y actualiza el hardware de la empresa?
			X5.3	TIC's		1	¿Cómo integra la tecnología de la información y las comunicaciones en los procesos de SINAR NORTE?
			X5.4	Redes Sociales		1	¿Cuál es la estrategia de la empresa en relación con el uso de redes sociales? ¿Cómo utiliza las redes sociales para fortalecer la imagen corporativa de SINAR NORTE?
		Y: Imagen Corporati va	Y1.1	Disponibilidad		1	¿Cómo garantiza la disponibilidad constante de sus productos en el mercado?
			Y1.2	Innovación		1	¿Cómo fomenta la innovación en el desarrollo de nuevos productos o servicios?
			Y1.3	Servicio		2	¿Cómo define y mide la calidad del servicio que ofrece SINAR NORTE? ¿Qué medidas toma para garantizar un servicio excepcional que contribuya a la imagen corporativa?
			Y2.1	Cualidades del Personal		2	¿Cómo selecciona y desarrolla las cualidades del personal que representará a la empresa? ¿Qué importancia le atribuye a la formación y desarrollo del personal en la construcción de la imagen corporativa?
			Y2.2	Compromiso con los Clientes		1	¿Cómo promueve el compromiso del personal con los clientes?
			Y3.1	Responsabilidad Social Corporativa		1	¿Cuáles son las principales iniciativas de responsabilidad social corporativa de SINAR NORTE?
			Y3.2	Seguridad		1	¿Qué medidas toma para garantizar la seguridad de sus empleados, clientes y la comunidad en general?
			Y4.1	Experiencia		1	¿Cómo garantiza una experiencia positiva para sus clientes en todos los puntos de contacto?
			Y4.2	Confiabilidad		1	¿Qué medidas toma para mantener y mejorar la confiabilidad corporativa en el tiempo?