

UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo

Escuela Profesional de Administración Hotelera y de Turismo



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE
TURISMO**

**“Diseño de un Plan Estratégico Organizacional para
la mejora del Restaurante YAH-YAH, Sullana 2022”**

Autoras:

Br. Vilma Jomira Moran Zapata

Br. Juliana Yasmin Nole Avila

Asesora:

Mg. Luz Arelis Moreno Quispe

Registro: IT – EPAHYT –035

Sullana – Perú

2023

DEDICATORIA

Principalmente a Dios, porque a él se lo debo todo. También a mis padres Ángel, Vilma y a mis hermanos pues ellos son la razón por la cual no puedo rendirme.

A mi tío Ramiro quien confió en mí cuando ni yo lo hacía y el cual, ahora desde el cielo festeja este logro conmigo.

Br. Vilma Jomira Moran Zapata.

Este logro es dedicado para mis padres Margarita y Sebastián, y a mi hija Laureana que es el motor que me impulsa a seguir adelante, y ser mejor persona cada día

Br. Juliana Yasmin Nole Avila

AGRADECIMIENTO

En primera instancia a papá Dios a quien ahora puedo decir: “mira lo lejos que eh llegado”, a mis padres, mis amigos más cercanos y familia en general quienes nunca perdieron su confianza en mí, alentándome siempre a no rendirme. A mi persona porque fui capaz de sobrellevar cada obstáculo levantándome más fuerte cada día.

Br. Vilma Jomira Moran Zapata

En primer lugar, a Dios por cada oportunidad que me brinda, a mis padres Margarita y Sebastián, por apoyarme en cada paso que doy y confiar siempre en mí, y a mi hija que es motor que me impulsa a seguir hacia adelante y no darme por vencida. Ya mi amiga, hermana, mi dúo, compañera de tesis Jomira por entenderme y tener la paciencia de estar ahí conmigo para lograr este gran objetivo.

Br. Juliana Yasmin Nole Avila

De la misma manera con una estima especial a nuestra asesora, Mg. Luz Arelis Moreno Quispe a quien exaltamos su trabajo por el gran apoyo que nos brindó, su orientación, paciencia y agradezco con creces por que hizo posible la concreción de la presente Tesis.

A los miembros del jurado que con profesionalismo y dedicación nos dirigieron durante todo este proceso.

Nuestro agradecimiento también va al Lic. Roberto Arrese socio mayoritario del Restaurante YAH-YAH quien nos brindó la oportunidad de realizar nuestra investigación en su negocio.

Br. Moran Zapata Vilma Jomira & Br. Nole Avila Juliana Yasmin



UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

La Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad Nacional de Frontera, hace constar por la presente, que el Informe de Tesis titulado: **"Diseño de un Plan Estratégico Organizacional para la mejora del Restaurante YAH -YAH, Sullana 2022 "**, cuyo(s) autor(es) es (son): Bach. Vilma Jomira Moran Zapata y Bach. Juliana Yasmin Nole Avila, con asesor el (la) docente: Mg. Luz Arelis Moreno Quispe.

CUMPLE con los requisitos exigidos por el Reglamento para el Otorgamiento del Grado Académico de Bachiller y Título Profesional de la Universidad Nacional de Frontera.

Habiendo sido sometido a mecanismos de control antiplagio mediante el Software Turnitin, presentando un grado de similitud del **14%**. Se adjunta reporte del software.

Se emite la presente, para los fines correspondientes.

Sullana, 08 de mayo de 2023

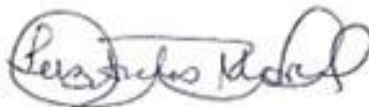
Dra. Irma Victoria Martinez Nole
Coordinadora (e) Facultad de
Ciencias Empresariales y Turismo

014-2023-FCET

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS

La docente de la Universidad Nacional de Frontera, Mg. Luz Arelis Moreno Quispe, con DNI N° 42521919 asesora asignada con Resolución de Decanato N° 434-2022-UNF/FCET, hace constar:

Que ha brindado asesoría en la tesis: “Diseño de un Plan Estratégico Organizacional para la mejora del Restaurante YAH-YAH, Sullana 2022”. La suscrita brinda su visto bueno al informe final para que sea sometido a las siguientes etapas de evaluación para su aprobación por parte de Jurado Evaluador de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo.



Luz Arelis Moreno Quispe
DNI: 42521919

JURADO EVALUADORA handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Joyce Mamani Cornejo', with a horizontal line crossing through the middle of the signature.

Mg. Joyce Mamani Cornejo
Presidente

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gretel Fiorella Villegas Aguilar', written in a cursive style.

Mg. Gretel Fiorella Villegas Aguilar
Secretario

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Raquel Silva Juárez', with a horizontal line crossing through the middle of the signature.

Mg. Raquel Silva Juárez.
Vocal



UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

ANEXO 3-K

Acta de Evaluación de Sustentación del Informe de Tesis

Siendo las 10:47 horas del día 27 del mes de abril del año 2023 se reunieron en el aula / ambiente / sala virtual <https://meet.google.com/qdu-imop-zis> de la Universidad Nacional de Frontera, los miembros del Jurado de Tesis para evaluar el Informe de Tesis, denominado: **"Diseño de un Plan Estratégico Organizacional para la mejora del Restaurante YAH-YAH, Sullana 2022"**.

Siendo sustentado en sesión pública por el(los) autor(es): **Vilma Jomira Moran Zapata y Juliana Yasmin Nole Avila** como requisito para obtener el Título Profesional de Administración Hotelera y de Turismo.

Terminada la sustentación, se procedió a la defensa del Informe de Tesis, etapa en que los miembros del Jurado de Tesis formularon sus inquietudes y preguntas de manera individual, las que fueron respondidas por el(los) sustentante(s).

Seguidamente, el Jurado solicitó el retiro de todos los asistentes y del (los) sustentante(s) de la sala virtual o física según sea el caso; el Jurado de Tesis determinó la calificación concedida a la sustentación del Informe de Tesis para la Obtención de Título Profesional, en términos de:

Aprobado (a) con el calificativo de **Dieciséis puntos con treinta y tres decimales (16:33)** (nota en letra y número), levantándose la sesión a: 11:35 horas del mismo día. Se concluye el acto de sustentación, suscribiendo el acta.

Secretario

Mg. Gretel Fiorella Villegas Aguilar.

Vocal

Mg. Raquel Silva Juárez.

Presidente

Mg. Joyce Mamani Cornejo.

N°.	Descripción	Recomendar	
		SI	NO
1	Recomendar para presentar en eventos	X	
2	Recomendar para Publicación		
3	Recomendar para Patente		
4	Recomendar para Meritorio		
5	Recomendar para Laureado		

Código: IT – EPAHYT - 035

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS	iv
JURADO EVALUADOR.....	v
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	10
III. RESULTADOS	13
IV. DISCUSIÓN	50
V. CONCLUSIONES	54
VI. RECOMENDACIONES.....	55
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Características principales para la realización del Plan Estratégico.....	7
Tabla 2.	Análisis FODA del restaurante YAH-YAH.....	27
Tabla 3.	Objetivo 01: Asociarse con empresas con más experiencia en el rubro.....	31
Tabla 4.	Objetivo 02: Aumentar seguidores en las redes sociales.....	32
Tabla 5.	Objetivo 03: Mejorar la comunicación y trabajo en equipo de todos los miembros que conforman el restaurante.....	33
Tabla 6.	Objetivo 04: Crear un manual de organización y funciones (MOF).	34
Tabla 7.	Objetivo 05: Realizar un estudio de mercado para conocer los futuros clientes.	34
Tabla 8.	Objetivo 06: Habilitar una zona de parqueo.....	35
Tabla 9.	Objetivo 07: Contratar a personal de vigilancia.	36
Tabla 10.	Objetivo 8: Crear un plan de contingencia frente a cualquier desastre natural.	36
	Crear un plan de contingencia frente a cualquier desastre natural	36
	Capacitar a los propietarios para el buen liderazgo y bienestar del restaurante.	37
Tabla 11.	Objetivo 10: Aumentar la iluminación en la parte exterior del restaurante.....	38
Tabla 12.	Estructura orgánica de cargos en el restaurante “YAH-YAH”.....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género predominante en los colaboradores del restaurante YAH-YAH.....	13
Figura 2.	Edad del personal en el Restaurante YAH-YAH.....	13
Figura 3.	Función principal realizada en el restaurante	14
Figura 4.	Al ingresar a laborar, ¿Recibió usted un manual de funciones definidas a realizar en el restaurante?.....	15
Figura 5.	¿Considera usted que la organización y/o dueños tienen clara la razón de ser del restaurante y a donde se quiere llegar (visión)?	16
Figura 6.	¿Conoce usted la historia de creación del restaurante?.....	17
Figura 7.	¿Cree usted que la organización cumple cada objetivo trazado en el tiempo establecido?.....	18
Figura 8.	¿Cuál es tu plan de diferenciación y/o valor agregado que te hace único en el establecimiento?.....	19
Figura 9.	¿Quién es la persona encargada de delegar responsabilidades en el restaurante?	20
Figura 10.	¿Tiene establecido un protocolo de atención para el primer contacto que recibe el cliente al llegar al restaurante?	21
Figura 11.	¿Crees que existe organización y buena comunicación entre todos los colaboradores del restaurante?.....	22
Figura 12.	Durante el tiempo de trabajo, ¿De cuántas capacitaciones ha sido participe?.....	23
Figura 13.	Si la respuesta a la pregunta anterior fue “ninguna”, ¿Le gustaría que los dueños realicen capacitaciones para mejorar su desempeño?	24
Figura 14.	¿Diría usted que en el restaurante existe la libertad de expresión y el buen ambiente labora?.....	25
Figura 15.	Análisis PESTEL – Restaurante YAH –YAH.....	28

Figura 16. Organigrama Restaurante YAH –YAH.....43

RESUMEN

La presente tesis tiene como finalidad diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora del restaurante YAH-YAH en la provincia de Sullana. El lugar en donde se realizó la investigación, es nuevo en el rubro gastronómico, posee aproximadamente 3 años de creación y fue resultado de la necesidad que contrajo la pandemia de la Covid-19 en el año 2020; es por ello que se realizó este estudio de acuerdo al déficit que existía en estas áreas, buscando un aporte positivo al negocio dotándolo del conocimiento necesario para su crecimiento y fidelización de clientes. El estudio fue de tipo descriptivo – exploratorio, posteriormente se aplicó un diseño no experimental en la cual participaron 12 individuos, de los cuales 10 fueron colaboradores y 2 propietarios y/o socios del negocio. Se utilizaron como técnica la entrevista y como instrumento la guía de entrevista. Los resultados mostraron que efectivamente existen grandes falencias en el establecimiento principalmente la ausencia del desarrollo de alguna herramienta de planificación u organización de la mano del desconocimiento de los propietarios en temas afines de acuerdo a la poca experiencia en el mercado, esto conllevó al déficit en el logro de objetivos planteados en el establecimiento.

Palabras claves: planificación, diseño, organización, restaurante; estrategia.

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to design a strategic organizational plan for the improvement of the YAH-YAH restaurant in the province of Sullana. The place where the research was carried out has as a social reason restaurant YAH-YAH, new in the gastronomic category has approximately 3 years of creation and was the result of the need that contracted the pandemic of Covid-19 in the year 2020; that is why this study was conducted according to the deficit that existed in these areas, seeking a positive contribution to the business providing it with the necessary knowledge for its growth and customer loyalty. The study was descriptive-exploratory, then a non-experimental design was applied in which 12 individuals participated, of which 10 were collaborators and 2 were owners and/or partners of the business. The technique used was the interview and the interview guide was used as an instrument. The results showed that there are indeed major shortcomings in the establishment, mainly the absence of the development of any planning or organizational tool together with the lack of knowledge of the owners on related issues according to their little experience in the market, which led to a deficit in the achievement of the objectives set in the establishment.

Keywords: planning, design, organization, restaurant; Strategy.

I. INTRODUCCIÓN

Los sistemas de planificación estratégica y organizacional según (Ortiz, 2017, p. 4) existen desde tiempos remotos; aproximadamente en el siglo XX se empezaron a utilizar dichos términos. En su momento, solo las grandes empresas desarrollaban estas estrategias en sus diferentes formas posibles. Esta situación ha continuado a lo largo de los años, sin embargo, hoy en día se han estandarizado y son utilizados también en las pequeñas empresas, para su mejora y crecimiento competitivo; resaltando sus oportunidades y fortalezas; generando una mejor organización, control de servicios y colaboradores plenamente capacitados. La importancia de esta herramienta en las pequeñas y grandes empresas ha sido fundamental para lograr las metas establecidas y no solo se requiere que las ideas queden presentes en la mente del gerente, dueño o socios, al contrario, deberían plasmarse en físico a vista de toda la empresa, por colaboradores y clientes de manera formal, adquiriendo compromiso para llegar a cumplir los objetivos y metas que la empresa requiere.

De acuerdo a esta relevancia, la investigación tuvo como principal propósito “Diseñar un Plan Estratégico Organizacional para la mejora del Restaurante YAH-YAH , Sullana 2022”, teniendo como antecedentes de estudio a los siguientes autores: Vallejo & Gastezzi (2022), en su trabajo de investigación titulado “Plan Estratégico de Marketing para incrementar las ventas en el restaurante La Piña Restobar en la Ciudad de Milagro” en Guayaquil-Ecuador, diseñó dicho plan estratégico para aumentar las ventas en el restaurante. La investigación fue descriptiva y como instrumento utilizaron el cuestionario para el recojo de información, que llevaron a los autores a concluir en la existencia del desconocimiento por parte de los dueños en el proceso de diseño e implementación de

dicho plan, ya que al ejecutarlo en el negocio mostraron resultados favorables frente a los clientes y el conocimiento de la marca. Añadido a ello Domínguez & Herrera (2021), en su investigación sobre la “Implementación de un Plan Estratégico del Manual de Organización en el Restaurante Campestre Rancho Sustentable Doña Elia”, la metodología empleada estuvo constituida por el enfoque cualitativo, desarrollaron dos técnicas de recolección de datos: la entrevista al gerente general y la encuesta a los empleados para conocer las actividades y funciones de cada colaborador, así como el ambiente de trabajo en el que se desarrollaba. Los resultados permitieron reconocer mediante un análisis FODA, que el restaurante no tenía claramente definida la misión, visión, organigrama o algún manual de organización y ello demostró la ausencia de planeación en la estructura del restaurante. Los autores concluyeron que el negocio tenía muchos factores en los que se debían trabajar, pero a la vez encontraron muy buenas fortalezas que ayudarían a disminuir las carencias para equilibrar y eliminar sus debilidades. Así mismo Caicay & Vasquez (2020), en su tesis titulada “Plan de Marketing Estratégico para mejorar la calidad del servicio en el centro Turístico “El Tambo”, Chiclayo, 2019” con el objetivo de proponer un plan de marketing estratégico para mejorar la calidad del servicio en el centro Turístico “El Tambo”. Utilizó una metodología de tipo descriptiva-propositiva ya que sugirió resolver problemas utilizando la información recolectada. El diseño fue no experimental pues extrajeron variables de su entorno nativo sin manipulación alguna. El público objetivo estuvo conformado por una población de 150 clientes y como muestra 108 individuos. Además, utilizaron las técnicas de entrevista y encuesta; así mismo la guía de entrevista y cuestionario como instrumentos para el recojo de información. La investigación demostró que el personal encargado si tenía conocimiento sobre la importancia que conllevaba la

realización de marketing estratégico en dicho lugar, manifestando que su distinción se basaba en la diversidad del menú que ofrecía, aprovechando como clara ventaja su distinguida sazón, infraestructura y calidad en el servicio. Los resultados identificaron una serie de tácticas que ayudarían a la mejora del negocio como lo fueron; la contratación de profesionales destacados en el rubro, acudir y participar de ferias gastronómicas, mantener activas las redes sociales, incluir contenido saludable y de comidas criollas que se ofrecían; sin dejar de lado la realización de convenios estratégicos; realizando siempre estudios de mercado añadiendo el uso de la promoción y publicidad que aporte al bienestar del restaurante.

Nevado (2020) en su tesis titulada “Propuesta de un plan estratégico para generar competitividad en el restaurante Viejo Rincón 2018-2022”, realizada en Chiclayo - Perú, tuvo como objetivo general “Proponer un plan estratégico para mejorar la competitividad del restaurante Viejo Rincón “. La Investigación fue aplicada con un nivel descriptivo, propositivo y cuantitativo. La muestra fue de 384 personas. Utilizaron el cuestionario como instrumento y como técnica la encuesta para la recolección de datos. Los resultados les permitieron conocer a profundidad el desarrollo de los procesos estratégicos que ayudarían al crecimiento económico y en el mercado ejecutando estrategias para lograrlo. Concluyeron que existía un amplio trabajo por realizar, principalmente en la infraestructura para poder aumentar su competitividad, pues fue unos de los factores más importantes para la mejora del restaurante.

Anticona & López (2020) en su investigación titulada “Diseño de un plan estratégico de Marketing para desarrollar ventajas competitivas en el restaurant turístico el Mochica de Doña Fresia” realizado en Trujillo- Perú, tuvo como objetivo la elaboración de un plan

estratégico de marketing que estuvo enfocado en el proceso y mantenimiento de ventajas que conllevaría a un buen nivel de competitividad del restaurante. Se trató de un estudio con un nivel descriptivo con un enfoque de investigación aplicada: así mismo el diseño utilizado fue experimental, transversal y descriptivo. La muestra estudiada fue de 245 personas, las cuáles fueron extraídas por la población conformada de clientes potenciales del negocio, disponiendo como técnicas de recolección de datos a la observación, la encuesta, Focus group y el análisis documental. Los resultados les permitieron conocer las principales ventajas competitivas utilizadas para la creación de estrategias ligadas al mejoramiento y posicionamiento del negocio. Concluyeron que el restaurante poseía muchas fortalezas, como su trayectoria y el reconocimiento de la población, pero que no se tomaban en cuenta ni se aprovechaban las oportunidades de crecimiento en el mercado.

Encalada (2019), en su investigación denominada “Plan estratégico para Hipnosis II Pub, Karaoke, Discoteca, Restaurant S.C.R.L.”; empleó como objetivo “Diseñar un Plan Estratégico para el mejoramiento de la gestión empresarial para Hipnosis II, Pub, Karaoke, Discoteca, Restaurante S.C.R.L. ubicada en la provincia de Sullana, región Piura, en el 2019”. El estudio utilizó una metodología de nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo y con un diseño no experimental debido a que no se utilizó ningún proceso que manipulara las variables. La muestra utilizada fue de 384 pobladores de la ciudad de Sullana y la recolección de datos se dio mediante el instrumento del cuestionario y como técnicas el focus group y la encuesta. Los resultados obtenidos les permitieron conocer la importancia de la obtención de un plan estratégico para el cumplimiento de metas, utilizando todos los recursos que se podían obtener del negocio. Concluyendo en que, sí se requería lograr un avance en gestión y organización empresarial se debería llevar a cabo las mejores

estrategias resultado del desarrollo del plan propuesto, para obtener grandes avances de manera interna y externa. Así mismo (Navarro, 2018), en su investigación “Aplicación y mejora del manual de procedimientos en el área de recepción y restaurante, en el hotel San Agustín Exclusive, para optimizar la gestión de procesos, 2018”, se planteó como objetivo conocer el desarrollo del manual de procedimientos internos de las áreas de recepción y restaurante para la mejora de la gestión de las mismas. La investigación fue de tipo exploratoria-descriptiva, con un diseño deductivo y su enfoque fue mixto. Los instrumentos para la recolección de datos fue la guía de entrevista y cuestionario desarrollados por la población elegida conformada por 10 colaboradores de las áreas en mención. Los resultados mostraron que el establecimiento no contaba con un manual de procedimientos conllevando a la falta de estandarización y ello podría tener un impacto negativo en la satisfacción de los clientes y usuarios.

Paniagua (2018), en su tesis titulada “Plan estratégico para el Restaurante Picaña Parrilla-Bar” en Medellín, Colombia, utilizó como objetivo el “proponer el plan estratégico para la empresa Picaña Parrilla-Bar para el periodo 2019 y 2021”. Empleando un enfoque cualitativo realizando una evaluación interna y externa del negocio concluyendo en que el restaurante requería más rigor en los ámbitos tecnológicos y de capital humano entre otros, ya que encontraron una situación de déficit al generar y poner en práctica algunas estrategias innovadores para su diferenciación con la competencia.

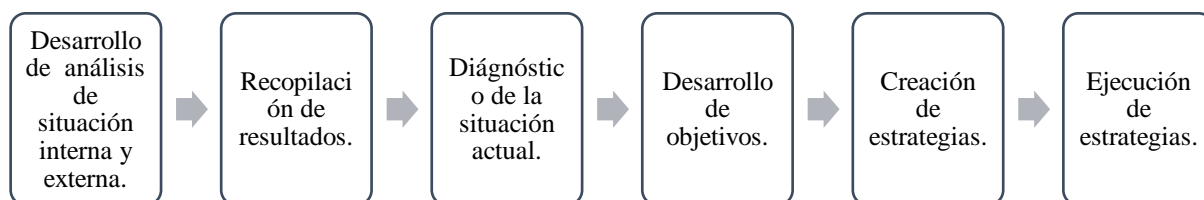
Contreras (2018), en su investigación “Planteamiento Estratégico para mejorar la calidad de servicio de la empresa C & L CONIGE S.A.C., Chiclayo”, tuvo como objetivo elaborar un plan estratégico como herramienta para mejorar la calidad de servicio de la empresa. La metodología utilizada fue descriptiva, analizando y observando la realidad del negocio, en

sus diversas situaciones, contexto y fenómenos. Utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, con 11 preguntas a los colaboradores y 20 a los clientes, con el objetivo de obtener datos reales. Como resultado dieron a conocer al planteamiento estratégico como base de la mejora en la calidad de servicio y organización. Finalmente Reyna & Delgado (2017), en su investigación “Propuesta de un Plan Estratégico de Marketing Digital para el Restaurante Gau- See Comida China del Cantón Daule”, tuvieron como objetivo general “Diseñar un Plan estratégico de Marketing digital para el “Restaurante Gau–See Comida china” del cantón Daule”. Realizaron una investigación descriptiva y de campo empleando como técnicas la encuesta y entrevista para la recolección de datos que fueron obtenidos por medio de 378 personas que conformaron la muestra del estudio. Los resultados permitieron reconocer la unanimidad en que los individuos aceptaron la ejecución de un plan estratégico pues aportaría positivamente al restaurante, dándole reconocimiento y estandarización ya que la tecnología aportaría en muchos aspectos internos. Concluyeron que es muy importante la presencia de un Plan de Marketing Digital ya que esto sumaría a la buena atención y la mejora continua del servicio.

Así mismo se citaron a diferentes autores que brindaron conceptualizaciones acerca de los temas de interés en esta investigación. En primera instancia, el plan estratégico según (Chiavenato, 2007, p. 242) “es un proceso sistemático, que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una organización, permitiéndole visualizar el futuro e identificando los recursos, principios y valores requeridos para transitar desde el presente hacia el futuro”, a través de pautas estratégicas para identificar propósitos a un tiempo estimado de larga duración, desarrollando estrategias para implementar recursos que aporten a la misma.

(Sainz de Vicuña, 2017, p. 62) en su libro “El Plan Estratégico para la práctica” afirmó que el objetivo principal del plan maestro era recopilar información necesaria para la creación de posibles soluciones calculadas a futuro, que permiten cumplir con las diferentes expectativas. Es necesario recalcar que el autor planteó una serie de etapas para la elaboración del mismo, presentado a continuación:

Figura 1. Etapas para la elaboración de un plan estratégico



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Además, el autor consideró cuatro características primordiales presentadas a continuación:

Tabla 1. Características principales para la realización del plan estratégico

Cuantitativo	Debido a que los datos obtenidos de este enfoque se transforman y/o se detallan en cifras, número o estadísticas.
Personalizado	Se desarrollará enteramente por decisión del autor o autores.
Descriptivo	Se realizará un trabajo minucioso y concreto con el objetivo de cumplir metas ya establecidas.
Temporal	Se trabajará mediante un tiempo estimado o ya establecido, teniendo en cuenta las fechas en las que se realizan las actividades siguientes.

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Concerniente a la Planeación, según el autor (Franklin, 2009, p. 14) es un proceso sistemático y estructurado que utiliza la inteligencia de una organización para abordar cuestiones importantes en su diseño, estructura, gestión y control, teniendo en cuenta la dinámica ambiental y los cambios sociales futuros; “que comienza con la especialización y división del trabajo la cual conduce a la agrupación y asignación de funciones a entidades interconectadas específicas, a través de líneas de comando, comunicaciones y jerarquías para ayudar a grupos de personas a lograr sus objetivos de comunicación”.

En cuanto al sector económico especialmente al sector terciario al que pertenecen los restaurantes, tienen lugar una variedad de limitaciones, muchas de las cuales reducen y/o ralentizan las ventas, por causa de la ausencia de compromiso en la implementación de procesos sistemáticos enfocados en la planificación estratégica, que permitan abordar los aspectos de riesgo de las empresas. Referente a la situación actual del establecimiento, uno de los puntos críticos encontrados fue la carencia de algún plan de acción, estratégico u otro de la misma índole que guiara a los propietarios en el proceso de mejora continua y se tomen mejores decisiones frente a obstáculos inesperados. Si bien la realización de estos procesos puede variar, todos ellos permitirán el logro de las metas planteadas, el mejor conocimiento interno y externo del negocio. La investigación permitió diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora del restaurante YAH-YAH , basado inicialmente en un análisis FODA, el cual según (Huerta, 2020, p. 15) es una herramienta sencilla de poner en marcha que permite a las empresas o individuos tomar la mejor decisión en base a un análisis detallado que influya en la situación. Además de un análisis externo (análisis PESTEL), para permitir tener una visión a futuro, así como su razón de ser, considerando también objetivos, manuales, procedimientos, valores y estrategias del negocio.

La formulación de las preguntas de investigación aportó positivamente en el análisis de la problemática del restaurante, realizando las siguientes interrogantes; como problema general: ¿cómo diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora del restaurante YAH-YAH , Sullana 2022? y como problemas específicos: ¿Cuál es la situación actual del restaurante YAH-YAH , Sullana 2022?, ¿Cuáles son los principales procedimientos internos de organización en el restaurante YAH-YAH , Sullana 2022?, ¿Cuál es el organigrama y manual de funciones de la organización del restaurante YAH-YAH , Sullana 2022?

Los objetivos planteados en el estudio fueron seleccionados de acuerdo a los problemas específicos anteriormente mencionados. Como objetivo general fue: diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora del restaurante YAH-YAH, Sullana 2022 y como objetivos específicos fueron: analizar la situación actual del restaurante YAH-YAH, Sullana 2022, elaborar los principales procedimientos internos de organización en el restaurante YAH-YAH, Sullana 2022 y elaborar el organigrama y manual de funciones para el restaurante YAH-YAH. Cada uno de los objetivos fueron desarrollados en búsqueda de la mejora del restaurante y brindar un aporte positivo al mismo.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

Tipo de Investigación

La investigación “diseñó un plan estratégico y organizacional en el restaurante YAH-YAH”; de tipo descriptivo-exploratorio, en la cual, compartiendo los conocimientos de los autores (Hernández et al., 2014, p. 92) estas investigaciones se realizan con el objetivo de especificar las principales características y funciones de cualquier fenómeno en específico en temas de índole innovador y/o poco estudiados.

Por su naturaleza el enfoque de investigación fue cualitativo, por ende, se buscó el mejor entendimiento de la realidad encontrada en el restaurante YAH-YAH; ya que según los autores (Hernández et al., 2014, p. 358), “se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados”.

Diseño de Investigación

El diseño de investigación fue de tipo no experimental, transversal; debido a que se recolectaron los datos en un tiempo determinado y por medio de técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

Población, Muestra y Muestreo

Se utilizó como unidad de estudio al restaurante YAH-YAH ubicado en la provincia de Sullana y como población a 12 individuos conformados por 10 colaboradores, de los cuales, 8 de ellos son fijos pues laboran de lunes a domingo (con un día libre por semana) y los 2 colaboradores restantes laboran de manera rotativa. Además de dos individuos, quienes fueron los propietarios del negocio. A todos ellos se les aplicó la técnica de entrevista y como instrumento la guía de entrevista.

Se estimó la muestra por conveniencia teniendo en cuenta a los autores (Hernández et al., 2014, p. 390) quienes gracias a sus aportes se pudo determinar el proceso correcto en el estudio, que estuvo compuesto de individuos accesibles y pertenecientes a la población de gran relevancia para el estudio, sin utilizar algún procedimiento estadístico por pertenecer a una técnica no probabilística. Así mismo, según (Hernández et al., 2014, p. 230) esta técnica permitió seleccionar solo a los individuos que accedieron a participar del estudio. El muestreo fue censal, dado que, se empleó como población y muestra a todo el personal del restaurante YAH-YAH para obtener los resultados, coincidiendo con los autores (López & Fachelli, 2015, p. 6) quienes determinaron este tipo de muestreo como “una parte que representa a un conjunto llamado población o universo, que se somete a un estudio con el objetivo de obtener resultados o respuesta válidas para el universo en total investigado”.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se aplicó la técnica de la entrevista y como instrumento la guía de entrevista (Anexo N° 02). Se llevaron a cabo dos entrevistas, la primera fue dirigida a los colaboradores y la otra a los propietarios, cuando ninguno de ellos se encontró en horario de trabajo. Dicha técnica contó con 25 ítems para el propietario y 12 ítems para los colaboradores, enfocadas cada una de ellas a la variable, dimensiones e indicadores

Procedimiento

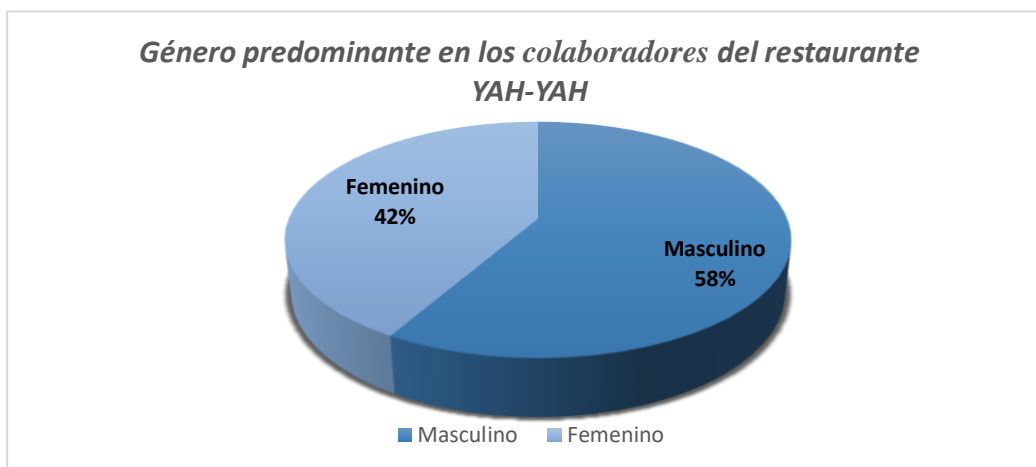
En primera instancia, las investigadoras se apersonaron al establecimiento ubicado en la urb. Santa Rosa de la provincia de Sullana, para la presentación correspondiente y comunicar la razón de la visita. Teniendo el permiso de los propietarios, se coordinaron los días hábiles en los que se podría realizar la ejecución de instrumentos. Posterior a ello, se acudió al restaurante los días en donde hubo menor cantidad de aforo (previamente coordinados) que fueron los días martes, miércoles, jueves y domingos, pero no todos los colaboradores en especial los cocineros podían dejar sus labores, así que se planteó a los dueños asistir 2 horas antes de apertura del día laboral. Al momento de la ejecución de dichos instrumentos inicialmente se reiteró el motivo de la llegada a los propietarios y al brindarnos el acceso completo al establecimiento se dio paso a su aplicación, con cada uno de los colaboradores y/o socios; solicitando algunas evidencias del procedimiento (fotos) lográndose así completar cada una de las entrevistas con éxito; cerrando la entrevista con palabras de agradecimiento por la colaboración y despedida. Posteriormente se digitalizaron todos los datos recopilados y se organizaron en tablas de contenido por medio del programa Excel, con los cuales finalmente se realizaron gráficos dinámicos analizados e interpretados por las investigadoras.

III. RESULTADOS

Análisis de la situación actual del restaurante YAH-YAH, Sullana 2022.

Se identificó que el 42% de personal que labora en el restaurante es femenino y el 58% masculino.

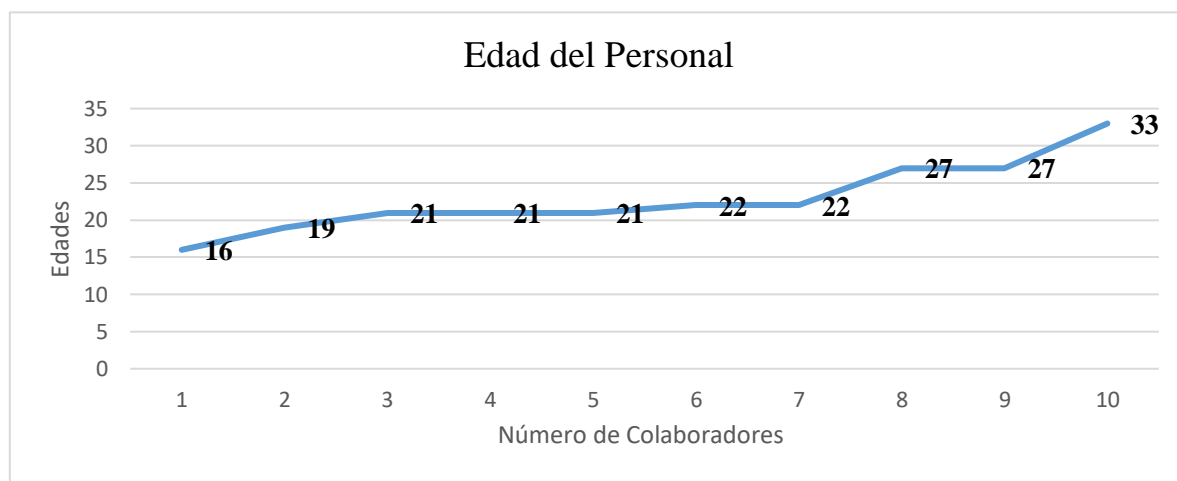
Figura 2. Género predominante en los colaboradores del restaurante YAH-YAH



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se determinó que la mayor cantidad de colaboradores son jóvenes, con edades que oscilan entre los 16 a 33 años.

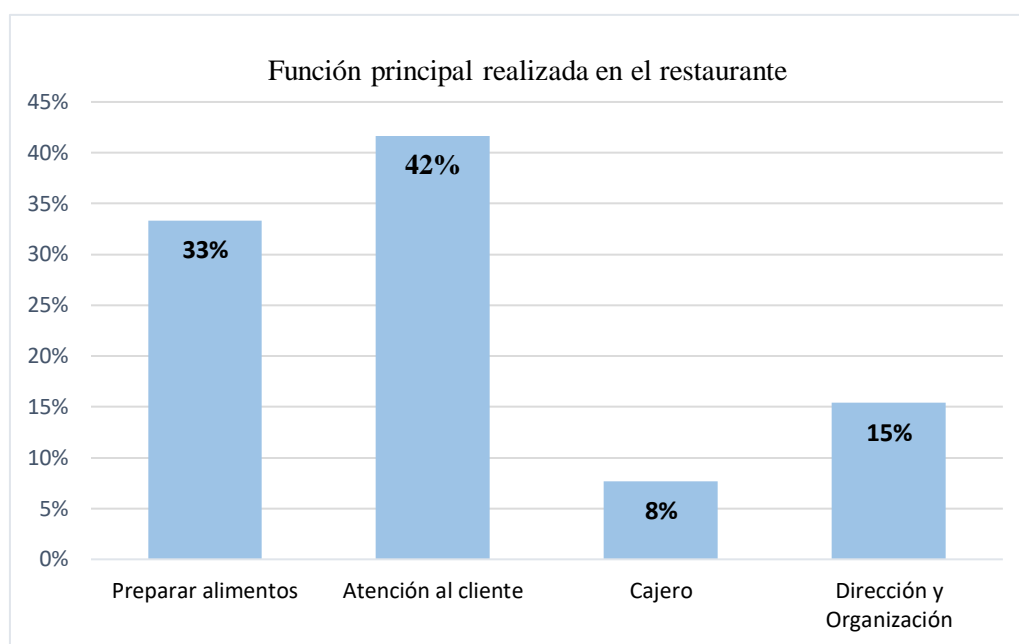
Figura 3. Edad del personal en el Restaurante YAH-YAH



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023).

Se determinó que el 100% de colaboradores tienen en claro las funciones que deben de realizar en su puesto de trabajo (33% preparación de los alimentos, el 42% atención a los clientes, el 8% caja y el 15% manejo del restaurante), sin embargo, afirmaron realizar funciones de otros puestos cuando se requiere.

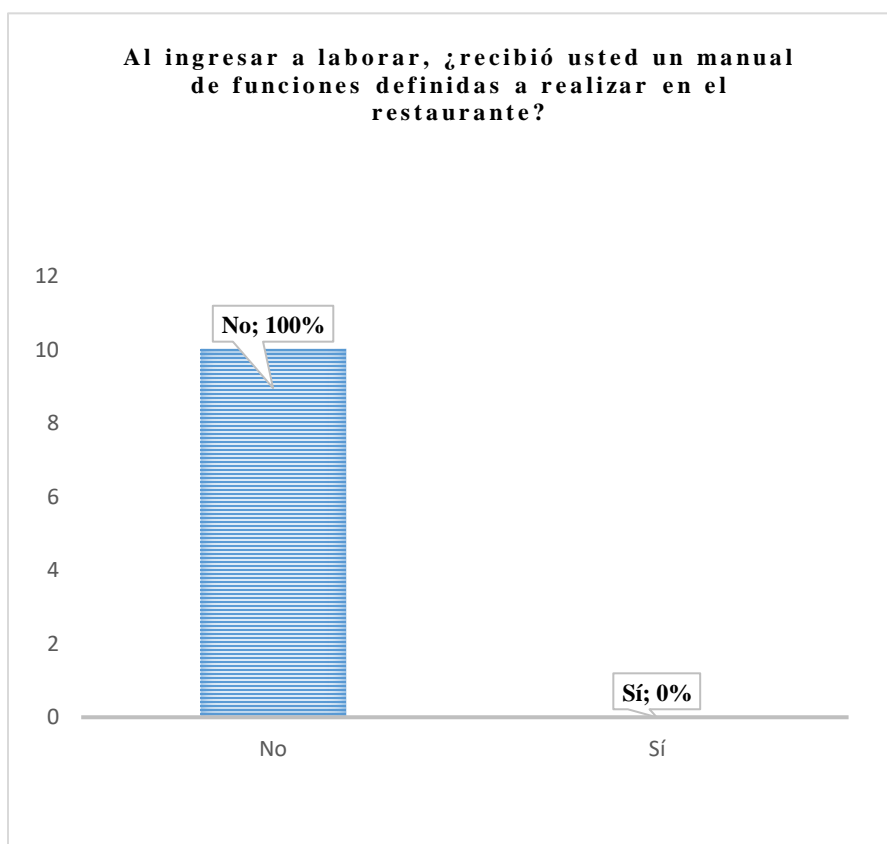
Figura 4. Función principal realizada en el restaurante



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se identificó que el 100% de colaboradores “no” recibieron un manual en físico de las funciones a realizar. Es importante destacar que todos los colaboradores concordaron en que solo recibieron indicaciones verbales por parte de los propietarios, según el cargo correspondiente al momento de ingresar a trabajar al restaurante.

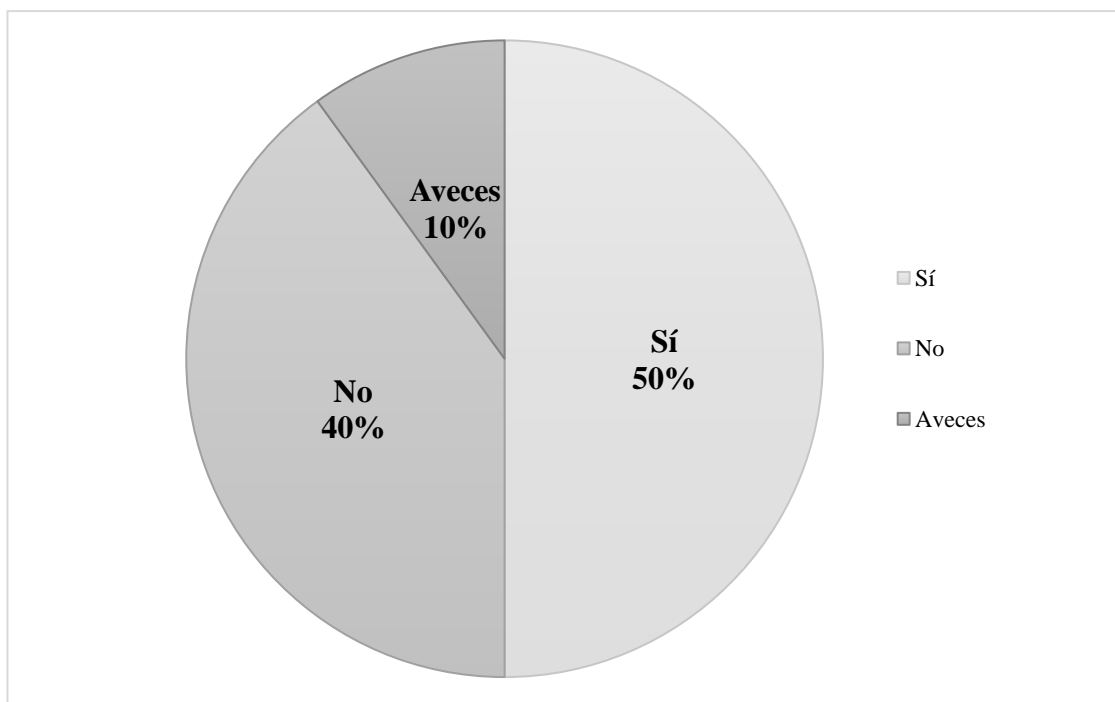
Figura 5. Al ingresar a laborar, ¿Recibió usted un manual de funciones definidas a realizar en el restaurante?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se determinó que el 50% del personal si considera que los propietarios tienen clara la razón de ser del restaurante, el 40% no consideran lo planteado y el otro 10% denotó que solo en algunas ocasiones los propietarios mostraban seguridad frente a la misión que tenía el restaurante.

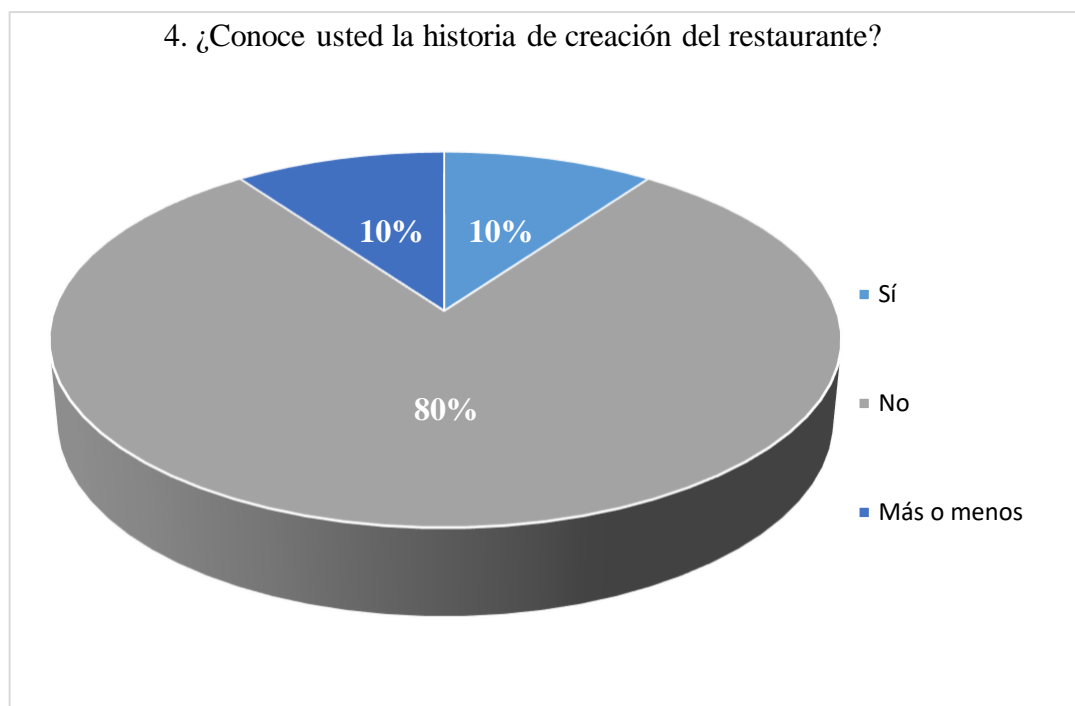
Figura 6. ¿Considera usted que la organización y/o dueños tienen clara la razón de ser del restaurante y a donde se quiere llegar (visión)?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Así mismo se determinó que el 80% de los colaboradores no tienen conocimiento de los inicios del restaurante (historia), el 10% si lo posee, mientras que el 10% restante solo tiene conocimiento de algunos datos de toda la información. Lo que infiere a que no existe interés en los colaboradores al investigar su lugar de trabajo, además la falta de compromiso en los propietarios para la creación de una reseña histórica física correctamente exhibida en el establecimiento.

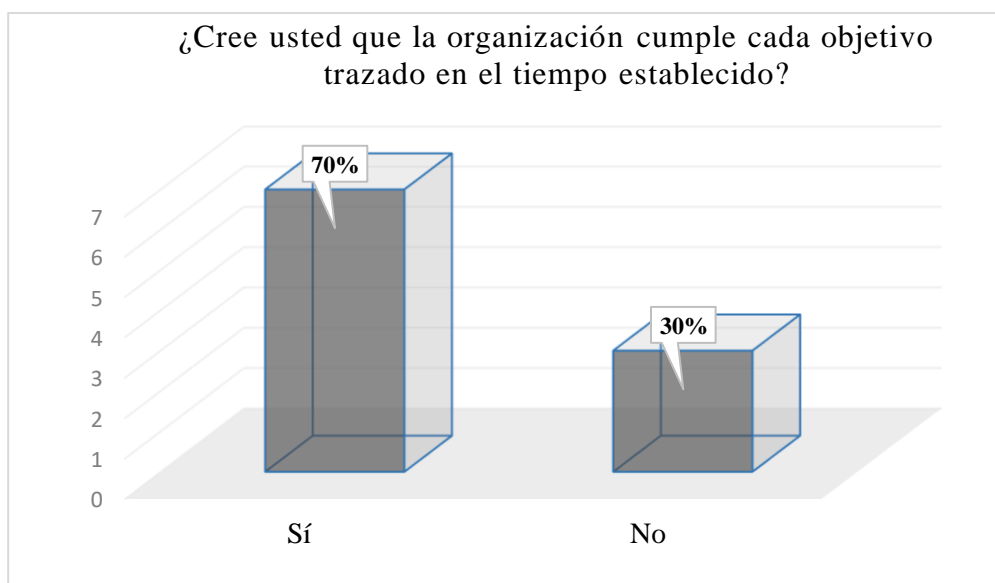
Figura 7. ¿Conoce usted la historia de creación del restaurante?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se evidenció que el 70% de los colaboradores concuerdan en que la organización sí cumple los objetivos trazados en el tiempo establecido, sin embargo, el 30% restante mencionó de acuerdo a su experiencia, que no siempre se logran los objetivos.

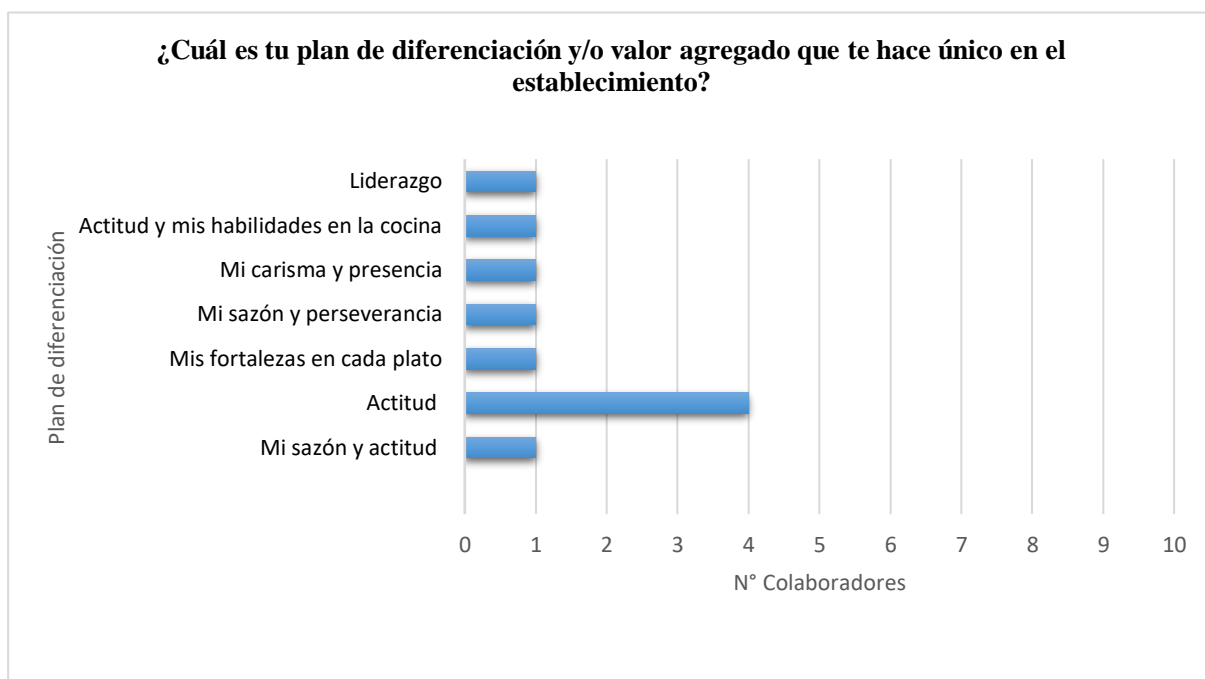
Figura 8. ¿Cree usted que la organización cumple cada objetivo trazado en el tiempo establecido?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se identificó que el 100% de los colaboradores tienen muy en claro el plan de diferenciación en su desenvolvimiento dentro del restaurante. El 40% determinó que su distinción se debía a la actitud presentada en el establecimiento mientras que el 60% restante dividieron sus respuestas entre la sazón, perseverancia, liderazgo y habilidades realizadas.

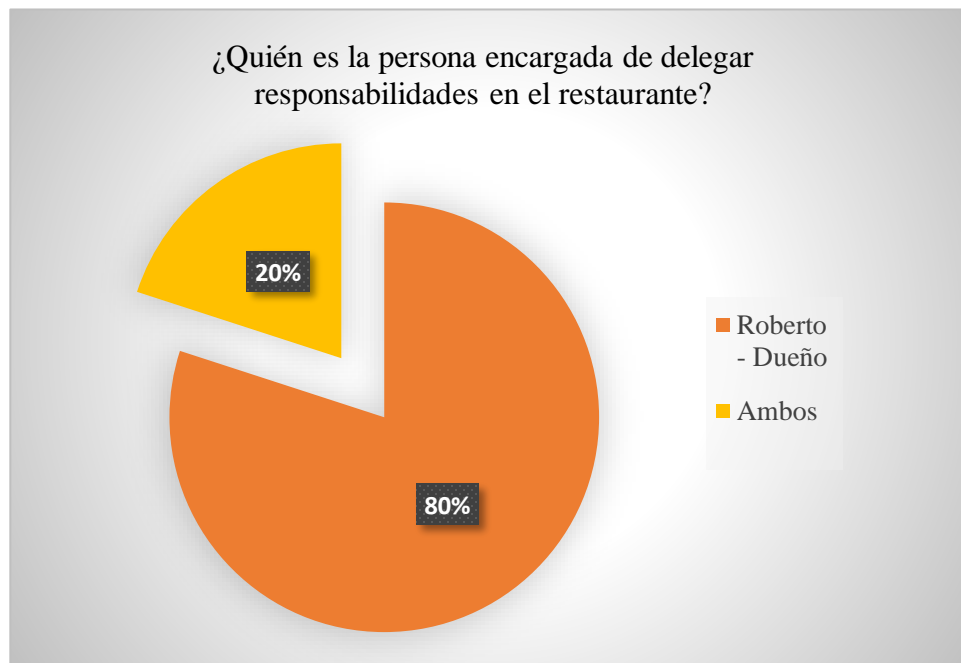
Figura 9. ¿Cuál es tu plan de diferenciación y/o valor agregado que te hace único en el establecimiento?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

El 80% de los colaboradores mencionaron al propietario denominado por las investigadoras “propietario número uno” de nombre “Roberto” como el único encargado de brindar o delegar las responsabilidades en el restaurante, no obstante, el otro 20% de ellos mencionó que ambos propietarios delegan responsabilidades, lo que infiere a que existe una falta de comunicación entre socios y colaboradores con respecto a la presentación formal de la persona encargada en la designación de funciones.

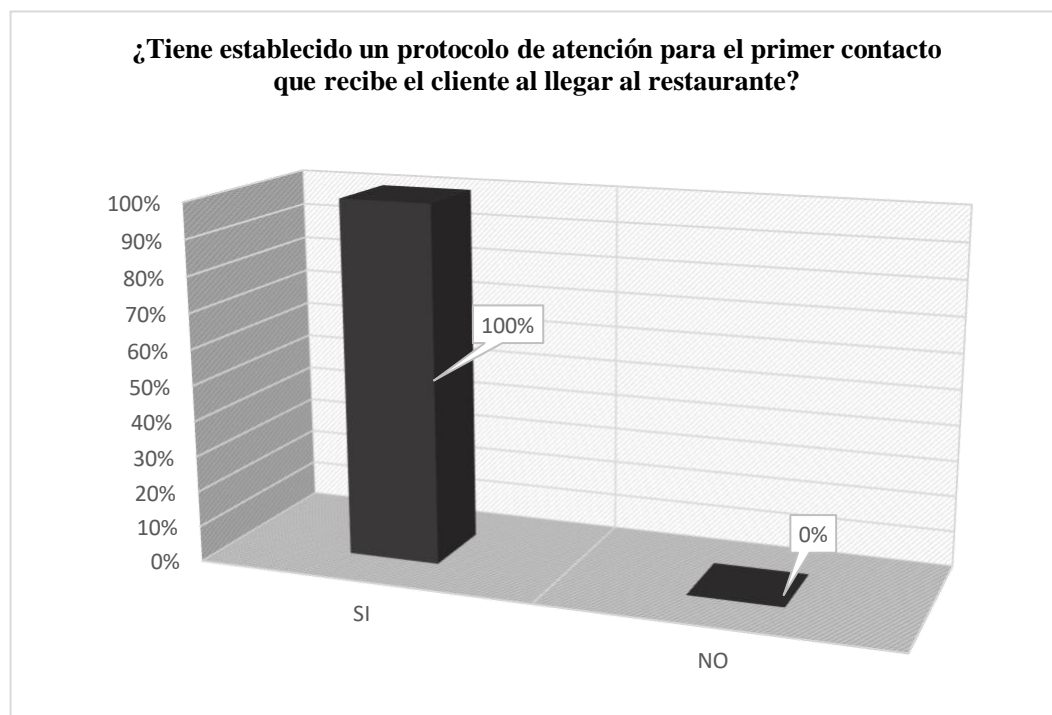
Figura 10. ¿Quién es la persona encargada de delegar responsabilidades en el restaurante?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se identificó que el 100% de los colaboradores, coincidieron que el restaurante sí cuenta con un protocolo de atención establecido, brindado de forma verbal pero no en físico.

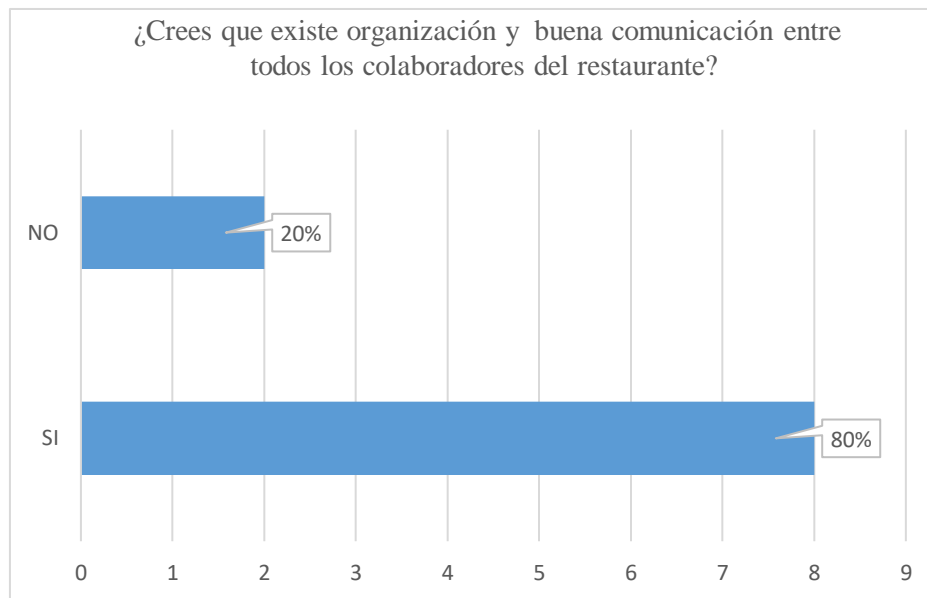
Figura 11. ¿Tiene establecido un protocolo de atención para el primer contacto que recibe el cliente al llegar al restaurante?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se determinó que el 80% de colaboradores confirman la existencia de buena comunicación y organización entre ellos, mientras que para el 20% de colaboradores, carecen de ello.

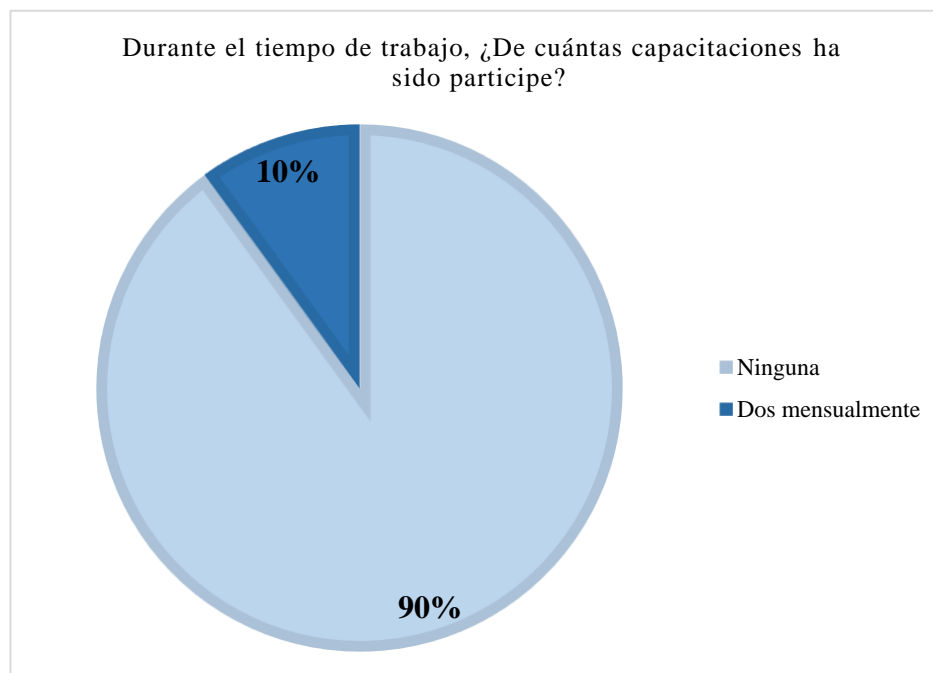
Figura 12. ¿Crees que existe organización y buena comunicación entre todos los colaboradores del restaurante?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se determinó que el 90% de los entrevistados, no fueron partícipes de ninguna capacitación por profesionales externos, en todo el tiempo laborado; mientras que el 10% aseguró recibir capacitaciones 2 veces al mes.

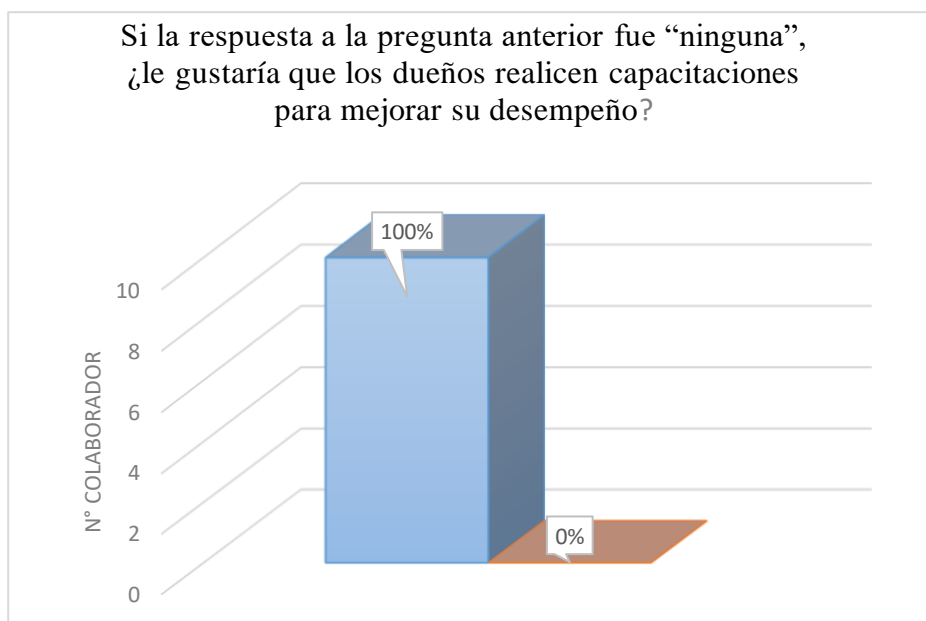
Figura 13. Durante el tiempo de trabajo, ¿De cuántas capacitaciones ha sido partícipe?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Se determinó que el 100% de los colaboradores sí les gustaría recibir capacitaciones por especialistas, fuera de las indicaciones de mejora que realizan los propietarios constantemente, para la mejora del desempeño.

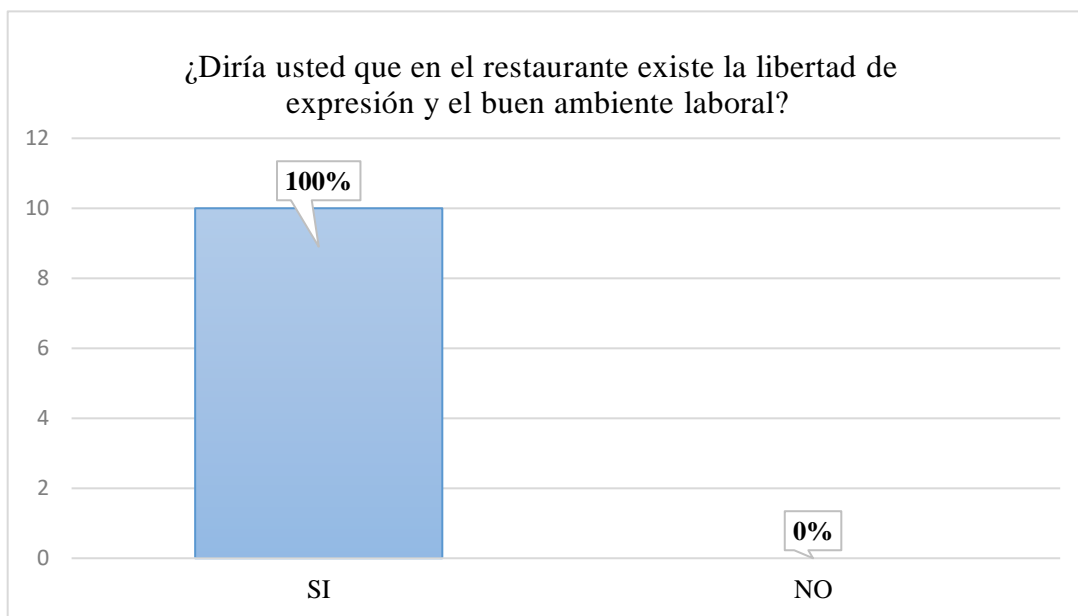
Figura 14. Si la respuesta a la pregunta anterior fue “ninguna”, ¿Le gustaría que los dueños realicen capacitaciones para mejorar su desempeño?



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Referente al buen clima laboral y libertad de expresión en el restaurante, se identificó que el 100% de los colaboradores afirman la existencia de una buena calidad humana desde los propietarios y en cada uno de ellos.

Figura 15. ¿Diría usted que en el restaurante existe la libertad de expresión y el buen ambiente laboral?




Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023).

Análisis FODA del restaurante YAH-YAH

Para el cumplimiento de los resultados según el primer objetivo específico, se desarrolló un análisis FODA, para la recolección de información y detección de componentes clave a trabajar en el restaurante, así como la realización de estrategias. El presente análisis fue utilizado para la preparación a posibles factores de riesgo en búsqueda del éxito constante presentada mediante una matriz:

Tabla 2. Análisis FODA del restaurante YAH-YAH

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Buen clima laboral.		1. Ausencia de MOF. 2. Inexistencia de un manual de procedimientos internos.
	2. Atención de calidad y buen capital humano (amabilidad, respeto e iniciativa).		3. Falta de capacitaciones al personal. 4. Poca experiencia en el rubro de la gastronomía.
	3. Compromiso por parte de los propietarios para trabajar en la mejora del restaurante.		5. Falta de comunicación y organización entre socios frente al liderazgo y distribución de funciones.
	4. Ofertas y promociones constantes.		6. Falta de compromiso por parte de los colaboradores en conocer la historia del establecimiento. 7. Dificultad en aparcamiento de clientes. (poco espacio).
	5. Variedad y calidad en cada línea de comida y bebidas (marinos, oriental, pizzas, criollo, postres, tragos, jugos; etc)		8. Ausencia de estrategias plasmadas en físico y/o ejecución de algún plan estratégico en el restaurante. 9. Ausencia de personal de vigilancia.
	6. Respeto a las medidas de higiene (en cada área y colaboradores del restaurante)		10. La ubicación no se encuentra en la calle principal en comparación de la competencia 11. Falta de personal de mantenimiento.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIAS DO	
1. Posibles alianzas estratégicas con otros restaurantes ya posicionados	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar asociarse con empresas del rubro en búsqueda del beneficio mutuo. - Creación y publicación constante en todas las redes del material digital (videos y fotos) en donde se resalten los platos bandera e infraestructura del restaurante ya que por su originalidad captaría clientes potenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar formalmente a los colaboradores el documento MOF correspondiente para que tengan conocimiento de sus funciones. - Realizar estudios de mercado y/o estrategias ayude a la captación de clientes. - Capacitar continuamente a los colaboradores para brindar una excelente atención y no solo atraer clientes jóvenes, si no también público familiar. - Habilitar y/o organizar una zona en donde los clientes puedan aparcar. - Invertir en la capacitación continua y confraternidad de los colaboradores. 	
2. Público objetivo para la creación de una sucursal (en Sullana y/o distritos)			
3. Aumento de público joven y/o adolescentes en la provincia.			
4. Facilidad de la tecnología para la creación de contenido (redes sociales).			
5. Viabilidad en la realización de delivery en las principales zonas del distrito de Sullana.			
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIAS DA	

1. Buena ubicación de la competencia cercana al lugar (se encuentran en la calle principal).	<ul style="list-style-type: none"> - Crear promociones en días que sean bajos, donde se puede garantizar el aumento de demanda - Aprovechar la infraestructura (piscina) para atraer a potenciales clientes. - Elaborar un plan de contingencia frente a futuros desastres naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener los documentos de gestión en regla y cumplir con todas las normas solicitadas por el municipio para así lograr que las autoridades brinden la ayuda necesaria para facilitar cualquier trámite que se requiere. - Implementar personal de vigilancia para asegurar el bienestar de todos los clientes. - Capacitarse continuamente (propietarios) para brindar el mejor liderazgo como empresa. - Invertir en la iluminación exterior (ahorro de energía) que permita el tránsito seguro de las personas y sea llamativo
2. Dificultad en la realización de trámites realizados por propietarios de nuevos negocios en las diferentes entidades provinciales.		
3. Inseguridad ciudadana, (robos, asaltos, etc.)		
4. Alza de precios en los alimentos debido a los conflictos políticos en el país.		
5. Falta de algún plan de contingencia frente a los fenómenos naturales presentados.		

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Para añadir más eficacia al estudio del análisis de situación actual y del establecimiento, se llevó a cabo de manera descriptiva un análisis externo (PESTEL) para la planeación estratégica y organizacional. Además aportó a la realización del análisis FODA ya que conlleva a conocer los factores externos que podrían afectar al negocio de una forma u otra y así crear estrategias para poder contrarrestar esos factores de riesgo.

Figura 16. Análisis PESTEL – Restaurante YAH –YAH



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Plan estratégico organizacional para el restaurante YAH-YAH

Generalidades

Razón Social: restaurante YAH-YAH

Propietarios: Roberto Aurelio Arrese Velasco / Hernán Arrese Velasco

Misión y visión del restaurante YAH-YAH

Misión:

Somos uno de los restaurantes con más líneas de comida en la zona, utilizando materia prima local, ofreciendo una experiencia confortable, con un ambiente innovador, superando día a día las expectativas de los clientes con platillos de calidad y gran sabor.

Visión:

Ser la primera opción elegida por la población de la provincia de Sullana y sus alrededores, para compartir momentos agradables e inolvidables en familia, donde nuestro principal objetivo sea brindar experiencias únicas y con sabores inigualables.

Objetivos Generales del restaurante

- Asociarse con empresas con más experiencia en el rubro.
- Aumentar seguidores en las redes sociales.
- Mejorar la comunicación y trabajo en equipo de todos los miembros que conforman el restaurante.
- Crear un manual de organización y funciones (MOF).
- Contratar personal de vigilancia.
- Crear un plan de contingencia frente a cualquier desastre natural
- Capacitar a los propietarios para el buen liderazgo y bienestar del restaurante.

- Aumentar la iluminación en la parte exterior del restaurante.

En la realización de la tesis se diseñó un plan estratégico organizacional, por objetivo planteado para el restaurante, describiendo las acciones concretas que conlleven al éxito de cada uno de ellos. Para cada una de los objetivos se indicó las acciones que se llevarían a cabo, el tiempo estimado, los responsables y el costo aproximado. El diseño del plan estratégico se realizó en un tiempo de cinco años (2023-2027), teniendo en cuenta los objetivos a largo plazo de la organización expuestos a continuación:

Tabla 3. Objetivo 01: Asociarse con empresas con más experiencia en el rubro.

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIÓDO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
- Asociarse con empresas con más experiencia en el rubro.	Buscar los posibles socios (empresas).	- Organización de los socios y tomar decisiones para localizar las posibles alianzas.						- Gerente General - Administrador	S/ 1 500.00
	Comunicación los dueños de dichas empresas.	- Establecer estrategias como ferias o eventos para lograr la alianza con los restaurantes.							

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023).

Tabla 4. Objetivo 02: Aumentar seguidores en las redes sociales.

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIÓDO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Aumentar Seguidores en las redes sociales.	- Capturar fotos del establecimiento y platillos.	Tener a una persona que tenga la facilidad y acceso a un dispositivo apto para la toma de fotos y videos diariamente.					Encargado de Marketing (socio)	S/ 3000,00 (Cámara profesional) S/ 25.00 / S/ 50.00 (Premios de sorteos)	
	- Creación de videos.								
	- Publicaciones diarias.	La persona encargada deberá manejar las redes y verificar las horas claves para subir contenido atrayente.							
	- Sorteos	Elegir al menos 1 día específico en el mes para organizar un sorteo en donde se obsequié algún platillo único de la casa así mismo uno de los requisitos principales sea dar seguimiento a la página y compartir sus publicaciones, obteniendo más seguidores, dando a conocer el establecimiento.							

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023).

Tabla 5. Objetivo 03: Mejorar la comunicación y trabajo en equipo de todos los miembros que conforman el restaurante.

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIÓDO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Mejorar la comunicación y trabajo en equipo de todos los miembros que conforman el restaurante.	Capacitación por tema mínimo 3 veces al año.	Diseñar el protocolo y fechas en las que se realizará la capacitación y contactar de ser necesario al ponente.						Propietarios. - Ponente externo (de ser necesario)	S/500.00 anuales (300.00 por capacitación) S/200.00 (materiales y aperitivos)
		Comunicar a los colaboradores el tema, motivo, importancia y fechas de la capacitación.							
		Llevar a cabo dichas capacitaciones en el tiempo establecido brindando alguna constancia y/o algún incentivo por parte de los propietarios.							
	Reuniones de confraternidad. (2 anuales)	Elegir un día no laborable en donde se organice un full day con el objetivo principal de establecer y/o fortalecer la relación de todo el personal.						Propietarios.	S/ 1000.00 anuales (s/500.00 por reunión)

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023).

Tabla 6. Objetivo 04: Crear un manual de organización y funciones (MOF).

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIODO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Contar con un Manual de Organización y Funciones (MOF).	Conocer las áreas que tiene el restaurante y cuáles son sus funciones.	Diseñar o contactar a un especialista para la realización del mismo.						Gerente. Especialista	S/2 200.00
		Plasmear las funciones en un documento (físico) y entregárselas a los colaboradores, para que puedan cumplir eficazmente con sus obligaciones							

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Tabla 7. Objetivo 05: Realizar un estudio de mercado para conocer los futuros clientes.

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIODO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Realizar un estudio de mercado para conocer los futuros clientes.	Analizar y estudiar la zona en donde está ubicado el restaurante.	Realizando pequeñas encuestas, entrevista, observando a la competencia, para saber a qué público se está dirigiendo.						Administrador (o especialista a fines)	S/1 800.00

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Tabla 8. Objetivo 06: Habilitar una zona de parqueo

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIODO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Habilitar una zona de parqueo	Acondicionar un lugar del restaurante para que los clientes puedan dejar sus vehículos.	Apersonarse a la municipalidad para solicitar permisos necesarios.						Propietarios	S/ 5 000.00
		Implementación de Señalizaciones en donde pueden estacionarse y dejar sus vehículos.							

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIODO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
- Contratar a personal de vigilancia	Contratar personal para asegurar la integridad de los clientes y del local.	Contactar con alguna empresa y/o una persona independiente que brinden el servicio de vigilancia.						Administrador Propietarios.	S/ 1025.00 (Sueldo fijo mensual)
		Reunirse con el personal y explicarle los términos generales del puesto de trabajo y funciones.							

Tabla 9. Objetivo 07: Contratar a personal de vigilancia.

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Tabla 10. Objetivo 8: Crear un plan de contingencia frente a cualquier desastre natural.

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIODO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Crear un plan de contingencia frente a cualquier desastre natural	Contratar un profesional (que tenga conocimientos de defensa civil) para el desarrollo del plan.	El especialista debe conocer el establecimiento y cada una de sus áreas. Implementar Señalización clara, en donde las personas se sientan a salvo frente a cualquier emergencia.						- Gerente general. - Especialista externo.	S/ 1 000.00
	Capacitar a todo el personal para cualquier desastre natural que se presente mínimo una vez al año.	Contratar a profesionales de defensa civil, para que capacitación.							S/ 600..00 (S/150.00) por capacitación.

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

- Objetivo 9: Capacitar a los propietarios para el buen liderazgo y bienestar del restaurante.

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIODO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Capacitar a los propietarios para el buen liderazgo y bienestar del restaurante.	Capacitarse en temas como liderazgo, dirección y toma de decisiones.	Contratar a personas profesionales en aquellos temas donde les pueda orientar y brindar los conocimientos necesarios.						- Gerente general. - Especialista en el rubro.	S/ 200.00 (por capacitación)
	Mejorar la relación de jerarquía con cada uno de los colaboradores.	Estar en constante comunicación con sus trabajadores, brindándole la confianza al colaborador en expresar lo que siente y piensan, pero al mismo tiempo mantener la relación dueño – colaborador.							

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023).

Tabla 11. Objetivo 10: Aumentar la iluminación en la parte exterior del restaurante.

OBJETIVO	ACCIONES	MEDIDAS	PERIODO					RESPONSABLES	COSTO APROXIMADO
			2023	2024	2025	2026	2027		
Aumentar la iluminación en la parte exterior del restaurante.	Crear una visión más llamativa en la parte exterior del restaurante.	Colocando en la entrada focos con más potencia.						- Jefe de marketing	S/ 800.00
		Cambiar el logo led que se encuentra en la entrada por uno más grande y llamativo.						- Especialista externo.	S/ 2 500.00

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Principales procedimientos internos de organización en el restaurante

YAH-YAH

Para el buen funcionamiento del restaurante se requiere una buena comunicación entre cada una de las áreas en donde laboran los colaboradores, es por ello que el desarrollo de estos procedimientos aporta a la mejora de la organización en el restaurante YAH-YAH, pues los colaboradores y propietarios podrán acudir a ellos cuando sea necesario.

Procedimientos de acuerdo a la limpieza

Los colaboradores encargados de la apertura del restaurante serán los mismos que realizarán la limpieza y desinfección de las áreas comunes del establecimiento (casa, pasillos, terraza, área llamada piscina y exteriores) en un tiempo establecido de 1 a 2 horas antes de la apertura. Previa limpieza general (pisos) se da paso a la limpieza de mesas, sillas paredes, televisores y radios de ser el caso y por supuesto cocina, teniendo en cuenta que nunca se debe barrer en seco pues las partículas de polvo podrían infectar los alimentos, utensilios; etc.). Finalmente desinfectar los servicios higiénicos asegurándose que estén bien equipados.

Procedimientos de acuerdo al manejo monetario

En primera instancia son los administradores quienes deben de estar a cargo del manejo de dinero, pero el primero contacto es con el cajero al recibirlo durante su turno. En la apertura del día el administrador debe de contabilizar el dinero encontrado en caja para determinar los gastos que se realizarán y dejar un monto en ella, dando a conocer al cajero para comenzar las labores y al final del día puedan cuadrar las operaciones y evitar malos entendidos al siguiente día.

Procedimientos de acuerdo al área de comida (cierre y apertura)

El personal de apertura es el encargado de ubicar y organizar correctamente las sillas, mesas y todo el inmueble del establecimiento donde corresponde para dar paso a la recepción de los clientes. De la misma manera, los encargados de cierre deben apilar todo el inmueble y colocarlo en una parte del establecimiento para realizar la limpieza correspondiente de pisos y pasadizos antes de culminar su jornada laboral.

Procedimientos de acuerdo a la preparación de Alimentos

Para la mayor eficacia y rapidez en la entrega hay enseres que se preparan con anticipación. Los encargados son cocineros y ayudantes de cocina quienes están totalmente capacitados para la preparación de las 4 líneas (oriental, pescados y mariscos, pizzas, alitas) de comida brindadas por el restaurante. Al iniciar el día los colaboradores deben de trabajar en constante comunicación con los mozos, de ello depende la mejora en atención y la satisfacción del cliente.

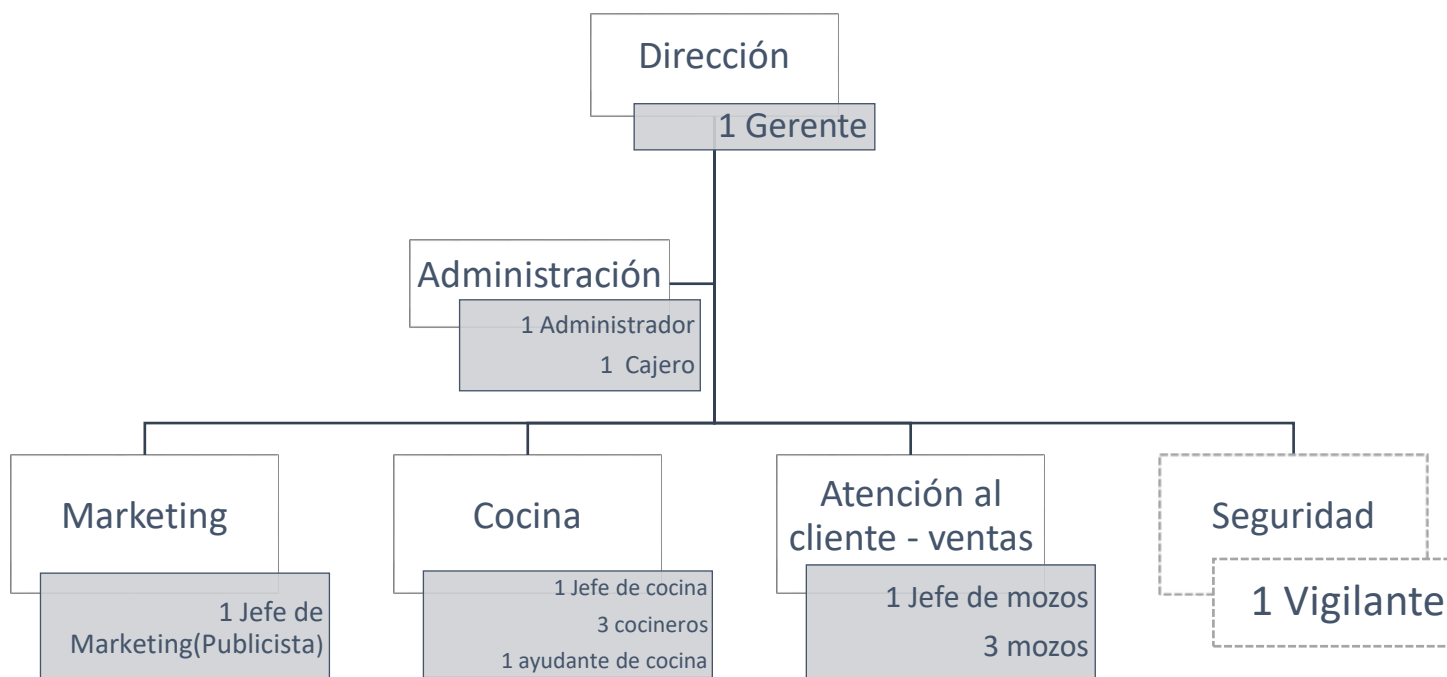
Procedimientos de acuerdo al área Administrativa

La buena administración del restaurante es un pilar primordial, se encarga de organizar al personal, en la realización de inventarios, muchas veces en marcar la entrada y salida de las personas. Además de darle seguimiento al correcto al uso de las instalaciones y que se cumpla cada uno de los procesos por áreas. Así mismo la realización de los documentos de gestión y formalizar a la empresa constantemente manteniendo todo en regla.

Organigrama y manual de funciones del restaurante YAH-YAH

Estas herramientas de gestión se realizaron con la finalidad de crear una estructura organizacional y plasmarla físicamente de manera sencilla y entendible; así mismo, es de mucha utilidad en el rubro administrativo para evitar posibles falencias dentro de la organización; como la falta de delegación de puestos, encargados de áreas, duplicado de puestos y/o puestos fantasmas; etc. A continuación, se visualiza el organigrama del restaurante YAH-YAH:

Figura 17. Organigrama Restaurante YAH –YAH



Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Así mismo se elaboró el manual de funciones para formalizar al restaurante buscando el mayor conocimiento de los colaboradores en el cargo que realizan y así todo el personal este orientado.

Restaurante YAH-YAH	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Código	0001Y
		Versión	1
		Fecha	/ /
		Página	01 de 05

Manual de organización y funciones

El restaurante YAH-YAH cuenta con casi 3 años de creación, funcionando desde el 2020 iniciando con servicio solo de delivery en las zonas principales de la provincia de Sullana. Tiene poca experiencia en el mercado sin embargo se ha convertido en uno de los principales puntos de visita por parte de la zona, buscando convertirse en la opción número uno de la provincia. Cuenta con 12 trabajadores actualmente, incluyendo a los 2 propietarios. Su especialidad y acogida se ha debido a las cuatro líneas de comida que brinda además de su infraestructura (cuatro áreas) para la comodidad del cliente como lo es el área de café, azotea, el área de piscina y un espacio llamado “casa”, el cual es utilizado especialmente por familias. Los platos marinos que ofrece son el ceviche con la variedad de pescado, chicharrón y ronda marina, concerniente a la fast food, brinda una variedad de pizzas, alitas barbecue (bbq), hamburguesas, alitas en salsa de maracuyá, parrillas, comida oriental; etc. Últimamente los dueños han optado por agregar al menú postres y batidos para expandir el negocio y llegar a más personas utilizando las redes sociales y las promociones.

Tabla 12. Estructura orgánica de cargos en el restaurante YAH-YAH

ÁREA	DENOMINACIÓN DE CARGO	CANTIDAD
DIRECCIÓN	Gerente	1
ADMINISTRACIÓN	Administrador	
	Cajero	1
MARKETING	Jefe de Marketing (publicista)	1
COCINA	Jefe de cocina	1
	Cocineros	3
	Ayudante de cocina	1
ATENCIÓN AL CLIENTE	Jefe de mozos	1
	Mozos	3
TOTAL		12

Fuente: Elaborado por Moran & Nole (2023)

Funciones del personal del restaurante YAH-YAH

DIRECCIÓN

Gerente General: persona capacitada para dirigir a un grupo de individuos, para lograr objetivos establecidos de una organización.

Funciones:

- Delegar responsabilidades su grupo de trabajadores.
- Tomar decisiones que ayuden a mejorar el restaurante.
- Supervisar el avance de sus proyectos y cumplan con los trabajos encomendados.
- Realizar reuniones con todo su personal.
- Resolver problemas y quejas con los clientes.
- Realizar capacitaciones.
- Monitorear y Administrar los ingresos y egresos.
- Tener todos los documentos en regla (licencia de funcionamiento).
- Llevar el registro de las declaraciones de impuestos, balances financieros.
- Tener un inventario de costos de bebidas y comidas.
- Manejar el libro de compras.

ADMINISTRACIÓN

Administrador: persona profesional y capacitada para la toma de decisiones cuando sea necesaria, manejo y liderazgo de un equipo.

Funciones:

- Organiza el cumplimiento de estrategias para lograr el objetivo o las metas establecidas del restaurante.
- Desarrolla el horario de los colaboradores asegurando su cumplimiento.

- Conoce a su equipo de trabajo.
- Es participó de decisiones para la mejora del restaurante.
- Encargado de pagar a los colaboradores y supervisar sus funciones.
- Administra los ingresos y egresos del restaurante.

Cajero: ser una persona profesional en la entrega y custodia de los ingresos en efectivo.

Funciones:

- Recauda los ingresos diarios de caja.
- Registra las salidas y entradas de dinero.
- Lleva el control y movimiento de la caja.
- Ser ágil en el proceso de cobro, para que sea eficiente.

MARKETING

Jefe de Marketing: persona creativa e innovadora, encargada de promocionar con videos, fotos, lo más resaltante del restaurante. Gestionando campañas de publicidad.

Funciones:

- Crear videos con contenido del más resaltante del restaurante, como los platos bandera del restaurante, la infraestructura.
- Estar pendiente de los futuros clientes potenciales.
- Crear campañas de publicidad.
- Resaltar la marca del restaurante.

COCINA

Cocinero: encargado de la supervisión y preparación de los platos, lleva el control de la cocina.

Funciones:

- Preparación de los platos de la carta del restaurante, pedidos por los clientes.
- Decorar cada plato que salga a la mesa.
- Innovar en su preparación y decoración.
- Supervisar la cocina, la limpieza y el lavado de los platos.
- Supervisar el resto del personal de la cocina.
- Compras y llevar control de las compras de los alimentos.
- Asumir con responsabilidad si algún plato no cumple con las expectativas del cliente o hay un error al momento de entrega.
- Llegar lograr satisfacer a los clientes.
- Encargado de supervisar de que cada pedido llegue correctamente a su dueño.

Ayudante de cocina: cumplir con las indicaciones que el chef o cocinero le mande para los platos del restaurante.

Funciones:

- Ayudar con los preparativos de los platos.
- Cortar y picar los ingredientes (carnes, pollo, verduras, etc.)
- Pesar y cumplir con la higiene para manipular con los alimentos.
- Lavar los platos ya utilizados.
- Gestionar y controlar los pedidos.

ATENCIÓN (VENTAS)

Mesero/ Mozo: encargado de lograr que el cliente se lleve una buena impresión del restaurante y lograr satisfacer las expectativas.

Funciones:

- Dar la bienvenida al cliente y ser amable.
- Atender su pedido y su servicio.
- Lograr que el cliente se lleve una buena impresión de local.
- Cumplir con el pedido del cliente.
- Limpiar y recoger la mesa.
- Satisfacer y cumplir las expectativas de los clientes.
- Motivar que el cliente vuelva al local.
- Atender y solucionar las quejas y reclamos.

IV. DISCUSIÓN

La tesis realizada buscó diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora del restaurante YAH –YAH ubicado en la urbanización Santa Rosa en la provincia de Sullana, para ello los resultados fueron cotejados con los diferentes hallazgos realizados anteriormente por terceros de acuerdo a la variable, dimensiones e indicadores: De acuerdo a (Franklin, 2009) quien afirmó que la planeación es el proceso primordial para el desarrollo y crecimiento de las empresas; en efecto la directiva de cada una de ellas debería enfocarse plenamente en su desarrollo adquiriendo conocimiento sobre el tema. En ese sentido se constató el desconocimiento por parte de los propietarios y/o colaboradores en base a la importancia que conlleva el diseño, realización y ejecución de un plan estratégico organizacional en el negocio, ya que con ello se desarrollarían mejor los procesos de cada área del restaurante. Estos resultados coinciden con lo encontrado por (Vallejo & Gastezzi, 2022) los cuales en su investigación concluyeron que existía mucho desinterés en el conocimiento de los procesos de diseño e implementación de plan estratégicos y de Marketing, de ser el caso de propietarios de diferentes establecimientos, al ser ejecutados estos brindaron grandes aportes y mejoras continua en cada uno de las áreas del lugar de estudio.

Conforme a (Chiavenato, 2007), el plan estratégico es un proceso operativo que orienta al eficaz desarrollo de una serie de estrategias que aportan al ambiente laboral y en cada una de las áreas en la organización, mientras que (Sainz de Vicuña, 2017) aseguró que este tipo de estrategias adquiridas sirven para la toma de decisiones en cualquier circunstancia u oportunidad presentada en la ejecución del mismo. Es así que en la presente investigación se observó la deficiencia en la creación de herramientas fundamentales en la organización como lo fue misión, visión además de algún análisis FODA u otro realizado

antes o durante la creación del establecimiento, por ende, se ve reflejado en las debilidades del mismo; el 70% de los colaboradores mencionan que casi nunca se concretan las metas y objetivos planteados debido a la falta de estrategias para lograrlo. Estos resultados concuerdan con lo investigado por (Encalada, 2019) quien mencionó la importancia que conlleva la realización y ejecución del plan estratégico pues ello aportó al cumplimiento de metas y objetivos planteados por la organización concluyendo que si se requiere obtener mejores resultados y adquirir reconocimiento por las buenas prácticas de atención se debe realizar un análisis previo para extraer estrategias de alto valor que guíen al establecimiento hacia el éxito. Esto coincide también con lo estudiado por (Paniagua, 2018) quien en la realización de su análisis concluyó que la falta de un plan estratégico en el lugar de estudio había implicado en la deficiencia del ámbito tecnológico, organizacional y calidad humana; todo ello a consecuencia de la falta de existencia de estrategias a poner en práctica. Finalmente los resultados de la investigación de (Reyna & Delgado, 2017) coinciden pues en definitiva todo el personal de la organización recalcan la importancia del diseño y organización de un plan maestro desarrollado en la organización pues ello compromete al propietario a trabajar más en la estandarización y mejora continua del servicio

Para analizar la situación actual del restaurante se utilizó el análisis FODA, (Huerta, 2020) lo consideró como herramienta importante para llegar a cumplir con las metas y objetivos establecidos por la empresa, por supuesto esto con lleva a la mejora en la toma de decisiones estructurada y acertadamente. Por lo tanto, los dueños del restaurante YAH-YAH carecen de esta herramienta, pues desde su creación hasta la actualidad no se ha desarrollado en la organización. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Caicay & Vasquez (2020), los cuales en su investigación concluyeron que el FODA es una táctica

como guía que dirige a la mejora de funciones de las metas establecidas, frente a ideas, decisiones, hacia la organización y sus colaboradores, que permite ser competente frente a otros negocios y así poder cumplir con los objetivos.

Como lo confirma (Nevado, 2020) el estudio de la situación actual de las entidades conlleva al conocimiento a profundidad del entorno de la empresa, para así desarrollar las estrategias competitivas que conllevan al crecimiento económico. En la presente investigación destacó el desconocimiento de la importancia que conlleva la realización y presencia del análisis FODA por parte de los propietarios donde se plasmen los aspectos internos y externos y donde los colaboradores tengan conocimiento de las estrategias a llevar a cabo en el restaurante. Estos resultados concuerdan con lo investigado por (Anticono & López, 2020) quien al ejecutar este análisis en el lugar de estudio adquirieron ventajas competitivas frente a sus principales competencias, conociendo así sus principales oportunidades y fortalezas, creando estrategias que les ayudarán mejorar en su ámbito empresarial. Concluyendo que, si se querían lograr tener buenos resultados, primero se tendrían que analizar la situación actual, estudiar el entorno interno y externo, para fortalecer las amenazas y debilidades, y aprovechar las oportunidades.

Por lo que refiere a la elaboración de Organigrama y MOF; el autor (Franklin, 2009) define el organigrama como un documento gráfico, donde muestra la estructura de una empresa. Así mismo concerniente al Manual de Organización de Funciones la (Municipalidad Distrital De Marcavelica, 2014), lo describe como el instrumentó donde se mencionan las funciones establecidas para el manejo de la empresa, por colaborador y por área. Es por ello que es fundamental diseñar y ejecutar estas herramientas de gestión, que se encargan de la estructura y funciones de una empresa u organización. En el presente

estudio se confirmó que los propietarios no creían necesario el diseño del organigrama y MOF en el restaurante, creían cada uno de los colaboradores tenía en claro su puesto de trabajo y cada uno de las funciones que debería realizar en el establecimiento, sin embargo, el 100% de los colaboradores coincidieron en que al ingresar no se les brindó en físico un manual donde indicara sus responsabilidades, solo se les explico verbalmente y creían necesario que se les brindará. Estos resultados coincidieron con los resultados de (Domínguez & Herrera, 2021) quienes en su estudio concluyeron que el negocio tenía muchos aspectos por trabajar e implementar, ya que no contaban con estas herramientas de gestión y el propietario no tenía la iniciativa de trabajar en esos aspectos.

Se identificó la ausencia de un manual de procedimientos internos, en el establecimiento el cual disminuye el valor en cada uno de los colaboradores, el 100% de ellos mencionó que no tienen conocimiento de la existencia de estos procedimientos dentro de la organización, lo que infiere a que la organización debe implementar ello lo antes posible y capacitar a su personal sobre temas de interés laboral. Estos resultados son acorde con (Navarro, 2018) quien menciona la inexistencia de un manual de procedimientos en el lugar de estudio, esto conduce la baja calidad en atención al cliente brindada por el personal, lo cual implica la ausencia de clientes en el negocio y ello no es conveniente ni para los propietarios ni para los colaboradores pues si no hay clientes potenciales, no hay servicio ni ingresos,

V. CONCLUSIONES

- Existe una clara deficiencia en el conocimiento por parte de los propietarios en temas de gestión, planificación y organización de un restaurante debido su poca experiencia en el rubro, sin embargo, existe el compromiso por su parte en eliminar y/o disminuir cada una de las falencias encontradas en el establecimiento. Así mismo esta herramienta guía contribuyó en la creación de objetivos, a corto, mediano y largo plazo del restaurante; los mismos que fueron acompañados de estrategias para llevarlos a cabo.
- La falta de un análisis interno y externo (FODA) hacia el restaurante YAH-YAH, ello permite que los dueños desconozcan las oportunidades y fortalezas que pueden aprovechar, así como las debilidades y amenazas en las que se debe trabajar y por las cuáles debe estar preparado (estrategias), eso les genera no poder cumplir con muchos de sus objetivos y metas establecidas.
- Ausencia de un manual en físico y/o virtual que describa los procedimientos internos de cada una de las áreas, siendo una herramienta imprescindible para la formalidad y buen desarrollo de las actividades que se realizan en el restaurante YAH-YAH.
- Al no tener un organigrama y el MOF establecido en físico, permite que los colaboradores no tengan en claro las funciones y responsabilidades que tienen que realizar en su trabajo, ni conocer cuáles son los jefes encargados de cada área del restaurante.

VI. RECOMENDACIONES

- Se sugiere implementar el plan estratégico organizacional realizado en la investigación.
- Implementar el manual de procedimientos internos propuesto.
- Socializar a todos los colaboradores los instrumentos de gestión previstos en el estudio.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anticona, K. B. A., & López, R. E. L. (2020). *Diseño de un plan estratégico de marketing para desarrollar ventajas competitivas en el restaurant turístico el mochica de Doña Fresia* [Tesis de Pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12759/4893>
- Banguero Lozano, H.E., Carrillo Rodríguez, L.A., & Aponte Jaramillo, E. (2018). *Planeación y gestión estratégica de las organizaciones: conceptos, métodos y casos de aplicación*. Universidad Autónoma de Occidente.
- Obtenido de <https://es.scribd.com/book/399365473/Planeacion-y-gestion-estrategica-de-las-organizaciones-conceptos-metodos-y-casos-de-aplicacion>
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Contreras Tineo, R. (2018). *Planeamiento Estratégico para mejorar la calidad de servicio de la empresa C & L CONIGE S.A.C., Chiclayo* [Tesis de Postgrado, Universidad César Vallejo].
- Respositorio digital de Universidad César Vallejo <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31265>
- Dominguez, F. I. C. y Herrera, N. D. (2021). *Implementación De Un Plan Estratégico Del Manual De Organización En El Restaurante Campestre Rancho Sustentable Doña Elia* [Tesis de Postgrado, Instituto Tecnológico Superior De San Andrés Tuxtla]. Obtenido de <https://rinacional.tecnm.mx/jspui/handle/TecNM/1218>
- Encalada Vidal, C.P. (2019). *Plan Estratégico Para Hipnosis II Pub, Karaoke, Discoteca, Restaurant S.C.R.L.* [Tesis Postgrado, Universidad Nacional De Piura]. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1880>
- Fernández, A. L. (2012). *Escuela de Organización Industrial*. (1 de Febrero de 2012). *Conceptos de Estrategia Empresarial*. Obtenido de <https://www.eoi.es/sites/default/files/savia/documents/componente78098>.
- Franklin, E. B. F. (2009). *Organización De Empresas*. Mc Graw Hill Interamericana Editores.

- Gualmuro Caicay, R. E., y Vilcherrez Vasquez, V. J. (2020). *Plan De Marketing Estratégico Para Mejorar La Calidad Del Servicio En El Centro Turístico “El Tambo”, Chiclayo, 2019* [Tesis de Grado, Universidad Privada Juan Mejía Baca]. Obtenido de <http://repositorio.umb.edu.pe/handle/UMB/149>
- Hernández, R. S., Fernández, C. C., y Baptista, M. del P. L. (2014). *Metodología De La Investigación*. Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Huerta, D. S. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Bubok Publishing S.L.
- Koontz, H., Wehrich, H., y Cannice, M. (2008). *Administración: Una perspectiva global y Empresarial*. Mcgraw-Hill Companies.
- López, P. R., y Fachelli, S. (2015). *Metodología De La Investigación Social Cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Miranda Vallejo, D. S., y Villalba Gastezzi, D. M. (2022). *Plan Estratégico De Marketing Para Incrementar Las Ventas En El Restaurante “La Piña Restobar” En La Ciudad De Milagro* [Tesis postgrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil]. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5029>
- Municipalidad Distrital De Marcavelica. (Septiembre de 2014). *Manual De Organización Y Funciones De La Municipalidad Distrital De Marcavelica Mof*.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2257658/MOF_MDM2014.pdf.pdf?v=1634458563
- Municipalidad Distrital de Uchiza. (2014). *Manual de Organización y Funciones es un instrumento de gestión de la Municipalidad Distrital de Uchiza*. <https://es.scribd.com/document/432432393/mof>
- Navarro, L. K. S. (2018). “*Aplicación y mejora del manual de procedimientos en el área De recepción y restaurante, en el hotel san agustín exclusive, para Optimizar la gestión de procesos, 2018*”.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5169/SANCHEZ_NL.pdf
- Nevado Távara, M.M. (2020). *Propuesta de un plan estratégico para generar competitividad en el restaurante Viejo Rincón 2018-2022* [Tesis Postgrado, Universidad Tecnológica del Perú].
<https://hdl.handle.net/20.500.12867/3369>

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Revista Internacional de Morfología*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Ortiz, M. I. D. (2017). Breve reseña acerca de la planeación estratégica. *Polo del Conocimiento*, 2(4), 188. <https://doi.org/10.23857/pc.v2i4.214>
- Paniagua, A. M. (2018). *Plan Estratégico Para El Restaurante Picaña Parrilla-Bar* [Tesis de Pregrado, Universidad EIA]. <https://repository.eia.edu.co/handle/11190/1938>
- Ramírez Rojas, J. L. (2017). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. *Revista del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas*, 52-61. <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/1214>
- Sabando Reyna, L. T., y Coello Delgado, K. (2017). *Propuesta De Un Plan Estratégico De Marketing Digital Para El Restaurante Gau – See Comida China Del Cantón Daule*. [Tesis de Postgrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47434>
- Sainz de Vicuña, J. L. A. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. ESIC Editorial.



“Diseño de un Plan Estratégico Organizacional para la mejora del Restaurante YAH-YAH, Sullana 2022”

Anexo 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Autoras: Moran Zapata Vilma Jomira - Nole Avila Juliana Yasmin

<u>Título</u>	<u>Problema general</u>	<u>Objetivo General</u>	<u>Variable, Dimensiones e Indicadores</u>	<u>Metodología</u>
<p>“Diseño de un Plan Estratégico Organizacional Para la mejora del Restaurante YAH-YAH, Sullana 2022”</p>	<p>¿Cómo diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora el restaurante YAH-YAH, Sullana 2022?</p> <p><u>Problemas Específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación actual del restaurante YAH-YAH, Sullana 2022? • ¿Cuáles son los principales procedimientos internos de organización en el restaurante YAH-YAH, Sullana 2022? • ¿Cuál es el organigrama y manual de funciones de la organización del restaurante YAH-YAH, Sullana 2022? 	<p>Diseñar un Plan Estratégico organizacional para la mejora del restaurante YAH-YAH en la provincia de Sullana.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la situación actual del restaurante YAH-YAH, Sullana 2022. • Elaborar los principales procedimientos internos de organización en el restaurante YAH-YAH, Sullana 2022. • Elaborar el organigrama y manual de funciones para el restaurante YAH-YAH. 	<p><u>Variable:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan organizacional estratégico <p><u>Dimensión 1:</u></p> <p>Planeación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Misión • Visión • Objetivos • Estrategias <p><u>Dimensión 2:</u></p> <p>Organización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organigrama • Manual de funciones (MOF) 	<p><u>Tipo de investigación:</u></p> <p>Descriptiva - Exploratoria</p> <p><u>Según el enfoque:</u></p> <p>Cualitativo</p> <p><u>Diseño de investigación:</u></p> <p>No experimental</p> <p><u>Temporalidad:</u></p> <p>Transversal</p>



ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE RESTAURANTE YAH-YAH - SULLANA

Investigación:

“Diseño de un Plan Estratégico Organizacional para la mejora del Restaurante YAH-YAH , Sullana 2022”

En calidad de Br. De la Universidad nacional de Frontera Sullana, nos encontramos desarrollando nuestra investigación orientada a diseñar de un Plan Estratégico para la mejora del Restaurante YAH-YAH ubicado en la provincia de Sullana, por lo que atentamente me presento y solicito a usted tenga la amabilidad de responder con toda la sinceridad posible las siguientes preguntas:

Objetivo de instrumento según las Dimensiones PLANIFICACIÓN y ORGANIZACIÓN: Conocer y analizar la situación actual del restaurante YAH-YAH , mediante la visión del colaborador frente al restaurante.

Generalidades:

Nombre Completo: _____ **Edad:** _____

Cargo: _____ **Sexo:** _____

Lugar de procedencia: _____

VARIABLE: PLAN ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL DIMENSIÓN: PLANEACIÓN

1. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el restaurante YAH-YAH ?
-
2. ¿Tiene definida en físico la misión y visión del negocio?
-
3. ¿Cuáles cree usted que son las principales debilidades del restaurante?
-
4. ¿Qué fortalezas cree usted que posee el restaurante actualmente?
-
5. ¿Cuáles son las oportunidades que cree usted debería aprovechar el restaurante?

6. ¿Cuáles son las principales amenazas con las que se enfrenta el restaurante?

-

7. ¿Cuenta el local con políticas y valores definidos y/o plasmadas en físico?

-

8. ¿Cuál es tu plan de diferenciación y/o valor agregado que hace único a tu establecimiento?

-

9. - ¿Tiene establecido un protocolo de atención para el primer contacto que recibe el cliente al llegar al restaurante?

-

10. ¿Tiene establecidos objetivos a corto, mediano y largo plazo para el restaurante? Si la respuesta es Sí, describirlos.

✓ Objetivos a corto plazo:

✓ Objetivos a mediano plazo:

✓ Objetivos a largo plazo:

DIMENSIÓN 2: ORGANIZACIÓN

11. ¿Cuenta con un manual de procedimientos de las actividades del restaurante?

-

12. ¿Cree usted que las autoridades brindan el suficiente apoyo en la creación de un restaurante? Si la respuesta es NO, explicar el porqué.

13. ¿Quién es la persona encargada de delegar responsabilidades a los colaboradores del restaurante YAH-YAH?

-

14. ¿Tiene establecido en físico el organigrama del restaurante?

-

15. ¿Quién y cómo verifica que sus clientes estén satisfechos?

-

16. - ¿Tienen detectado el tipo de cliente con el que trabaja?

-

17. ¿Qué días acuden más clientes al restaurante? (días exactos)

-

18. ¿Cuenta el establecimiento con un libro de reclamaciones?

-

19. ¿Cuentan con un libro de compras para el mejor manejo de los insumos?

-

20. ¿Cree usted que los diarios locales o emisoras radiales aportan a la promoción del restaurante?

-

21. ¿El establecimiento ofrece auspicios a instituciones? (responsabilidad social)

-

22. ¿Qué estrategias posee el establecimiento para incentivar a sus colaboradores?

-

23. En todo este tiempo desde su apertura o antes, ¿tiene conocimiento de la realización de algún estudio de mercado realizado en el restaurante?

-

24. ¿Qué tecnología utiliza o ha implementado el establecimiento?

-

25. ¿Cuenta el restaurante con acciones de responsabilidad medioambiental? Si la respuesta es SI, mencionar las acciones.



**ENTREVISTA DIRIGIDA A COLABORADORES DE RESTAURANTE
YAH-YAH - SULLANA**

**Investigación: “Diseño de un Plan Estratégico para la mejora del Restaurante YAH-YAH ,
Sullana 2022”**

En calidad de Br. De la Universidad nacional de Frontera Sullana, nos encontramos desarrollando nuestra investigación orientada a diseñar de un Plan Estratégico para la mejora del Restaurante YAH-YAH ubicado en la provincia de Sullana, por lo que atentamente me presento y solicito a usted tenga la amabilidad de responder con toda la sinceridad posible las siguientes preguntas:

Objetivo de instrumento según las Dimensiones PLANIFICACIÓN y ORGANIZACIÓN:
Conocer y analizar la situación actual del restaurante YAH-YAH , mediante la visión del colaborador frente al restaurante.

Generalidades:

Cargo: _____ **Tiempo Laborado:** _____

Edad: _____ **Sexo:** _____

Lugar de procedencia: _____

1. ¿Cuál es la función principal que realiza en el restaurante?

-

2. Al ingresar a laborar, ¿Recibió usted un manual de funciones definidas a realizar en el restaurante?

-

3. ¿Considera usted que la organización y/o dueños tienen clara la razón de ser del restaurante y a donde se quiere llegar (visión)?

-

4. ¿Conoce usted la historia de creación del restaurante?

-

5. ¿Cree usted que la organización cumple cada objetivo trasado en el tiempo establecido?

-

6. ¿Cuál es tu plan de diferenciación y/o valor agregado que te hace único en el establecimiento?

-

7. ¿Quién es la persona encargada de delegar responsabilidades en el restaurante?

-

8. ¿Tiene establecido un protocolo de atención para el primer contacto que recibe el cliente al llegar al restaurante?

-

9. ¿Crees que existe organización y buena comunicación entre todos los colaboradores del restaurante?

-

10. Durante el tiempo de trabajo, ¿De cuántas capacitaciones ha sido participe?

-

11. Si la respuesta a la pregunta anterior fue “ninguna”, ¿Le gustaría que los dueños realicen capacitaciones para mejorar su desempeño?

-

12. ¿Diría usted que en el restaurante existe la libertad de expresión y el buen ambiente laboral?