

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

Reyna Quispe, Crystal Massiel del Carmen

creynaq@ucvvirtual.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-3756-9925>

Universidad César Vallejo

Lima - Perú

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de las empresas de alto desempeño en la tipología de los negocios de restauración comercial en ate-vitarte, 2021; de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, de nivel explicativo; con una población de 104 gerentes de restaurantes del distrito de Ate, siendo la muestra 82. Se hizo uso de dimensiones como grupos de interés, procesos, recursos, organización, tipo familiar, tipo monoproducto y neorestauración. Respecto al dato de las variables se adaptó la escala de Liker que consta de 14 indicadores y 20 items respectivamente. El resultado que se obtuvo fue que las empresas de alto rendimiento tienen influencia significativa en la tipología de los negocios de restauración comercial donde el 19% de los gerentes manifestaron. Las empresas de alto rendimiento son de nivel alto, asimismo un 40,5% con un nivel medio y finalmente un 40,5% con un nivel bajo mientras que la tipología de los negocios de restauración comercial es de nivel alto, asimismo un 40,5% con un nivel medio y finalmente un 40,5% con un nivel bajo, el análisis estadístico permitió corroborar que las empresas de alto rendimiento tienen una incidencia probabilística y estadísticamente significativa (p -valor: <0.05).

Palabras clave: Procesos; Empresas de alto desempeño; Tipología de los Negocios;

Correspondencia: creynaq@ucvvirtual.edu.pe

Artículo recibido: 15 julio 2022. Aceptado para publicación: 20 agosto 2022.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar: Reyna Quispe, C. M. del C. (2022). Las empresas de alto desempeño y su influencia en la tipología de los negocios de restauración comercial, Ate Vitarte, 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 4803-4822. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2977

High-Performance Companies and Their Influence on The Typology Of Commercial Catering Businesses, Ate Vitarte, 2021

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the influence of high-performance companies on the typology of commercial catering businesses in Ate Vitarte, 2021; quantitative approach, non-experimental design, explanatory level; with a population of 104 restaurant managers in the district of Ate, being the sample 82. Dimensions such as interest groups, processes, resources, organization, family type, single-product type and neo-restaurant type were used. The Likert scale consisting of 14 indicators and 20 items respectively was adapted for the variables data. The result obtained was that high performance companies have a significant influence on the typology of commercial catering businesses where 19% of the managers stated. The high-performance companies are of high level, also 40.5% with a medium level and finally 40.5% with a low level while the typology of commercial catering businesses is of high level, also 40.5% with a medium level and finally 40.5% with a low level, the statistical analysis allowed corroborating that the high-performance companies have a probabilistic and statistically significant incidence (p-value: <0.05).

Keywords: Processes; High-Performance Companies; Business Typology; Commercial Restoration.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial las grandes marcas hacen su mejor esfuerzo por liderar en sus rubros y segmentos, por lo tanto, van adquiriendo y desarrollando tecnologías las cuales les permitan desarrollar ventajas competitivas con la finalidad de seguir siendo la marca preferida en su mercado. En el escenario económico post pandemia las empresas de alto desempeño de todos los niveles sobre todo las del sector del turismo y la restauración deben emplear nuevas estrategias en sus procesos comerciales, administrativos y operativos, solo así protegerán las finanzas en sus negocios. En el rubro de la restauración existen dos clases: restauración colectiva o social, que involucra cada servicio de restauración que requieren las empresas dentro de sus instalaciones y, por otra parte, encontramos a la restauración comercial, que se lleva a cabo en distintos establecimientos libre a todo público, como, por ejemplo: Los restaurantes, mesones, hoteles, restobar, etc. En este punto nos concentraremos en la restauración comercial. Se debe considerar que poseer una empresa es rápido y fácil si se cuenta con el capital o inversionistas confiables, pero el detalle es mantener a flote este negocio, ya que no sólo se basa en seguir un modelo de negocio para toda la vida de la empresa, el tema pasa por ir renovando ideas, ampliando el conocimiento y asimismo superar las expectativas del cliente y de esa manera no ocurran factores negativos. Por ello, para que pueda permanecer en el tiempo una determinada empresa y se logre visualizar su desempeño, se debe tener rigor en la selección de toma de decisiones, debido a lo primero que se tiene es el modelo de negocio y segundo la integración de posibles negocios con potencial que incrementarían las ganancias, aportando mayor rentabilidad económica Gonzáles, et al. (2016).

En un establecimiento gastronómico, no sólo es fundamental seguir los lineamientos en la relación interpersonal, ser hospitalarios y cordiales con el cliente, tampoco en la preparación de los alimentos, sino existen datos esenciales en la presentación de servicios gastronómicos como las técnicas y métodos clásicos al presentar y entregar los alimentos al consumidor. Para ello la tipología clásica de servicio, es entendida como iniciando la presentación, disposición y entrega del plato al cliente. (Wendhausen y Moutinho, 2016). A nivel nacional, el sector de la restauración fue uno de los más perjudicados con la llegada de la pandemia y por ende el cierre de fronteras, la cuarentena y el toque de queda, sumando a ello las disposiciones del gobierno en llevar una cuarentena obligatoria a todos los ciudadanos del país fue sin duda alguna la llegada de un cambio, cambiando los servicios y creciendo incluso los pedidos de delivery por parte de la población por temor al contagio.

Las empresas de restauración, son comprendidas por lugares prestadoras de servicio ya sea de comida, bebida y/o alojamientos.

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

Por otro lado, en el caso del mercado de restauración peruano el cual ha sido considerado como el mejor destino gastronómico por séptimo año desde el 2012, demostró un alto crecimiento y buen desempeño de los negocios de restauración en nuestro país, se puede observar la profesionalización de muchos negocios y personas que se desarrollan en este rubro y lo utilizan como principal fuente generadora de empleo y dinero. De tal forma se establece primero el problema general de la investigación y posterior a ello los específicos.

Dando inicio al problema general, (a)¿En qué medida las empresas de alto desempeño influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?, Seguidamente, surgen los tres problemas específicos; (b)¿En qué medida los grupos de interés influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?, (c) ¿En qué medida los procesos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?, (d)¿En qué medida los recursos influyen en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021? y (e)¿En qué medida la organización influye en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021?.

El presente estudio se realiza con el fin conocer la relación de las variables Tipología de los negocios de restauración comercial y las Empresas de alto desempeño en el distrito de Ate, 2021. Los resultados de esta investigación serán útiles para la comunidad científica, empresarial, estudiantil y otros relacionados al rubro o el ámbito de acción de las variables. La justificación teórica se fundamenta en el análisis de las dos variables de estudio. Para la variable Tipología de los negocios de restauración comercial, se sustenta en tres tipologías de restaurantes: familiar, monoproducción y neorestauración.

Para la variable empresas de alto desempeño son: grupos de interés, procesos, recursos y organización. La organización de datos, hipótesis y resultados, aportarán al conocimiento del fenómeno de estudio demostrando la relación o no entre las variables, aportando una visión a la solución del problema en el contexto empresarial y en base al argumento teórico conceptual explicado principalmente en la teoría de motivación de Herzberg, teoría XY de McGregor, y la teoría motivacional de McClelland.

La justificación práctica se sustenta en que en el sector empresarial existe una brecha entre cuál es la tipología de negocios de restaurante comercial que se relacione con aquellas empresas de alto desempeño en el mismo mercado, de modo que permitirá reconocer el análisis interno según el tipo de negocio frente a la gestión interna y externa de los mismos, que aportará a identificar procedimientos y mejorar la toma de decisiones orientadas a las necesidades del negocio de la restauración.

La justificación metodológica de la presente investigación se sustenta en que se hace uso del método científico en cada etapa correspondiente a fin de contribuir con conclusiones y recomendaciones que aporten al conocimiento académico, así mismo se utilizarán instrumentos de recolección de datos, debidamente validados por expertos en el tema, cuyo análisis a través de un proceso con metodología de investigación científica, logrará resultados concluyentes y con precisión estadística.

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

Por lo tanto, el objetivo general es: (a) Determinar la influencia de las empresas de alto desempeño en la tipología de los negocios de restauración comercial en Ate-Vitarte, en el año 2021.

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

METODOLOGÍA

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

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

Es de nivel explicativa, porque establece las causas de los casos o fenómenos que se están estudiando; profundizan la definición de conceptos o fenómenos al establecer opiniones que están direccionadas a responder por la causa de los sucesos físicos o sociales. (Hernández, et al., 2014, p.95). es decir, explora la relación en serie de todos los hechos reales, para dar una explicación objetiva, verdadera y científica de lo desconocido. Para ello es necesario que haya dos o más variables. Para esta investigación se empleó el método hipotético deductivo, porque partimos de hipótesis y a raíz de deducciones obtenemos las conclusiones. Bernal (2016), las hipótesis siempre parte de una afirmación y puede ser rechazada, siendo necesario la confrontación para llegar a las conclusiones (p. 10).

Diseño de investigación

X1  Y1

Donde:

X1: Empresas de alto desempeño

Y1: Tipología de los negocios de restauración comercial

En la presente investigación se realizó una prueba piloto para el proceso de confiabilidad, aplicando en una muestra de 30 participantes; llegando a obtener los siguientes resultados. La técnica utilizada fue la encuesta a través de preguntas dirigidas a un grupo de personas muy significativo, para lo cual se utilizó cuestionarios a través de consultas realizadas en forma individual. (Hernández et al. 2014).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la tabla 1 empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios se muestra que del 100% de los encuestados, las empresas de alto desempeño; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto.

En la tabla 2 Grupos de interés y la tipología de los negocios de restauración comercial se muestra que del 100% de los encuestados, en la dimensión grupo de interés; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto. En la tabla 3 Procesos y la tipología de los negocios de restauración comercial se muestra que del 100% de los encuestados, en la dimensión procesos; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto.

En la tabla 4 recursos y la tipología de los negocios de restauración comercial se muestra que del 100% de los encuestados, la dimensión recursos; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto. En la tabla 5 Organización y la tipología de los negocios de restauración comercial se muestra que del 100% de los encuestados, la dimensión organización; el 40,5% piensa que es bajo, el 40,5% que es medio y el 19% piensa que es alto. En la tabla 6 distribución de frecuencias de la variable empresas de alto desempeño se muestra que la distribución de frecuencias de la variable se tiene que un 27,4% de los gerentes manifestaron que se debe de contar con empresas de alto desempeño a un nivel alto, asimismo un 39,3% con un nivel Medio y finalmente un 33,33% con un nivel Bajo.

En la tabla 7 distribución de frecuencias de las dimensiones de empresas de alto desempeño se muestra que la distribución de frecuencias respecto a las dimensiones, prevalece el nivel medio, siendo el de menor el 33,33% de la dimensión organización y el valor más alto es del 48,81% que corresponde a la dimensión grupo de interés. Mientras, que el 23,81% de la muestra indican que es de nivel alto en la dimensión organización y el nivel más bajo fue de 53,57% en la dimensión recursos. Por lo tanto, podemos ver que se muestran valores altos entre 17,86% y 23,81%. En la tabla 8 distribución de frecuencias de la variable tipología de los negocios de restauración comercial, se muestra que la distribución de frecuencias de la variable se tiene que un 19% de los gerentes manifestaron que se debe de contar con una tipología de los negocios de restauración comercial es de nivel alto, asimismo un 40,5% con un nivel Medio y finalmente un 40,5% con un nivel Bajo.

En la tabla 9 distribución de frecuencias de las dimensiones de tipología de los negocios de restauración comercial se muestra que la distribución de frecuencias respecto a las dimensiones, prevalece el nivel bajo, siendo el de menor el 40,48% de las dimensiones

de tipo monoproducción y neorestauración y el valor más alto es del 67,86% que corresponde a la dimensión de tipo familiar. Mientras, que el 32,14% en la dimensión familiar, 20,24% en neorestauración y 19,05% en la dimensión monoproducción. Por lo tanto, podemos ver que se muestran valores altos entre 20,24% y 32,14%.

En la tabla 10 el coeficiente rho de spearman resultó 0,471, indica que existe una correlación positiva moderada entre las empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1%. Por otra parte, del nivel de significancia es inferior a 0,05(0,000<0,05), lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. En la tabla 11 el coeficiente rho de spearman resultó 0,447, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión grupos de interés y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1%. Por otra parte, del nivel de significancia es inferior a 0,05(0,000<0,05), lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

De acuerdo con los resultados correspondiente a la hipótesis general, se establece que existe influencia entre las variables de estudio de los gerentes encuestados, con respecto a la primera variable de estudio, el 72,6% de los encuestados indican que las empresas de alto desempeño no son de nivel óptimo y respecto a la segunda variable el 81% de los gerentes afirman que la tipología de los negocios de restauración comercial está en un nivel regular. La variable empresas de alto desempeño se ubica porcentualmente entre 44,5% y 53,9% de la varianza de la variable tipología de los negocios de restauración comercial que indica que hay una influencia positiva entre ambas variables, del mismo modo se puede apreciar que el grado de significancia estadística indica el valor $p < 0.05$, lo cual hace que la hipótesis nula quede rechazada (H_0) mientras que la hipótesis alterna (H_1) sea aceptada. De esta manera queda determinada que existe influencia directa y significativa entre ambas variables. Resultados que van de la mano con los antecedentes. El nivel alcanzado entre la dimensión grupos de interés y la variable tipología de los negocios de restauración comercial en el distrito de Ate-Vitarte es bajo 33,3%, medio 48,8% y alto 17.9%, se puede apreciar que existe influencia positiva y moderada. El nivel alcanzado entre la dimensión procesos y la variable tipología de los negocios de restauración comercial en el distrito de Ate-Vitarte es bajo 33,3%, medio 44,0% y alto 22,6%, se puede apreciar que existe influencia positiva y moderada. El nivel alcanzado

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

El nivel alcanzado entre la dimensión organización y la variable tipología de los negocios de restauración comercial en el distrito de Ate-Vitarte es bajo 42,9%, medio 33,3% y alto 23,8%, se puede apreciar que existe influencia positiva y moderada. Se seleccionaron los antecedentes más representativos, que van de acuerdo a la línea de esta investigación, teniendo como resultado los siguientes: En la investigación realizada por Blas, M. (2019) se obtuvo como resultado que entre la variable tipología de los negocios y el nivel de ventas existía una relación fuerte, con un valor de 0,784, y por otro lado el nivel de significancia fue de 0,001 es decir menos de un cinco por ciento, por lo que se descartó la hipótesis nula, aceptando la alterna. Se tiene a Dueñas, E. (2018) que llegó a la conclusión que existe una correlación positiva media de 0,625 entre el liderazgo y desempeño laboral. Los resultados contrastados posibilitan concluir que la empresa, debe mejorar el control y ausencia hacia los colaboradores por parte de sus superiores, la organización no solamente debe pensar en el bienestar de la empresa, sino también en el de los colaboradores.

Mendoza, E. (2019) concluyó que existe relación significativa entre el liderazgo y el desempeño laboral en empresas de electrodomésticos de Tarapoto; con un coeficiente de correlación lineal de pearson de $(r=0.889)$. Además, existe un coeficiente de determinación (0.790), explicando que aproximadamente el 80% de un buen desempeño laboral se da por el liderazgo del jefe de área. También Dueñas, E. (2018) señala que un negocio es capaz trazarse metas a través de sus trabajadores siendo sus actividades compartidas, lo cual favorecerá de manera natural el seguimiento, mejoramiento y adecuación de todos los procedimientos con estrategias para incrementar la productividad brindando servicios de gran calidad.

Asimismo, Floridas, J. (2017) llegó a la conclusión de que existe semejanza causa – efecto, es decir, existe una buena relación del equipo de trabajo con los negocios de alto desempeño, los cuales fueron demostrados mediante los resultados de las encuestas aplicadas a sus trabajadores. Incluso coinciden con los autores Blas. M. (2019) y Romero, M. (2014) quienes en su trabajo de investigación finalizan con la conclusión de que existe

una relación directa de los equipos de alto desempeño en las compañías evidenciando que algunas de estas organizaciones han tenido éxito por medio de un equipo de alto rendimiento.

Por lo tanto, se observan valores altos entre 20,24% y 32,14% cuyos resultados tienen relación con la conclusión al cual llegó Otero, L. (2018) en su artículo donde menciona que el desempeño y restauración de tipo familiar tiene un nivel alto. Este objetivo también es respaldado por lo mencionado por Carpio (2019), quien señaló que el crecimiento del sector gastronómico, los principales representantes de la industria culinaria en el Perú reconocen las limitaciones existentes en este rubro y son conscientes de que hay muchos puntos por mejorar para que la gastronomía alcance su máximo potencial. En la investigación realizada por García y Guillen (2019) se obtuvo como resultado que entre la variable tipología de los negocios y el nivel de ventas existía una relación fuerte, con un valor de 0,784, y por otro lado el nivel de significancia fue de 0,001 es decir menos de un cinco por ciento, por lo que se descartó la hipótesis nula, aceptando la alterna. Se tiene a Zapana, J. (2021) que llegó a la conclusión que existe una correlación positiva media de 0,625 entre el liderazgo y desempeño laboral. Los resultados contrastados posibilitan concluir que la empresa, debe mejorar el control y ausencia hacia los colaboradores por parte de sus superiores, la organización no solamente debe pensar en el bienestar de la empresa, sino también en el de los colaboradores.

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

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

Considerando también la conclusión de Flores, K. (2020) en los resultados de la hipótesis demostraron que existe una relación significativa entre las variables desarrollo organizacional y administración de estrategias; donde llega a la conclusión de que existe semejanza causa – efecto, es decir, existe una buena relación del equipo de trabajo con los negocios de alto desempeño, los cuales fueron demostrados mediante los resultados de las encuestas aplicadas a sus trabajadores. Incluso coinciden con los autores considerando los resultados de spearman es igual a 0,893 permite ver una relación muy fuerte , se evidencia que el nivel de significancia ($\text{sig} = 0.00$) es menor que el p valor 0.05, en cuestión es un rechazo de la hipótesis nula (H_0) y se reconoce la hipótesis alternativa (H_a).Teniendo en cuenta los elementos evaluados evidenciaron debilidades en el desarrollo organizacional en la estrategia, estructura, cultura de la misma forma administración de estrategia en la formulación, implementación y evaluación

ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS.

Tabla 1

Empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios

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

Tabla 2

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

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

Tabla 3

Procesos y la tipología de los negocios de restauración comercial

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

Tabla 4

Recursos y la tipología de los negocios de restauración comercial

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

Fuente: Base de datos

Figura 5

Organización y la tipología de los negocios de restauración comercial

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

Tabla 6

Distribución de frecuencias de la variable empresas de alto desempeño

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

Tabla 7

Distribución de frecuencias de las dimensiones de empresas de alto desempeño

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

Tabla 8

Distribución de frecuencias de la variable tipología de los negocios de restauración comercial

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

Tabla 9

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

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

Tabla 10

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

Tabla 11

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

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

CONCLUSIONES

Primera

De acuerdo con los resultados de la aplicación de las encuestas y mediante la prueba de hipótesis se obtuvo el siguiente resultado: El coeficiente rho de spearman resultó 0,471, indicando que existe una influencia positiva moderada entre las empresas de alto desempeño y la tipología de los negocios a un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa.

Segunda.

Asimismo, en la dimensión grupos de interés y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de spearman resultó 0,447, indicando que existe un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 33,3% piensa que es bajo, el 48,8% que es medio y el 17,9% piensa que es alto.

Tercera

En la dimensión procesos y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de spearman resultó 0,454, indicando un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 33,3% piensa que es bajo, el 44,0% que es medio y el 22,6% piensa que es alto.

Cuarta

En la dimensión recursos y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de spearman resultó 0,383, indicando un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 53,6% piensa que es bajo y el 46,4% que es medio.

Quinta

En la dimensión organización y la variable tipología de los negocios de restauración comercial el coeficiente rho de spearman resultó 0,304, indicando un nivel de significancia de 1% aceptando la hipótesis alternativa. En cuanto a la influencia se obtuvo que el 42,9% piensa que es bajo, el 33,3% que es medio y el 23,8% piensa que es alto.

LISTA DE REFERENCIAS

- Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. 4ª ed. Pearson.
- Blas, A. J. y Zavaleta, G. R. (2019). *Desarrollo de un sistema de visión computacional para reducir la pérdida de productos durante el proceso de control de calidad en la industria galletera*. [Título Profesional, Universidad Nacional de Trujillo]. Tesis de Informática. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/15324?show=full>
- Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (1998) *Introduction to Tourism*. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Blas, A. J. y Zavaleta, G. R. (2019). *Desarrollo de un sistema de visión computacional para reducir la pérdida de productos durante el proceso de control de calidad en la industria galletera*. [Título Profesional, Universidad Nacional de Trujillo]. Tesis de Informática. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/15324?show=full>
- Campus SEAS. (08 de Febrero de 2016). *Blog SEAS*. <https://www.seas.es/blog/varios/la-adaptabilidad-ante-el-cambio/>
- Carpio, A. A. (2021). *El potencial de la cultura corporativa en los restaurantes de Lima*. [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación, Universidad de Lima]. Tesis. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10283/Carpio_L%C3%B3pez_Andrea_Alejandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: MC GRAW-HILL/Interamericana Editores S.A. 3era. Ed
- Choy W. (2019). *Gestión empresarial y su influencia en la rentabilidad de la empresa DYNAMO GROUP E.I.R.L ciudad de Tarapoto, 2019*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38997/Choy_RW.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- De los Rios, S., Toledo, C., Vallenias, A., & Vegas, M. (2020). *La Motivación y su relación con la Felicidad en la empresa Inka Construcciones*. [Tesis de Magister, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Magister. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16176/RIO_S_TOLEDO_MOTIVACION_INKA.pdf?sequence=5
- Fernández, J.L. y Bajo, A. (2012). *La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad*. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*. 6 (6). 130- 143.
- Flores, L. (2020) *Gestión Administrativa y su relación con la Seguridad Salud Ocupacional y la Calidad de Vida Laboral desde la perspectiva de los empleados de la empresa HENE IMPORT EIRL Chorrillos 2019* [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41234/FLORES BL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41234/FLORES_BL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Floridas, J. (2017). *La motivación y su relación con el desempeño laboral del sector hotelero - Tarapoto, 2017*. [Proyecto de investigación para Optar el título de licenciado en Administración Universidad Peruana Unión]. Tesis. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/994/Julio_tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Folgado, R. (2014) *Diseño y estimulación para mejorar el rendimiento laboral*. *El Mundo*. <http://www.elmundo.es/economia/2014/06/10/5391ebc5ca474196668b458e.html>
- García-Canal, E. y Guillén, M. (2019). *El auge de las nuevas multinacionales. Reinventar la empresa en la era digital*. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/01/BBVA-OpenMind-libro-Reinventar-la-Empresa-en-la-Era-Digital-empresa-innovacion1-1.pdf>
- González, N., López, E., Aceves, C. N. y Celaya, R. (2016). *La importancia de realizar un plan de negocios*. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no55/55plan.pdf>
- Hernández, R. et al (2014). *Metodología de la investigación, México, Editorial Mc Graw Hill, sexta edición. 634* <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Fundamentos de investigación*. Ciudad de México. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A
- Mendoza, E. (2019). *Liderazgo y desempeño laboral en empresas comercializadoras de electrodomésticos del distrito de Tarapoto, 2016*. [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios-MBA, Universidad Cesar Vallejo]. Tarapoto. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/28646>
- Otero, S. y Taddej, C. (2017). *Competitividad de empresas familiares*. *Interciencia*, 43(4), pp. 236-241. <https://www.redalyc.org/journal/339/33957240003/html/>

- Peña J. N. (2018). Distribuidores exclusivos de la marca MADPAX en el Perú. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas(UPC)., Lima, Perú. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10757/626040>
- Rojas, H. (2012) *Tres categorías de funcionario público*. *La Nación* <http://www.nacion.com/opinion/foros/categoriasfuncionariopublico01254874616.html>
- Romero, M. I. (2014). *Los Equipos de Alto Desempeño y su impacto en la ventaja competitiva organizacional*. Cali, Colombia.
- Wendhausen, R. y Silveira, A. A. D. (2018). *Servicios clásicos de restaurantes comercial: propuesta de normalización y direcciones para la investigación futura*. *Rev. Bras. Pesq. Tur.*, 10 (3). <https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i3.1186>
- Zapana, J. A. (2021). *Liderazgo y el desempeño laboral de los colaboradores de entretenimientos CEC Perú SA, Bellavista – 2020*. [Tesis de Maestría en Administración de Negocios - MBA Universidad César Vallejo]. Lima Norte. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/60232>