

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Factores de éxito para la sostenibilidad empresarial: estudio de caso mypes
del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Jesus Alberto Lopez Romero

ASESOR

Jorge Alfredo Huarachi Chavez

<https://orcid.org/0000-0002-3243-962X>

Chiclayo, 2023

**Factores de éxito para la sostenibilidad empresarial: estudio de caso
mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo**

PRESENTADA POR
Jesus Alberto Lopez Romero

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Daniel Enrique Ordinola Rodriguez
PRESIDENTE

Alex Humberto Vasquez Santisteban
SECRETARIO

Jorge Alfredo Huarachi Chavez
VOCAL

Dedicatoria

Principalmente, a Dios, por brindarme salud en todo el proceso y desarrollo de la investigación; a mi madre, Mónica Del Rosario por inspirarme cada día, adocrinándome hacia un camino justo, velando por mi felicidad y educación a lo largo de mi vida; a mi hermana, Maricarmen por el apoyo incondicional durante la carrera profesional y a mi pareja, Deborah, por brindarme su apoyo y motivación.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, debido a que, en las aulas se genera un conocimiento intelectual y a cada uno de los docentes de la carrera profesional Administración de Empresas. A mi madre, por brindarme su confianza y apoyarme en todo momento de la vida.

Informe de Turnitin

Factores de éxito para la sostenibilidad empresarial: estudio de caso mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	4%	0%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	moam.info Fuente de Internet	1 %
2	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
3	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
4	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
5	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
6	koreascience.or.kr Fuente de Internet	<1 %
7	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
8	www.world-pepper.org Fuente de Internet	<1 %
9	hdl.handle.net Fuente de Internet	

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción.....	8
Revisión de literatura.....	10
Materiales y métodos	14
Resultados y discusión	15
Conclusiones	27
Recomendaciones	28
Referencias	30
Anexos	34

Resumen

El presente estudio tuvo como finalidad determinar los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial de las mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo. Esto surgió debido a que no existen suficientes investigaciones de la sostenibilidad empresarial. Debido a esto se escogió los restaurantes que permanecen en el mercado mínimo cinco años puesto que, a pesar de la pandemia y la competencia, aún permanecen en el mercado chiclayano.

Asimismo, se planteó como objetivo principal determinar los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo. La investigación fue cualitativa, de tipo exploratorio, de diseño no experimental y de nivel descriptivo. El método para recabar información fue el cuestionario a través de entrevistas con preguntas semiestructuradas y se tuvo como unidad de análisis, empresarios y/o jefes de mando, y los resultados obtenidos fueron ingresados al programa Microsoft Word 2016.

Los resultados indicaron que los empresarios presentaron como factor importante la estrategia debido a que tuvo un aspecto positivo y el tipo de estrategia que aplican son las redes sociales, este se concierne en toda la gestión de la empresa y se sostiene en el tiempo, mientras que competidores, tecnología e innovación, liderazgo, clientes y conocimiento empresarial, presentan un aspecto totalmente estable en los procesos de la empresa. Finalmente, se concluye analizando los factores de éxito de la investigación, la cual indica un aspecto positivo y estable para la sostenibilidad empresarial de las mypes del sector restaurantes.

Palabras clave: Sostenibilidad empresarial, gestión empresarial.

Clasificaciones JEL: M10, M11, M20.

Abstract

The purpose of this study was to determine the success factors for the business sustainability of the types of the restaurant sector in the city of Chiclayo. This arose because there is not enough research on corporate sustainability. Because of this we chose restaurants that remain in the market for at least five years since, despite the pandemic and competition, they still remain in the Chiclayo market.

The main objective was to determine the success factors for the business sustainability of the restaurant sector in the city of Chiclayo. The research was qualitative, exploratory type, non-experimental design and descriptive level. The method to collect information was the questionnaire through interviews with semi-structured questions and was taken as a unit of analysis, entrepreneurs and/or chiefs of command, and the results obtained were entered into the Microsoft Word 2016 program.

The results indicated that entrepreneurs presented as an important factor the strategy because it had a positive aspect and most participants apply a type of strategy which was, Social networks, this is applied throughout the management of the company and is sustained over time, while competitors, technology and innovation, leadership, customers and business knowledge, present a totally stable aspect in the processes of the company. Finally, we conclude by analyzing the success factors of the research, which indicates a positive and stable aspect for business sustainability in entrepreneurs in the restaurant sector.

Keywords: Business sustainability, business management.

Introducción

En el Perú las micro y pequeñas empresas conforman uno de los grupos más cruciales en América Latina que se vuelve más dinámica y forma gran parte de la economía que atribuyen al progreso de las regiones y por tanto al país, estas figuran el 95% de las unidades económicas totales (INEI, 2018). La estabilización de este grupo de organizaciones, particularmente de las micro y pequeñas empresas (Mypes), es de índole imprescindible para atribuir con la conveniencia de la asociación ya que desempeñan un rol económico fundamental en las economías desarrolladas por los puestos que estas originan (Barrios et al., 2017).

La sostenibilidad empresarial es uno de los elementos más importantes para las organizaciones puesto que, se necesita de muchos factores para poder llegar a ello. Asimismo, las empresas muestran preocupación debido al entorno cambiante y la competencia que está en constante aumento, la complejidad crece en el mercado y la falta de identificación de elementos empresariales se muestra como un problema fundamental para sostenerse en el mercado (Taxis Flores et al., 2017). Sin embargo, el sector restaurantes particularmente en la ciudad de Chiclayo ha ido en constante crecimiento en los últimos años, pero, con el paso del tiempo se presenta complejidad debido los escenarios complicados del mercado como también la falta de conocimiento del entorno y estrategias adecuadas (Alva, 2017). Los empresarios que lideran estas organizaciones tienen un bajo conocimiento enfatizando los factores externos de la empresa y no enfatizan los factores internos ya que son uno de los elementos que más afecta en cuanto a sostenibilidad y desarrollo, es entonces, al realizar el tipo de estrategia externa, la organización se pone en peligro afectando la estabilidad y supervivencia (Jiazhe Sun et al., 2018).

Es por esta razón que los estudios de (Bravo Gueney, 2017; Ortíz, et al., 2019; Al-Tit, Omri, y Euchi, 2019, Quiñonez Mosquera y Figueroa Céspedes, 2017), relatan que la sostenibilidad empresarial de las micro y pequeñas empresas ha sido una de las interrogantes más discutidas en el entorno. Pues, al momento de evaluar los negocios tuvieron que identificar previamente cual era la incertidumbre que estaban pasando las empresas, es por ello, que para aplicar la investigación utilizaron modelos y cuestionarios con el fin de clasificar esos problemas en factores y en virtud de ello obtener resultados esperados. En síntesis, estos descubrimientos fueron importantes debido a que, el control de la organización era uno de los factores que más resaltaba en las mypes.

En la línea con lo anterior, se menciona que esos resultados son indirectos de lo que se pretende en este estudio, puesto que las intervenciones a la que hacen referencia tuvieron como fin evaluar a las micro y pequeñas empresas tomando como referencia los procesos internos, el

talento humano de la organización y la cultura de la innovación (Quiñonez Mosquera y Giraldo Palacio, 2018). Es así que, evaluaron cómo fortalecían sus empresas, sin proponerse explícitamente el éxito de la sostenibilidad empresarial de las mypes como los diferentes nichos de mercado, y es fundamental ya que estas micro y pequeñas empresas necesitan evaluar continuamente su entorno en el que operan, entendiendo a sus competidores y sus ofertas/servicios (Rincón Bernal y Moreno Arguello, 2018).

En cuanto al sector gastronómico, es uno de los más aportantes a nivel nacional puesto que ha dependido de mucha visión empresarial, la gran capacidad de gestionar la organización y responder las necesidades de los clientes. Tanto así, que el sector restaurantes ha prosperado gracias a los empresarios que localizaron sus empresas en cada punto específico del mercado (Binz y De Conto, 2019). En otras palabras, el sector restaurantes debe adaptarse a todo tipo de entorno, debido a que actualmente existe mucha incertidumbre y lo que se necesita es innovar consecutivamente para estabilizar la sostenibilidad empresarial (Iberico Díaz et al., 2017).

Es de gran importancia esta investigación, pues determinará los factores de éxito y se tomará como referencia metodológica una revisión literaria de la sostenibilidad empresarial, como también, recolectar información con las entrevistas que se realizarán. En efecto, no se tiene evidencia sobre la realidad de cómo una micro y pequeña empresa llega alcanzar el éxito de la sostenibilidad si surgen nuevos cambios en el entorno con el fin de evaluar aquellos elementos que inciden o participan en ella. Por lo tanto, se evidencia un vacío de conocimiento en la investigación previa sobre el tema, es por ello que se va a ejecutar un estudio de caso en el sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo, a los restaurantes, que tienen en el mercado mínimo 5 años que, por consiguiente tuvieron un positivo crecimiento empresarial, y será con la finalidad de llevar ese vacío de conocimiento, que se pretende cubrir dando a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial de las mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo?

La investigación es importante porque permite describir los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial de las mypes de manera subjetiva, dado que, se tomará como referencia metodológica una revisión literaria de los factores más resaltantes del marco empresarial, el cual brindará la información necesaria basada en la gestión y adaptación del entorno relacionadas con la sostenibilidad empresarial, lo que permitirá contribuir a generar conocimiento, a través del aporte de los factores de éxito de las Mypes del sector gastronómico.

Sin embargo, es fundamental también por el aporte generado a las microempresas del sector gastronómico, debido a que, contribuirá a mejorar la gestión de los factores de éxito a una realidad empresarial, resaltando los elementos más importantes de estudio, pues, se busca

perfeccionar la toma de decisiones, el conocimiento y la realización de planes de acción de los propietarios, administradores e incluso de los emprendedores de las micro y pequeñas empresas que conforman el sector gastronómico, este sector creció el 29.64% a lo largo del periodo 2020 (INEI, 2020). Ello presenta diversas oportunidades, para que, a través del presente estudio de investigación, determinará los elementos de éxito de las Mypes del sector restaurantes, permita que las micro y pequeñas empresas de dicho sector se adapte a un mercado flexible, competitivo, y sobre todo sostenible, generando así un mayor aporte a la sociedad a través de la generación del empleo y al país mediante una creciente contribución al producto bruto interno nacional.

De esta manera, se establece el objetivo general es determinar los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial de las mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo. Para lo cual se analizará la estrategia, los competidores, la tecnología e innovación, el liderazgo, los clientes y, por último, el conocimiento empresarial.

Revisión de literatura

De acuerdo con Espinoza Espinoza et al. (2020), el factor que más tiene una incidencia en el desarrollo de las microempresas es el empresario puesto que, este factor es uno de los más importantes en una organización, los datos de esta investigación fueron por medio de entrevistas, donde se observó que los factores estratégicos es lo que más se aplica en muchas organizaciones pequeñas. Asimismo, Castro-Silva et al. (2019), en su investigación de factores de éxito de emprendimientos en pequeñas y medianas empresas muestran que la rentabilidad y los colaboradores a largo plazo son los factores que más se resaltan en estas organizaciones debido a las percepciones de los gerentes, la gestión de redes comerciales y la buena planificación estratégica son además lo que generan más impacto en el éxito de estas pequeñas organizaciones.

Por otro lado, en los estudios de Quiñonez Mosquera y Giraldo Palacio (2018) sobre la sostenibilidad en pymes en el sector operaciones de restaurantes, resalta que, la gestión de las organizaciones se disminuye debido a que no realizan estrategias para constituir redes de producción con diversas empresas, esto es porque los socios de estas pequeñas empresas aportan bajo capital para el funcionamiento de la misma. Además, según Quiñonez Mosquera y Figueroa Céspedes (2017), en su estudio de factores para la sostenibilidad empresarial, las empresas que son sostenibles a largo plazo no son las más innovadoras puesto que no ejecutan estrategias para consolidar al cliente y otras empresas del sector de servicios con más de cinco años en el mercado, si consolidan estrategias y alianzas con otras empresas para una eficiente sostenibilidad a largo plazo con el fin de satisfacer al cliente y lograr la lealtad.

En el estudio de Rueda-Granda (2019) acerca de los indicadores integrados con la sostenibilidad de los emprendimientos, concluyó que, los elementos positivos influyentes fueron la innovación y el servicio de calidad, además de ello, los factores limitantes la sostenibilidad de estas pequeñas organizaciones son la competencia y las condiciones de mercado, estos resultados demuestran que una empresa debe tomar buenas decisiones en la situación que se presente con el fin de sobresalir en el mercado. De la misma manera, Bravo Gueney (2017) en su estudio de los causantes que impactan en la perdurabilidad e incremento de las pequeñas empresas, concluyó que son limitadas las empresas que implican al talento humano en el funcionamiento de las estrategias organizacionales como también, la tecnología e innovación son fundamentales para brindar productos y servicios de calidad y el factor que más afecta a la sostenibilidad es la incertidumbre de la economía del país.

Jaya Escobar et al. (2018), en su análisis de componentes que fomentan el éxito en las pequeñas empresas, concluyeron que, la mayoría de los elementos que más influyen en los emprendedores de estas organizaciones fueron, el conocimiento de estrategias, habilidades de comunicación y conocimiento con los emprendimiento, es decir, estos elementos son los que debe reunir un emprendedor para gestionar y tomar buenas decisiones en la empresa, también, la falta de financiamiento es lo que genera una caída total de la organización. Igualmente, Santamaría-Peraza y Mejías-Acosta (2019), en su estudio de los factores de éxito para la sostenibilidad de las mypes cuyo hallazgo esencial fue la importancia del liderazgo en la gestión de las empresas. El resultado fue que las funciones de liderazgo son fundamental para la toma de decisiones y para el correcto funcionamiento de la empresa como también se resalta la capacidad de dirigir e implantar planes a corto, mediano y largo plazo.

Por consiguiente, Pereira (2021) sobre los factores de éxito en organizaciones con desarrollo y gestión tales como las micro y pequeñas empresas, relatan que el factor que más se resalta en estas organizaciones es la tecnología a largo plazo debido a que, este elemento es fundamental para la empresa puesto que es una actividad innovadora haciendo que los procesos internos como externos sean totalmente eficientes en cuanto a productividad y así tenga una vida más sostenible. Así mismo, Cepeda Palacio et al. (2017) en su análisis de la sostenibilidad de las pequeñas empresas del sector de alimentos, muestra que, estas organizaciones para lograr los objetivos a corto y a largo plazo se debe analizar el panorama, es decir, a donde se va dirigir la organización, conforme a ello se deben aplicar estrategias para buscar la sostenibilidad, sin embargo, el factor que más afecta a estas pequeñas organizaciones son los competidores puesto que al no aplicar ciertas estrategias como posicionamiento, este término acaparará el mercado que tienen las mypes y los clientes potenciales.

De igual forma, Serrano-Amado et al. (2019) en su investigación sobre las pequeñas y medianas empresas bajo el enfoque de la sostenibilidad empresarial, uno de los elementos que más se resalta en estas organizaciones, es el conocimiento, debido a que cuando el empresario tiene el conocimiento sólido, muestra una organización estable y con procesos más eficientes. En conclusión, estos autores demuestran que estos individuos deben contar con toda la actitud del conocimiento para que, en los escenarios más complicados, tome decisiones favorables.

Además, Parra Álviz et al. (2017) en su estudio de los factores que propician el éxito sostenible en los empresarios. Se concluyó que la gran parte de los clientes de las pequeñas organizaciones en general del rubro restaurantes deben propiciar un buen servicio y contar con normas de calidad, y las personas que estén frente a los clientes deben mantener una información clara, precisa y exacta, a esto se le añade la minoría de los emprendedores deben tener contacto seguido con los clientes debido a que es pieza fundamental en la empresa y deben mantener el origen del negocio. Del mismo modo, Escobar Castillo et al. (2020) con la intención de determinar los factores de éxito para la gestión, se obtuvo que, la capacidad de innovación es uno de los elementos que se deben incorporar a la organización para adaptarse a las tendencias del mercado, es ahí, donde este factor incorpora los procesos administrativos de las pequeñas organizaciones ya que al adaptarse con esta matriz, el éxito competitivo de la empresa crecerá y por ende tendrá más sostenibilidad, es por ello que tiene efecto significativo este factor en muchas organizaciones.

Por otro lado, según Parrish et al. (2005), la sostenibilidad empresarial se define por el modelo hacia el futuro, es decir, es crucial la capacidad de las funciones de los sistemas en cuanto a la actividad humana, también los gerentes de las organizaciones deben tener en cuenta el impacto o la situación que se presente en una organización para preservar la existencia de esta.

De la misma manera, Garzón Castrillón et al. (2015), señala que la duración de una organización se sitúa en la cultura interna empresarial que se administra y se procesa como también, todo el desarrollo empresarial, los gerentes deben desarrollarse por sí mismos para que el espíritu empresarial sea una fuente de reconstrucción corporativa, esto servirá para que las decisiones resulten a través de un proceso de aprendizaje, dando ello, desde el interior de la cadena de valor. En tal sentido, Restrepo (2005) determina que una empresa sostenible instituye estrategias con gran valor y un proceso sistemático único con el objetivo que la organización sea más sostenible en su entorno y así se diferencia del mercado por el enfoque y los nichos desarrollados de la empresa.

Sin embargo, las empresas toman en cuenta las relaciones con los clientes, los procesos para desarrollarse como ventaja competitiva y tratar de entablar con el mercado exterior e interior, no sólo se pretende mantener el éxito económico a lo largos de los años, sino también se emplea la comunicación, la dirección organizativa, el poder de negociación y el conocimiento. Rivera Rodríguez (2012), plantea que una organización sostenible es aquella que través de periodo del desarrollo y proceso de una empresa demuestra los resultados económicos y financieros de una sociedad, adecuando y enfocando a sus competidores un diseño productivo interiorizando una cadena de valor, asimismo gestionando de manera eficiente e identificando el entorno sectorial donde se encuentra la empresa como también evitando que se dificulte la rentabilidad y el desarrollo de la misma.

Simultáneamente, los gerentes y dueños de las empresas han venido trabajando para que su misma organización sea sostenible, usando diferentes estrategias y añadiendo valor único, al momento de que pasan los años y distinguir sobre los resultados en todo ámbito como económico, financiero, productivo y desarrollo sistemático, cuando la empresa sobrepasa los cinco años de desarrollo corporativo, la misma empresa obtiene un éxito empresarial como lo menciona (Porter, 1991; Foss, 1998), el éxito de una organización se determina por una ventaja competitiva, innovación y por sus estados financieros superiores a las demás organizaciones, y esto conducirá a que la misma empresa se mantenga sostenible durante un largo periodo determinado. Es así que, el entorno ahora es cambiante por lo que la economía en el entorno impone diferentes retos y la limitación de la competitividad es un factor en vigencia para las organizaciones.

Asimismo, los factores de éxito hace referencia mayormente a claves o elementos que se basan en estrategias como lo son recursos y procesos como también lo es la competencia, estos estándares deben estar a disposición de la organización con el fin que el gerente o mando de la empresa tome una decisión (Vásques Castro, 2002). Sin embargo, para un mayor alcance de los objetivos de la empresa se debe definir estos factores de éxito para estimar la posición de la organización, también se debe establecer la matriz de perfil competitivo, es decir, se debe identificar este tipo de matriz para determinar la participación en el mercado, valuación comparativa y el perfil de la competencia, esta información es fundamental para instaurar los valores en los factores de éxito, ya que al momento de tomar una decisión debemos verificar esta matriz lo cual es crucial los factores de éxito en una organización.

Asimismo, la organización debe tener en cuenta estos factores puesto que están enlazados con las necesidades de la empresa como también las condiciones del entorno y/o del mercado, además es importante ya que conducen al éxito de la organización, si bien es cierto, las micro

y pequeñas empresas presentan algunos problemas haciendo que desperdicien recursos, es ahí donde deben optimizar todos sus recursos para que puedan alcanzar los objetivos a corto y largo plazo, esto también se le denomina como foco estratégico (Pulido, 2010).

La presente indagación, usará una tabla de referencia sobre los elementos más resaltantes de la sostenibilidad empresarial, este patrón de factores, se distingue de las diversas investigaciones por la riqueza de su argumento puesto que los elementos que se presentan son fundamentales en el proceso de la organización y cómo se sostienen en ello (Rivera Rodríguez, 2012). Se emplea una tabla sobre los esenciales factores de éxito de la perdurabilidad empresarial.

Tabla 1

Factores de éxito para la sostenibilidad empresarial

Autor	Categorías investigadas
Stadler (2011)	Estrategia
	Competidores
	Liderazgo
	Clientes
Ordoñez (2001)	Conocimiento empresarial
	Tecnología e Innovación

Notas. Información citada por los autores.

Materiales y métodos

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de tipo exploratorio con la finalidad de que nos permita lograr cumplir con los objetivos propuestos. El diseño de la investigación es no experimental, requerido por su dimensión temporal. El tipo de investigación es aplicada con un nivel descriptivo (Hernández et al., 2014).

Asimismo, se ha identificado en la literatura que la sostenibilidad empresarial se aplica a través de factores de éxito, debido a que tienen un mejor comportamiento cuando se identifica estos elementos y se evalúa esa información para tener un mejor criterio al tomar decisiones, de esta manera se tuvo en cuenta dos actores claves para el desarrollo de la investigación. Por lo tanto, se establecieron criterios específicos para escoger la unidad de análisis como: un grupo de seis gerentes profesionales y tres jefes de área ya que la población de la ciudad de Chiclayo del sector restaurantes es de 100 restaurantes que cumplen con los criterios específicos según

MINCETUR (2022), es así que, se optó por el muestreo por conveniencia, obteniendo nueve restaurantes teniendo en el mercado como mínimo cinco años. Asimismo, la muestra fue de nueve empresarios y la información que presenten los entrevistados fueron por saturación, es decir, si las respuestas son similares o ya no aporten dentro del objetivo de la investigación, se dejará de entrevistar (Schettini y Cortazo, 2016).

Se realizaron preguntas semiestructuradas brindándole la libertad y la confianza al participante de responder libremente y que en el desarrollo del grupo el participante pudo intervenir, manifestando respuestas profundas que hacían valiosa la información recaudada, que tuvo como fin último recaudar datos precisos de la sostenibilidad empresarial.

Por otra parte, para el análisis de la información obtenida de los dos grupos, se usó un procedimiento basado en el análisis de las respuestas dadas por cada pregunta y posteriormente se transcribieron en el programa Microsoft Office, para que los participantes tengan mayor conocimiento de lo que se realizó, se preparó una hoja detallada de consentimiento informado, donde se menciona el concepto de estudio para enriquecer la investigación. Así también, se les mencionó a los participantes que las entrevistas serían registradas para que sean más accesibles y claras la transcripción de toda la información pertinente y se informó que su participación será fundamental para definir resultados precisos y desarrollar futuras intervenciones.

Es fundamental aclarar que la entrevista fue compuesta por 6 partes en base a las categorías que fueron realizadas, para esto, la primera categoría fue estrategia, la segunda categoría fue competidores, la tercera categoría fue tecnología e innovación, la cuarta categoría fue liderazgo, la quinta categoría fue clientes y la séptima categoría fue conocimiento empresarial, estas categorías fueron seleccionadas de acuerdo a los estándares que presenta el entorno, principalmente las que más se resaltan en las micro y pequeñas empresas del sector restaurantes.

Resultados y discusión

Se obtuvo respuesta de los nueve participantes que conformaban dos grupos, utilizando un instrumento de 22 preguntas. La unidad de análisis se conformó por gerentes profesionales y jefes de área, pertenecientes al sector restaurantes.

La presente investigación, ha recurrido por el análisis cualitativo de datos apuntando a conceptos y categorías, para ello, el concepto que gira entorno es la sostenibilidad empresarial, el cual se ha desprendido de seis categorías: estrategia, competidores, tecnología e innovación, liderazgo, clientes y conocimiento empresarial.

Respecto a la estrategia, cuando se preguntó a los entrevistados si tienen el conocimiento del término estrategia, ellos consideran que es un proceso de la empresa y debe estar alineado con los objetivos. Este elemento es un impacto positivo de una organización frente al entorno

económico y social. De los dos ámbitos, enfatizan el económico; por lo que se puede inferir que es con el que están más familiarizados, ello se refleja con los ejemplos que brindaban con el fin de ampliar su respuesta: beneficios de una estrategia sostenible y adecuando la estrategia en cuanto a necesidades. Además, indicaron que el origen de sus conocimientos es por la experiencia que han transcurrido al pasar de los años con las organizaciones.

“Se define como el proceso de la empresa para generar mayores beneficios hacia los clientes, (...) se debe dirigir hacia el objetivo que se ha generado para que la organización tenga una solidez económica”.

“La empresa como va en desarrollo, se está generando un proceso por la cual se ha establecido previamente, (...) se desempeña funciones, todas las áreas están involucradas entre sí con el fin que sea sostenible económicamente en el tiempo”.

Al mismo tiempo, se le preguntaron a los entrevistados ¿Qué tipo de estrategia realiza en su empresa? la mayoría de los entrevistados alegan que las redes sociales son las que más se asemejan a los objetivos que trazaron previamente por lo que se denomina un punto de equilibrio y esta estrategia es la más rentable para la empresa, haciendo que perdure en los años siguientes. Ello se ejemplifica en la respuesta que nombraron con el fin de expandir su entrevista: las promociones por internet son las que más alcance tienen para los clientes y es una pieza clave para el logro de los objetivos.

“El tipo de estrategia que se debe manejar no es solo por impulso, sino por un estudio previo al lanzamiento de dicha estrategia, (...) las redes sociales es una de las estrategias que se maneja en el restaurante, gracias a esto lanzamos campañas mensuales para que tenga más impacto en el internet y así haya una mejor interacción con los clientes”.

“Las redes sociales se puede denominar como una fortaleza para la empresa, (...) es una de las mejores alternativas para poder llegar al público y con esto, tener una empresa más sólida”.

Por otro lado, los demás entrevistados comentaron que el tipo de estrategia que realizan es la comunicación directa, es decir, es fundamental para el logro de objetivos y la toma de decisiones al momento de gestionar toda la organización. Esta estrategia integra a todas las áreas relacionarse entre sí haciendo que tenga sostenibilidad en el tiempo.

“La pieza clave para el proceso de los objetivos a corto o largo plazo es la comunicación directa, (...) en este caso hacia los clientes para poder fortalecer un vínculo amistoso entre el cliente y la empresa de servicios”.

En ese mismo contexto, se le preguntaron a los entrevistados ¿En base a esa estrategia, cuantos años la mantiene en su totalidad la empresa? Ellos comentaron que una estrategia

funciona cuando se analiza previamente y se sigue en pie el objetivo de la empresa. Sin embargo, existe complejidad en todo tipo de entorno para esto, se debe implementar todo tipo de participación en la empresa desde que se inicia el periodo de gestión. Los empresarios comentaron que la estrategia se mantiene dependiendo a lo que quiere llegar la organización ya que, si no existe un objetivo que se está trabajando de por medio, se fracasará al momento de implementar dicha estrategia.

“La estrategia de redes sociales se mantiene por varios años ya que está alineado con el objetivo de la empresa y al momento de implementarla desde que se inició el periodo de operación del restaurante, (...) ha sido tendencia desde entonces por lo que esta estrategia es a largo plazo”.

“Este tipo de estrategia como pertenece al marketing online deben estar verificadas previamente, (...) es así que, se ha mantenido desde que se cumplió el cuarto año de la empresa hasta ahora, al momento que se implementó este tipo de concepto, los clientes han crecido y es gracias a ellos que mantenemos una sostenibilidad de éxito”.

Con respecto a competidores, se les preguntó a los participantes ¿El establecimiento está ubicado en una zona adecuada para los usuarios? Ellos comentaron que la accesibilidad es uno de los elementos más importantes para la empresa puesto que si no se encuentra en un punto con total acceso, no tendrán tanta llegada hacia los clientes. Indican que la empresa debe estar en un punto estratégico para que no haya complejidad al momento de gestionar, ello se refleja en los ejemplos que brindaban con el fin de ampliar su respuesta: La zona donde se encuentra debe ser accesible hacia la empresa, es decir, que no tenga tantos problemas al llegar al restaurante y no tenga una complejidad por parte del gobierno ya que, el elemento mencionado también es uno de los factores que afecta la sostenibilidad de la empresa. De la misma manera, indicaron que no todo el entorno es pesimista como también si la persona que está a cargo tiene el conocimiento del mercado, no presentará complejidad en el trayecto.

“La zona donde se encuentra ubicado la empresa es una zona adecuada para los clientes, sin embargo, no se presenta accesibilidad puesto que el elemento gobierno es uno de los factores que más afecta a todo tipo de empresa, en este caso, (...) afecta al establecimiento que llevo a cargo debido a que la zona no tiene pista, veredas y eso congestiona la accesibilidad a los usuarios acudir a la empresa, para ello, existe el tipo de estrategia como la comunicación para que no presente complejidad”.

“Cuando la empresa cumplió el tercer año se traspasó a un mejor posicionamiento para evitar cualquier tipo de complejidad, (...) desde ese entonces la empresa no ha presentado

ningún tipo de riesgos en cuanto accesibilidad, para esto, hace que el proceso sea más eficiente y se aplique la estrategia previamente analizada”.

Continuando con el análisis, a los participantes se les preguntó ¿El entorno donde se ubica, cuantas empresas tienen el mismo rubro que maneja? Ellos comentaron que existen diversas empresas que ofrecen el mismo servicio, sin embargo, expanden su respuesta comentando que el valor agregado es uno de los factores para diferenciarse en el entorno, es entonces, así haya ocho o doce empresas del mismo rubro en la zona, lo que se debe realizar, es darle valor al servicio que se está ofreciendo, así mismo, destacan analizar previamente el entorno donde para otorgar un servicio de calidad. Además, indicaron que, si es una zona comercial donde se encuentra el establecimiento, lo que se debe realizar, es otorgarle una diferenciación de servicios.

“Se enfatiza el valor agregado ya que es un elemento que suma mucho a una empresa de servicios, muy aparte de ello, hay muchas empresas que son del mismo sector, pero la clave en seguir en pie en el entorno, es diferenciarse de la competencia, agregando valor a la empresa”.

“En este sector hay mucho alrededor, aproximadamente cinco restaurantes del mismo rubro, en este caso, se pasa a un ciclo de mejora para ofrecer valor agregado a nuestros platos, servicios, etc. Para que el cliente se sienta seguro al momento de entrar al restaurante”.

Por otro lado, se les preguntó a los entrevistados ¿Qué tipo de capacitaciones realiza a su empleados? Ellos comentaron que las capacitaciones son fundamentales para cualquier eventualidad que pueda suceder en el tiempo de gestión de la empresa, tal es el caso de algunos que ejemplificaron su respuesta con el fin de expandir su argumento: Las capacitaciones se deben analizar en qué momento se van a necesitar, dependiendo la situación que se presente o implementando todo tipo de escenarios, también comentaron, que todas las áreas se deben involucrar cuando hay una capacitación en la gestión.

“Se realizan capacitaciones constantes ya que le proporcionamos empoderamiento para que manejen todo tipo de situaciones, sin embargo, (...) las capacitaciones constantes a veces surgen dificultades debido a que toma tiempo, pero cuando se realizan este tipo de capacitaciones los resultados son óptimos”.

“Las capacitaciones son constantes e incluso reciben prácticas de cada área para mejorar en cada aspecto o situación que no tengan conocimiento para esto está el apoyo (...) el talento humano en cada empresa es fundamental para el logro de los resultados (...) una empresa no puede avanzar cuando no tiene capacitado al colaborador”.

Con respecto a tecnología e innovación, a los participantes se les preguntó ¿Qué sabe usted de tecnología e innovación y cómo los implementa? Ellos comentaron, que para asumir ciertos

factores presentan altos costos y asumir riesgos por inversión es lo que no le daría una ventaja. Asimismo, tres entrevistados comentaron que se actualizan constantemente para lograr al objetivo de la empresa como también los métodos de pago, las cartas digitales y equipos más sofisticados, de esta manera su implementación hace que la empresa sea más eficiente y sostenible en el mercado.

“Se debe realizar un trabajo constante de innovación, referente a la tecnología, debe implementarse el uso de diversos métodos de pago para el consumidor, mejorar el servicio a domicilios a través de aplicaciones especiales o en la misma empresa”.

“La tecnología e innovación permiten renovar a la empresa, implementando nuevos equipos y mejores ventas para la organización”.

Del mismo contexto, a los empresarios se les preguntó ¿Qué tipo de tecnología se ha sostenido durante todo su periodo en la empresa? Ellos comentaron que es fundamental estos factores puesto que transforman la empresa de una manera sistémica, también, buscan innovación constantemente para un mejor servicio y una mejor transformación digital. A su vez, sostienen que, implementar un tipo de tecnología en la empresa implica inversión alto y el acceso de financiamiento que tienen los empresarios es poco o nula. No obstante, de los nueve empresarios, solo dos de ellos, tienen un tipo de tecnología en específico haciendo que la productividad sea totalmente eficiente.

“El tipo de tecnología que se implementó en la empresa fue a partir del quinto año, la empresa comenzó a tener una alta demanda y hacía falta un tipo de tecnología para optimizar todos los recursos disponibles es así que, se optó por el sistema de ventas y control de stocks que se ha sostenido durante varios años y nos ayudó a innovar consecutivamente”.

“La tecnología que se ha implementado fue una base de datos a través de aplicativos, este tipo de innovación ayudó al cliente ahorrar tiempo y hacer más eficiente toda la productividad”.

Por otro lado, se les preguntó a los participantes ¿Cómo maneja usted la innovación en su empresa? Ellos comentaron que están en búsqueda de tendencias, también, se enfocan cualquier tipo de cambio de los consumidores para así adaptarse a ello. Por consiguiente, los empresarios enfatizan toda actitud de los clientes como también de la infraestructura de la empresa, ya que se debe manejar adecuadamente todo tipo de situación. Esto se reflejó en los ejemplos que nombraron con el fin de ampliar su respuesta: toda empresa debe ajustarse a las nuevas tendencias e implica creatividad en cuanto a innovación y tecnología. Además, indicaron que es fundamental actualizarse y observar todo tipo de tendencia en las redes sociales.

“Se busca aportar valor con el servicio brindado, es decir, que el consumidor encuentre algo diferencial en el servicio en comparativa con la competencia, sin embargo, al actualizarse implica altos costos que una empresa pequeña no puede afrontar por la falta de acceso al financiamiento”.

“La empresa debe ajustarse continuamente a las tendencias cambiantes del consumidor, adaptarse a los gustos y preferencias del cliente”.

Por otro lado, a los empresarios se les preguntó ¿A lo largo de todo su periodo, qué es lo que ha impulsado toda su creatividad para que se mantenga sostenible su empresa? respecto a esta interrogante, los participantes consideraron que la experiencia es un factor clave para el éxito en el rubro, a su vez, la creatividad impulsa mejora continua para la empresa y sea sostenible en el tiempo por el servicio de calidad, el conocimiento y la innovación.

“La creatividad ha sido la mejora continua en el servicio brindado, otorgando beneficio y una diferenciación en el mercado”.

“Continuamente nos enfocamos en la calidad de los platos para que el cliente tenga una experiencia inolvidable y acuda constantemente gracias a la creatividad y la innovación de la empresa”.

Del mismo análisis, se les preguntó a los entrevistados ¿Qué es lo que ha aportado la innovación en la empresa? Ellos comentaron que el factor que aportó en la innovación en la empresa está enfocado en el servicio al cliente, por ello, es de suma importancia brindar un servicio de calidad para que el cliente tenga una buena satisfacción y, por ende, mayor demanda. Así también, los empresarios comentan que el servicio que se brinda debe ser totalmente innovador con el fin que la empresa tenga una presentación impecable y de calidad.

“La innovación aporta de diversas formas en este caso para la empresa, aporta a través del servicio de calidad, ya que se ha innovado consecutivamente en ese aspecto, (...) el servicio se otorga a través de la experiencia, infraestructura, métodos de pago y redes sociales”.

“La innovación beneficia a la organización a través de brindar un servicio personalizado para el cliente que consume en el establecimiento, tenga una experiencia agradable y disfrute del ambiente”.

Con respecto a liderazgo, a los participantes se les preguntó ¿Qué sabe usted de liderazgo? Ellos comentaron que el liderazgo es fundamental para la organización puesto que, si no existe una persona que está llevando a la empresa a la par con los objetivos, se fracasará en el intento. Así mismo, la persona que lleva adelante al equipo humano debe tener una capacidad innata que ya lo ha descubierto y tiene conocimiento crítico.

“El liderazgo se relaciona con la capacidad de sobrellevar a los empleados de la organización y todas las personas involucradas en ella como también, adaptarse a todo tipo de entorno, (...) el líder es la persona que se va encargar de resolver todo tipo de conflictos al igual de capacitar a los colaboradores”.

“Es la cualidad de una persona para dirigir un equipo a través de objetivos planteados y estrategias, (...) no solo esta persona se va a encargar de dirigir hacia la meta, los trabajadores también son apoyo para sostener la organización a largo plazo”.

Continuando con el análisis, a los empresarios se les preguntó ¿Cómo maneja los conflictos que se presentan en la empresa? Ellos comentaron que es fundamental el análisis previo a la situación que se está presentando ya que conlleva una correcta toma de decisiones. Por tanto, la intervención de manera rápida anticipa que todo problema no se expanda, los empresarios muestran un análisis técnico para un mejor ahorro de tiempo y mayor acción.

“Se prioriza el análisis de la situación ocurrida para proceder a la tomar la decisión correcta y por tanto, la satisfacción del cliente”.

“Los conflictos se manejan con una decisión alterna, se debe analizar la situación entre lo que está pasando y lo que se procede a hacer, después de ello, se toma decisión óptima para reducir tiempos”.

Del mismo contexto, a los participantes se les preguntó ¿Ese performance ha sido sostenible durante todo el periodo de la empresa? Ellos comentaron que la estrategia y la forma en cómo han podido llevar la organización ha sido totalmente favorable ya que tienen conocimiento del mercado, se adaptan a cualquier incertidumbre e incluso en los escenarios más complejos.

“El tipo de performance que tenemos es totalmente sostenible ya que el líder y los colaboradores están capacitados para cualquier situación imprevista, además, el factor de éxito para lograr la sostenibilidad en la empresa es el conocimiento puesto que es uno de los que llega alcanzar el éxito”.

“Es sostenible puesto que los colaboradores tienen la capacidad de resolver situaciones complejas y nos ha servido sostenernos en el tiempo”.

Con respecto a clientes, a los participantes se les preguntó ¿Qué tipo de servicio brindan a sus clientes? Ellos comentaron que brindan un servicio de calidad, es decir, optan por una experiencia para que el cliente se sienta totalmente satisfecho como también, se otorga valor a la organización. Asimismo, expresaron que no solo se trata de enfocarse en el servicio que se está ofreciendo, sino que, el cliente visualice la infraestructura, el clima laboral de los trabajadores y sobre todo el servicio de calidad.

“Se debe brindar un servicio que supere las expectativas del cliente, teniendo como enfoque la satisfacción”.

“No solo se trata de ofrecer un servicio al cliente, (...) se debe trabajar en la innovación de la empresa como también la calidad que se está ofreciendo”.

Del mismo análisis, a los participantes se les preguntó ¿Qué tipo de estándares presentan en su restaurante hacia sus clientes?, Ellos comentaron que la presencia de estándares en la organización son elementos esenciales para brindar un servicio de calidad y no presenten problemas los clientes al momento de consumir. Al mismo tiempo, los empresarios muestran que los estándares se cumplen gracias a los proveedores que tienen consigo.

“Los estándares que perciben los clientes son de calidad puesto que se cumplen desde la verificación de los insumos hasta el control de calidad que se da, es ahí, donde el cliente percibe la calidad de la organización”.

“El restaurante para que tenga una sostenibilidad en el mercado, debe presentar los estándares de calidad, como en la atención al cliente, ambiente, servicio, etc. Con el fin de sostenerse en el tiempo”.

Por otro lado, se les preguntó a los empresarios ¿Cómo cuidan su ambiente ante la presencia de sus clientes? Ellos comentaron que el factor fundamental es la estructura de la organización puesto que, los clientes enfatizan la infraestructura y el ambiente para una mejor comodidad y satisfacción. Además, indicaron que el ambiente debe ser adecuado para el usuario con el fin de obtener calidad y una mejora a largo plazo.

“El ambiente debe ser adecuado para el usuario debido a que todo influye, desde la atención al cliente, infraestructura, orden y limpieza, (...) de esta manera los clientes tendrá mayor satisfacción y por ende la empresa tendrá mayor demanda en el mercado”.

“Al cliente se le debe proporcionar un ambiente de calidad ya que de esa manera tendrá una mejor experiencia como también se conseguirá la lealtad a un largo plazo”.

El análisis de los empresarios muestra que se debe identificar las necesidades de los clientes para proporcionar un ambiente de calidad y una impecable infraestructura con el fin de satisfacer al cliente y tener una mayor demanda a largo plazo. Asimismo, la gran parte de entrevistados comentaron que la calidad es lo que se está enfatizando en el mercado para un mejor ofrecimiento en el servicio.

Con respecto a conocimiento empresarial, a los participantes se les preguntó ¿Transfiere toda la capacidad de solvencia a sus trabajadores? Ellos comentaron que es uno de los factores fundamentales para la gestión de la empresa ya que al tener conocimiento se tendrá una mejor visión del mercado y de la demanda. Adicional a ello, los colaboradores deben mantener la

misma línea que el gerente de la empresa para tener un mejor alcance a los objetivos y estos, se logren satisfactoriamente.

“Toda capacidad se transfiere a los trabajadores puesto que ayudará a optimizar todo tipo de conflictos en la organización, (...) el factor fundamental para lograr los objetivos de la empresa es el empowerment ya que se está delegando a los colaboradores para una mayor efectividad en los procesos internos de la organización”.

“Los trabajadores deben tener la capacidad de gestionar todo tipo de situación problemática que surja en la empresa, (...) para esto se le brinda a los colaboradores todo tipo de conocimiento tanto del mercado como de los procesos internos, haciendo que el empowerment sea más efectivo en la empresa”.

Siguiendo del mismo análisis, se les preguntó a los empresarios ¿Con qué fundamento toma decisiones cuando se les presenta diversos escenarios? La mayoría de ellos comentaron que se debe analizar todo tipo de situación y verificar qué es lo que está pasando realmente, también, se debe pasar a un proceso de decisión para responder correctamente el escenario. Además, para una mejor solución de conflictos, se debe optar por varias alternativas y las que más ventaja competitiva tenga se procede a tomar dicha decisión.

“Al momento de tomar decisiones, lo primero que se realiza es realizar un procedimiento de análisis con el fin de evaluar dicha situación y optimizar todos los procesos, (...) se deduce que el factor análisis es uno de los elementos que mayor éxito se ha sostenido durante el tiempo por parte de las pequeñas empresas”

“Para una mejor toma de decisiones lo que se debe realizar es analizar el escenario ya que si no se tiene un completo análisis de la situación que se está presenciando, la decisión será muy nula, (...) entonces para un escenario óptimo o pesimista, se debe analizar cada detalle y después tomar la decisión”.

Al mismo tiempo, se les preguntó a los empresarios ¿Qué información usa para elegir proveedores que aporten a su gestión en la empresa? La mayoría de los entrevistados comentaron que se debe analizar cada proveedor por el costo, calidad y cumplimiento. Además, indican que para una mejor elección de proveedores se facilita el uso de información por internet donde se filtra depende de la necesidad de la empresa.

“Para una elección de calidad de proveedores, lo que se realiza es acudir a establecimientos que cumplan con los estándares de calidad, productos impecables y sobre todo que cumplan los requisitos para registrar como nuevo proveedor, (...) una vez que se cumple todos los procedimientos, se pasa a una elección con el fin de negociar los costos y llegar a un solo acuerdo”.

“Una empresa de servicios debe tener en cuenta dos opciones, el cumplimiento de los estándares de calidad y el análisis de costos de los productos, (...) para una correcta toma de decisiones, los empresarios optan por asistir a ferias donde los proveedores ofrecen diversos insumos, es ahí donde verifican el costo y la calidad de la misma”.

finalmente, se les preguntó a los participantes ¿Qué ventaja le ha traído todo su conocimiento para mantenerse sostenible? La mayoría de entrevistados comentaron que gracias a todo el conocimiento estratégico que se han planteado, la empresa sigue siendo sostenible, aplicando estrategias, realizando benchmarking y expandiéndose empresarialmente. Asimismo, muestra que todo tipo de empresa se debe adaptar a todo tipo de entorno, el conocimiento es el factor fundamental para que pueda sostenerse a corto y largo plazo como también expandirse a otros países y realizar alianzas con otras empresas con el fin de disminuir la competencia y aumentar la sostenibilidad.

“(...) Una empresa de servicios debe tener características únicas aplicando diversas estrategias adecuadas con el objetivo de la diferenciación en el mercado, toma de decisiones correctas e incluso aplicar conocimiento estrategia para que la organización se mantenga sostenible en cualquier ámbito”.

“(...) Como jefe de mando se debe tener un conocimiento detallado sobre cómo funciona el mercado, el comportamiento del consumidor, la calidad de servicio, sobre todo tomar decisiones que acierten el tipo de escenario que se está presentando, por otro lado, también se debe capacitar al colaborador para que pueda responder todo tipo de problemas en la organización, gracias al conocimiento empresarial atrae ventaja competitiva frente a otras empresas”.

En cuanto a la sostenibilidad empresarial se recibe una calificación general de todos los participantes se acoge a una desviación positiva puesto que los empresarios muestran capacidad de dirigir a la organización, conocimiento crítico, toma de decisiones, estrategias adecuadas a los objetivos de la empresa, sin embargo, los demás empresarios muestran una baja en cuanto al estudio de los clientes debido a que solo se enfocan en estrategias y no en el comportamiento enfatizando el consumo y las preferencias.

Discusión

El propósito de la indagación fue determinar los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial de las mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo. De acuerdo a las categorías estudiadas, la mayoría de empresarios consideran que el factor estrategia es fundamental para sostener a la organización a mediano y largo plazo, sin embargo, los empresarios muestran que las redes sociales son el tipo de estrategia que más se adapta al

entorno y es el que más beneficio competitivo les ha traído durante todo el trayecto empresarial. Este resultado infiere en el estudio de Quiñonez Mosquera y Giraldo Palacio (2018), quienes encontraron variaciones negativas puesto que los gerentes enfatizan el diseño de estrategias en el enfoque productivo y la gestión de la empresa, es decir, se concentran en otros elementos y no en el tipo de estrategia. Con los resultados se puede inferir un aspecto negativo puesto que la mayoría de los empresarios consideran las redes sociales como una ventaja competitiva y no en el enfoque de la empresa. Asimismo, otro resultado de Espinoza Espinoza (2020) va de la misma línea que esta investigación puesto que, los empresarios enfatizan el factor estrategia como uno de los principales elementos para sostener a las empresas y es el que más se discute en el entorno. Por otro lado, esos resultados se encuentran respaldados por Parrish et. al (2005), quien manifestó que la estrategia es una forma de apoyo a la organización con el fin de lograr los objetivos y sostenerse en el mercado haciendo que se adapte al entorno y dependiendo del tipo de estrategia que se esté realizando.

En relación al factor competidores, en esta investigación se obtuvo que los empresarios muestran cierto riesgo por dicho factor debido a la ubicación de diversas empresas con la misma actividad, además, enfatizan el valor agregado puesto que es uno de los elementos que deben tener en cuenta al ofrecer un servicio de calidad y los clientes reflejen dicha calidad. Esta perspectiva que tienen los empresarios, se alinea con el estudio de Céspedes Palacios (2017), menciona que si el entorno existen competidores de la misma actividad, no solo se debe implementar una estrategia, se debe ofrecer un servicio que tenga un valor adicional a lo que se suele ofrecer. Así también, Bravo Gueney (2020) muestra, que los empresarios buscan el mejor talento humano para la organización con el fin de otorgar valor al servicio y tengan mayor satisfacción los clientes. Con estos resultados se infiere un aspecto positivo debido a que dicho factor es uno de los elementos que sostienen a la organización a largo plazo de manera rentable, sin embargo, existen causas que disminuye a la empresa como lo son el conocimiento del mercado ya que, al no tener conocimiento, el servicio perderá valor con el tiempo. Por otra parte, según lo mencionado por Garzón Castrillón et al. (2015), señala que todo tipo de entorno está lleno de competidores, para ello, la empresa que esté ofreciendo servicios se debe diferenciar del mercado para un mejor crecimiento y sostenibilidad.

Asimismo, los resultados mostraron un aspecto negativo hacia el factor tecnología e innovación puesto que los empresarios al adaptarse al tipo de entorno que se está presenciando, implica altos costos haciendo que la empresa se desestabilice económicamente afectando a sus ingresos, además, la clave para diferenciarse del mercado es innovar consecutivamente con sistemas tecnológicos. Este resultado se alinea con el estudio de Pereira (2021), menciona que

toda organización debe innovar y actualizarse constantemente al entorno donde están ubicados, la mayoría de empresas no tienen acceso al financiamiento, es entonces, una causa por la cual no innovan y no se alinean a la tecnología para optimizar todos los procesos productivos de la empresa. Asimismo, Jaya Escobar (2018) muestra que los empresarios por falta de financiamiento es uno de los elementos que estancan a la empresa en cuanto a innovación, sin embargo, los empresarios deben realizar alianzas con otras organizaciones para sostenerse en el mercado. Por otro lado, Vásques Castro (2002), muestra que una organización debe plantear diversas estrategias sino cuenta con un financiamiento externo con el fin de innovar en el mercado para sostenerse en el tiempo.

Un aspecto fundamental para recalcar en esta investigación es en cuanto al liderazgo, los empresarios manifiestan que tienen la capacidad para solventar todo tipo de situaciones conflictivas, además, los trabajadores cuentan con capacitaciones constantes para resolver de manera autónoma y sostenerse en el mercado. Relacionan esta categoría como uno de los más resaltantes para la sostenibilidad empresarial, ya sea capacidad directiva o pensamiento estratégico, lo cual se manifiesta como una categoría estrategia debido al empresario que afronta todo tipo de conflictos en distintas situaciones, así como explican en su estudio de (Santamaría-Peraza y Mejías-Acosta, 2019). En efecto, los resultados de Serrano-Amado et. al (2019) muestra que, los empresarios para tener una actitud de liderazgo, se debe tener conocimiento de conflictos para todo tipo de situaciones inesperadas para una mejor sostenibilidad a largo plazo. Por otro lado, Foss (1998), muestra que el liderazgo es uno de los elementos transformacionales y es un recurso clave para la gestión y la sostenibilidad empresarial. Sin embargo, los empresarios alinean esa idea ya que mencionan que existen trabajadores que ponen de su parte haciendo que la organización se sostenga en el tiempo.

Otro aspecto fundamental que se apreció en los resultados de la investigación, es en cuanto al factor clientes, los empresarios muestran que se debería brindar un servicio de calidad, sin embargo, no todas las empresas cumplen con los estándares de calidad. Los clientes son parte de toda organización la cual son el motivo de la existencia, al igual que los resultados del estudio de Parra-Álviz (2019), muestra que las empresas de servicios deben presentar normas de calidad para ofrecer una experiencia al cliente pero muchas empresas no realizan dicho cumplimiento por lo que al poco de tiempo de iniciar su ciclo de operación, cierran. Al mismo tiempo, este resultado se iguala al de Santamaría Peraza y mejías Acosta (2019) las empresas deben tener un personal que tenga liderazgo para mostrar la experiencia del cliente y este, tenga satisfacción a largo plazo con el fin de sostener la organización. Por otro lado, dichos resultados se encuentran respaldado por la teoría de Porter (1991), menciona que el jefe de mando debe

implementar normas de calidad para poder cumplir con las expectativas de los clientes y así ampliar sus estándares a largo plazo.

Por último, un aspecto importante que abarca los resultados de esta investigación es el conocimiento empresarial, los empresarios muestran que se debe conocer el mercado para poder tomar decisiones alternas como también, aplicar estrategias que estén acorde a las necesidades de la organización. Por ello, se existe un aspecto positivo en los resultados de Serrano-Amado et al. (2019), muestra que los empresarios que tienen a cargo empresas con más tiempo en el mercado, es por el conocimiento del entorno y el tipo de estrategia, estos dos elementos se alinea con esta investigación ya que los empresarios muestran ventaja competitiva al optarlos con el fin de sostener la organización. Esta investigación también infiere con el resultado de Jaya Escobar (2018), muestra que los empresarios con el factor conocimiento tendrá un entorno abierto donde abarque nichos que no hayan penetrado la competencia con el fin de expandir la organización y a su vez, tener sostenibilidad en el mercado. Por otro lado, en la teoría de Rivera Rodríguez (2012), menciona que todo empresario debe estar preparado para enfrentar escenarios complejos y niveles de incertidumbres altas, es así que, los empresarios muestran aspectos positivos en conocimiento empresarial.

Conclusiones

Con respecto al primer objetivo analizar la estrategia para la sostenibilidad empresarial, los empresarios la definen como un proceso que genera beneficio hacia el objetivo de la empresa, en tal sentido, el tipo de estrategia que plantean son las redes sociales en su totalidad ya que genera impacto positivo hacia los clientes. Así también, los gerentes optan por mantenerlo varios años debido a las tendencias constantes y mejor alcance al público objetivo haciendo que la empresa sea sostenible a corto y largo plazo.

Del mismo modo, con respecto al segundo objetivo analizar los competidores para la sostenibilidad empresarial, los empresarios muestran riesgos en la accesibilidad en la organización puesto que en la ubicación donde se encuentran, no están totalmente realizadas y esto congestiona el acceso a los clientes. Por otro lado, existen empresas que efectúan la misma actividad dentro de la ubicación, para esto, los empresarios enfatizan el valor agregado al servicio con el fin de mantener la fidelización de los clientes y reducir el riesgo competitivo.

Con respecto al tercer objetivo tecnología e innovación para la sostenibilidad en la empresa, los empresarios se enfocan en el valor del servicio y la infraestructura de la empresa como también, adaptándose a las nuevas tendencias tecnológicas del mercado. Sin embargo, los gerentes presentan complicaciones al innovar puesto que implica altos costos y la falta de financiamiento es uno de los problemas que afrontan en el tiempo, por otra parte, buscan otra

forma para innovar tecnológicamente con el fin que los usuarios tengan otra perspectiva en la organización y sea más sostenible.

Por consiguiente, con respecto al objetivo analizar el liderazgo para la sostenibilidad empresarial, los empresarios cuentan con dicha disciplina para llevar a la organización al éxito, así mismo, dirigen a su equipo hacia un objetivo con motivación y actitud, además, analizan todo tipo de situaciones para resolver rápidamente los conflictos internos y externos de la organización, este tipo de performance les ha traído mucha ventaja competitiva frente a otras empresas y a su vez a la organización la hace más sostenible de manera prolongada.

Con respecto al objetivo analizar los clientes para la sostenibilidad empresarial, los empresarios se enfocan en la calidad de servicio y cumplir con los estándares de calidad para superar las expectativas de los clientes, así también, optimizan la atención al cliente y la experiencia que perciben cuando están en la organización. Sin embargo, los clientes tienen problemas en cuanto al ambiente debido a la falta de identificación de necesidades, haciendo que la organización pierda valor en el tiempo e implique riesgo la sostenibilidad de la empresa.

Finalmente, con respecto al objetivo analizar el conocimiento empresarial para la sostenibilidad empresarial, los gerentes transfieren la capacidad hacia los empleados con el fin de optimizar todo tipo de conflictos internos y externos de la organización como también, enfatizan el empowerment para una mayor efectividad de la toma de decisiones, por otro parte, tienen conocimiento del mercado haciendo que los objetivos de la empresa se alineen con el tipo de estrategia que se está implementando.

Recomendaciones

Con respecto a la estrategia para la sostenibilidad empresarial, los gerentes no deben alinearse a una sola, en este caso, se debe evaluar el tipo de escenario que se está presentando y obtener una mejora continua, como optar por una comunicación directa entre empresa y empleados con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, otro tipo de estrategia efectiva es fomentar una cultura organizacional adecuada con el objetivo de que los clientes perciban la motivación de los empleados, esto con la finalidad que la organización sea sostenible en el tiempo.

Asimismo, con respecto a competidores, los gerentes no deben enfocarse directamente en la competencia, en este caso, se debe establecer un nuevo FODA para la empresa y verificar si la herramienta se acopla al escenario que se está presentando, después de ello, tomar nuevas decisiones para no bajar el posicionamiento de la empresa, también, optar por indicadores de satisfacción para estudiar al consumidor, por otro lado, innovar con tecnología para incrementar la percepción de los clientes con la finalidad de sostener la organización a largo plazo.

Con respecto a tecnología e innovación, los empresarios deben optar por realizar alianzas con otras empresas para implementar tecnología e innovar con las tendencias del mercado, asimismo, implementar con un software tecnológico a bajo costo para optimizar las cobranzas de los clientes como también los procesos productivos de la organización con el fin de incrementar la satisfacción de los clientes y, por ende, la organización más sostenible en el tiempo.

Con respecto a liderazgo, los empresarios deben tener claro los objetivos de la organización e involucrar a todos los empleados para encaminar hacia una misma línea, además, se debe estudiar el mercado de manera constante con el fin de tener un crecimiento a corto plazo. Por otro lado, deben optar por indicadores de desempeño de la organización para verificar en qué situación se encuentra y conforme a ello, tomar una decisión correcta con la finalidad de no poner en riesgo la empresa.

Con respecto a los clientes, los gerentes no solo se deben enfocar en la calidad de servicio, sino también, deben clasificar a los clientes e identificar el tipo de necesidad que ellos tienen, asimismo, para optimizar la calidad de servicio se debe optar por minimizar tiempos en la llegada del plato para una mejor experiencia del cliente y así prolongar la lealtad del cliente con la finalidad de sostener la organización.

Con respecto al conocimiento empresarial, los empresarios deben aplicar la estrategia del mar azul, es decir, encontrar nichos de mercado con menos competencia haciendo que el tipo de estrategia que están planteando sea más efectiva y llegue a más público haciendo que la demanda crezca y, por ende, tenga mayor rentabilidad al mismo tiempo sea sostenible a corto y largo plazo.

Finalmente, los empresarios para tener un criterio ecosistemático deben minimizar el riesgo medioambiental optando por donar los alimentos que sobran del día, asimismo, elaborar un inventario de los productos perecederos como también optar por productos más ecológicos y locales con el fin que los clientes visualicen el proceso de la organización por el aporte al medio ambiente, por otro lado, los propietarios deben realizar un acuerdo con los proveedores con la finalidad de integrarse al ambiente empresarial y reducir la merma de los insumos y a su vez hacer que la organización sea más sostenible a corto y largo plazo.

Referencias

- Al-Tit, A., Omri, A., & Euchí, J. (2019). Critical Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Saudi Arabia: Insights from Sustainability Perspective. *Administrative Sciences*, 9(2), 32. <https://doi.org/10.3390/admsci9020032>
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Scielo*, 158(2), 76-90. <https://bit.ly/3EvuC4O>
- Alvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2003). *Cómo hacer una investigación cualitativa; fundamentos y metodología*. Paidós Ecuador.
- Barrios, M., Peñaloza, M., & Ramírez, D. (2017). Factores de permanencia y éxito competitivo en la PyMi del municipio Libertador de Mérida, Venezuela. *Redalyc: Economía*, 157-175. <https://bit.ly/3tTasNo>
- Binz, P., & De Conto, S. M. (2019). Gestión de la gastronomía sustentable. Prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, 28(2), 507-525. bit.ly/3DFHvJO
- Bravo Gueney, J. A. (2017). Factores que afectan la sostenibilidad y el crecimiento de las pequeñas empresas en la ciudad de Bucaramanga - Santander - Colombia. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 4(1), 65-81. <https://doi.org/10.24133/sigma.v4i01.1135>
- Castillo Monroy, M. L. (2018). Perdurabilidad empresarial: acercamiento teórico. *Espacios*, 39(48), 2.
- Castro-Silva, H. F., Rodríguez-Fonseca, F., & Martínez-Chaparro, Y. A. (2019). Factores de éxito en emprendimientos de mipymes en Colombia. *Clío América*, 13(26), 318-327. <https://doi.org/10.21676/23897848.3025>
- Cepeda Palacio, S. D., Velásquez Estrada, L. J., & Marín Gómez, B. E. (2017). Análisis evaluativo a los procesos de marketing en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín. *Estudios Gerenciales*, 33(144), 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.006>
- Escobar Castillo, A., Velandia Pacheco, G., & Navarro Manotas, E. (2020). Contabilidad de gestión: efecto en los factores clave del éxito competitivo en el sector cooperativo. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(99), 119-146. <https://doi.org/107203/CIRIEC-E.99.14087>
- Espinoza Espinoza, A. F., Venturo Orbegoso, C. O., & Bravo Chávez, O. J. (2020). Factores que inciden en el crecimiento de las mypes de calzado. *INNOVA Research Journal*, 5(2), 67-81. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1295>

- Foss, N. J. (1998). The resource-based perspective: An assessment and diagnosis of problems. *Scandinavian Journal of Management*, 14, 133-149. [https://doi.org/10.1016/S0956-5221\(97\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0956-5221(97)00030-4)
- Garzón Castrillón, M. A., Ortíz Pabón, E., Acosta Prado, J. C., Zárate, R. A., Pérez-Uribe, R., Ramírez Garzón, M. T., . . . Saiz Álvarez, J. M. (2015). *Gestión de la sostenibilidad en el marco de las organizaciones*. Bogotá: Universidad EAN.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL.
- Iberico Díaz, M. A., Nuñez-Zeballos, A. M., Marsano Delgado, J. E., Pachas Fuentes, M. O., & Pazos Miranda, J. (2017). The generation of wealth in the restaurants establishments located in the regions of Arequipa, Cusco, Lambayeque and La Libertad, year 2013 and the contribution to the regional gross domestic product. *Turismo y patrimonio*(9), 53-77. <https://bit.ly/3kjxpWW>
- INEI. (28 de Setiembre de 2018). *Página web oficial del INEI*. Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de <https://bit.ly/3tTWTNJ>
- INEI. (3 de Abril de 2020). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Recuperado el 3 de Mayo de 2021, de Encuesta mensual del sector de servicios: <https://bit.ly/3kmgDXb>
- Jaya Escobar, A. I., Iza López, K. J., & Gavilema Vistín, O. A. (2018). ESTUDIO DE FACTORES QUE PROMUEVEN EL ÉXITO EN MIPYMES DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA DE BOLÍVAR. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 5(6), 1-20. <https://bit.ly/3jt42QG>
- Jiazhe Sun, A., Shunan Wu, B., & Kaizhong Yang, C. (2018). An ecosystemic framework for business sustainability. *Business Horizons*, 61, 59-72. <https://bit.ly/3Cs3rWY>
- Ordoñez de Pablos, P. (2001). La gestión del conocimiento para el logro de una ventaja competitiva sostenible: La organización occidental versus Japonesa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7(3), 91-108. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/206171.pdf>
- Ortíz, V., Primo, P., Yomona, M., Orihuela, M., Sotelo, F., & Raymundo, C. (2019). Propuesta de un modelo de nivel de madurez adaptado a la realidad de las MYPES del Perú. *LACCEI*, 24-26. <http://laccei.org/LACCEI2019-MontegoBay/meta/FP95.html>
- Parra Álviz, M., Rubio Guerrero, G., & López Posada, L. M. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito. *Pensamiento & Gestión*(43). <https://doi.org/10.14482/pege.43.10583>

- Parrish, B. D., Luzadis, V. A., & Bentley, W. R. (2005). What Tanzania's coffee farmers can teach the world: a performance-based look at the fair trade-free trade debate. *Sustainable Development*, 13(3), 177-189. <https://doi.org/10.1002/sd.276>
- Pereira, I. P. (2021). Innovation and technologies: success factors in administration of organizations with development and competitiveness. *International Journal of Innovation - IJI*, 9(1), 180-214. <https://doi.org/10.5585/iji.v9i1.18400>
- Porter, M. E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, 12, 95-117. <https://doi.org/10.1002/smj.4250121008>
- Pulido, M. (2010). Teoría de los recursos y capacidades: el foco estratégico centrado en el interior de la organización. *Sotavento M.B.A.*(15), 54-61. <https://bit.ly/3ueDrez>
- Quiñonez Mosquera, A., & Giraldo Palacio, J. P. (2018). Gestión para la sostenibilidad empresarial en las pymes industriales de Villavicencio. *AGLALA ISSN*, 10(1), 133-156. <https://bit.ly/3ApkNmK>
- Quiñonez Mosquera, G. A., & Figueroa Céspedes, A. D. (2017). Factores de gestión claves que permiten la sostenibilidad empresarial de las PYMES del sector servicios de Villavicencio-Colombia. *Revista FACCEA*, 7(2), 165-177. <https://bit.ly/3jQnMxS>
- Restrepo, L. F. (2005). *Gestión estratégica y competitividad*. Bogotá D.C: Universidad Externado de Colombia.
- Rincón Bernal, B., & Moreno Arguello, D. X. (2018). Perdurabilidad empresarial y factores de éxito en emprendimientos femeninos en Colombia. *Facultad de Ciencias Administrativas y Contables*, 1-21. <https://bit.ly/3lDzjkv>
- Ríos Manríquez, M., Téllez Ramírez, M., & Ferrer Guerra, J. (2010). El empowerment como predictor del compromiso organizacional en las Pymes. *Contaduría y administración*, 231, 103-125. <https://bit.ly/3FGnmCU>
- Rivera Rodríguez, H. A. (2012). Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. *Cuadernos de Administración*, 28(47), 103-113. <https://bit.ly/2VQYIOM>
- Rocca Espinoza, E., García Pérez de Lema, E., & Gómez-Guillamón, A. D. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Contabilidad y Negocios*, 11(22), 52-68. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/16431>
- Rueda-Granda, G. V. (2019). Análisis de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos en la zona de planificación 7 – Sur del Ecuador. *Ciencias económicas y empresariales*, 4(5), 370-390. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i5.991>

- Santamaría-Peraza, R., & Mejías-Acosta, A. (2019). Liderazgo como factor crítico de éxito para la gestión de la calidad de las pymes. Reflexiones para la discusión. *Calidad total*, 97-111. <https://doi.org/10.26439/ing.ind2020.n038.4815>
- Schettini, P., & Cortazo, I. (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*. La Plata: Editorial de la Universidad de La Plata.
- Serrano-Amado, A. M., Amado-Cely, N. P., & Rodríguez, M. T. (2019). Representaciones sociales de la norma de sostenibilidad en MiPymes de alojamiento en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 22(2), 313-322. <https://doi.org/10.15446/ga.v22n2.78928>
- SUNAT. (2019). *MYPES*. Recuperado el 18 de Mayo de 2021, de Página web oficial de la SUNAT: <https://bit.ly/3nObCbY>
- Taxis Flores, M., Ramírez Urquidy, M., & Aguilar Barceló, J. G. (2017). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *Contaduría y Administración*, 61(3), 551-567. <https://bit.ly/3lCxAvO>
- Vásques Castro, O. (2002). La idónea implementación estratégica es condición necesaria para aspirar el éxito de la empresa. *Estudios Gerenciales*(85), 41-66. <https://bit.ly/2XJRU6d>
- Vélez Evans, M. I. (2006). El proceso de toma de decisiones como un espacio para el aprendizaje en las organizaciones. *Revisa ciencias estratégicas*, 14(16), 153-169. <https://bit.ly/3nCrtm>
- Zevallos, E. (2012). El modelo de desarrollo empresarial. *Fundación Omar Dengo*, 2-33.

Anexos

GUÍA DE ENTREVISTA

Buenos días/buenas tardes. Soy Jesús Alberto López Romero, soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la USAT. He aquí presente para realizar una entrevista cuyo objetivo de este estudio es determinar los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial. Se recomienda que responda con total sinceridad, su opinión es crucial para esta investigación. Permanentemente le afianzaremos la confidencialidad de sus respuestas, los resultados serán utilizados únicamente con fines académicos, simultáneamente, contribuiré a mejorar el conocimiento. Usted puede detener la entrevista cuando mejor le parezca convenientemente, al igual que, sino prefiere contestar alguna pregunta específica puede dejar de hacerlo.

1) En base a la categoría estrategia

- ¿Tiene conocimiento del término estrategia?
- ¿Qué tipo de estrategia realiza en su empresa?
- ¿En base a esa estrategia, cuantos años la mantiene en su totalidad la empresa?

2) En base a la categoría competidores

- ¿El establecimiento está ubicado en una zona adecuada para los usuarios?
- ¿En el entorno donde se ubica, cuantas empresas tienen el mismo rubro que maneja?
- ¿Qué tipo de capacitaciones realizan a sus empleados?

3) En base a la categoría Tecnología e Innovación

- ¿Qué sabe usted de tecnología e innovación y como los implementa?
- ¿Qué tipo de tecnología se ha sostenido durante todo su periodo en la empresa?
- ¿Cómo maneja usted la innovación en su empresa?
- ¿A lo largo de todo su periodo, qué es lo que ha impulsado toda su creatividad para que se mantenga sostenible su empresa?
- ¿Qué es lo que ha aportado la innovación en su empresa?

4) En base a la categoría Liderazgo

- ¿Qué sabe usted de liderazgo?
- ¿Cómo maneja los conflictos que se presentan en la empresa?
- ¿Ese performance ha sido sostenible durante todo su periodo en la empresa?

5) En base a la categoría clientes

- ¿Qué tipo de servicio brindan a sus clientes?
- ¿Qué tipo de estándares presentan en su restaurante hacia sus clientes?

- ¿Cómo cuidan su ambiente ante la presencia de sus clientes?
- 6) En base a la categoría conocimiento empresarial
- ¿Transfiere toda la capacidad de solvencia a sus trabajadores?
 - ¿Con qué fundamento toma decisiones cuando se le presentan diversos escenarios?
 - ¿Qué información usa para elegir proveedores que aporten a su gestión en la empresa?
 - ¿Qué ventaja le ha traído todo su conocimiento para mantenerse sosteniblemente?

Tabla 3

Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivo General	Hipótesis de investigación	Concepto	Categorías
¿Cuáles son los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial de las mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo?	Determinar los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial de las mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo	No aplica hipótesis en la presente investigación	Sostenibilidad empresarial	Estrategia
	Objetivos Específicos			Competidores
	Analizar la estrategia para la sostenibilidad empresarial de las Mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo			
	Analizar los competidores para la sostenibilidad empresarial de las Mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo			Tecnología e Innovación
	Analizar la tecnología e innovación para la sostenibilidad empresarial de las Mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo			Liderazgo
	Analizar el liderazgo para la sostenibilidad de las Mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo			Clientes

	<p>Analizar los clientes para la sostenibilidad empresarial de las Mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo</p> <p>Analizar el conocimiento empresarial para la sostenibilidad empresarial de las Mypes del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo</p>			Conocimiento empresarial
Muestra y muestreo	Instrumentos de recolección de datos	Procedimiento	Técnicas Estadísticas	Procesamiento
Se tomará una muestra intencional compuesto por treinta microempresarios del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo, dicho sector se debe encontrar mínimo cinco años y los gerentes y/o dueños deben ser profesionales y técnicos de las carreras de ingeniería, administración, economía, contabilidad y marketing, se utilizará un muestreo por conveniencia.	La técnica de la recolección de datos será la "Entrevista" donde se recolectará toda la información pertinente, este guion tendrá preguntas abiertas no estructurada con un periodo de aplicación no más de una semana, finalmente los participantes en este caso los dueños y/o gerentes de micro y pequeñas empresas se evaluarán individualmente.	La entrevista se contemplará por la aplicación web zoom, para cumplir con los objetivos de esta investigación y entrevistar a microempresarios, para concretar esta conversación será a través de correo electrónico y WhatsApp, la duración será de una hora con una ronda de campo.	No aplica	Los datos obtenidos de la entrevista describirán los factores de éxito para la sostenibilidad empresarial, como también esas empresas en crecimiento, sus características de los dueños y/o gerentes de estas organizaciones y su capacidad de innovación, y las respuestas se trasladarán a Word para estructurar las categorías.