

Revista Valor Agregado

Revista Científica de Administración

Volumen 4, Número 1, año 2017

EDITOR

Dr. Víctor Álvarez Manrique
Universidad Peruana Unión, Perú

COEDITOR

Mg. Nancy Lazo Palacios
Universidad Peruana Unión, Perú

COMITÉ EDITORIAL

Mg. Maritza Arana Rodríguez
Universidad Peruana Unión, Perú

Dr. Alexánder De la Cruz Vargas
Universidad Peruana Unión, Perú

Mg. Amed Vargas Martínez
Universidad Adventista de Bolivia, Bolivia

Mg. David Troya Palomino
Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú

Dra. María Vallejos Atalaya
Universidad Complutense de Madrid, España

Mg. Maribel Paredes Saavedra
Universidad Adventista de Morelos, México

Ing. Effer Apaza Tarqui
Universidad Nacional del Altiplano, Perú

COMITÉ CIENTÍFICO

Dr. Fernando Ardito Sáenz
Universidad Peruana Cayetano Heredia, Perú

Dr. Leonardo Rojas Atanacio
Andrews University, Estados Unidos

Dr. Ismael García Amparo
Adventist International Institute of Advanced Studies, Filipinas

PhD Ronald Wyhmeister
Adventist University of Africa

Dr. Gustavo Javier Gregorutti
Andrews University, Estados Unidos

Dr. Julio Rengifo Peña
Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú

Mg. Ricardo Jarama Soto
Universidad Peruana Unión, Perú

Mg. Percy Ruiz Mamani
Universidad San Ignacio de Loyola, Perú

PhD César Gálvez Vivanco
Adventist International Institute of Advanced Studies, Filipinas

Universidad Peruana Unión

Rector: Dr. Gluder Quispe Huanca

Vicerrector: Dr. Raúl Acuña Salinas

Gerente general: Mg. Nilton Acuña Hurtado

Director Bienestar Universitario: Lic. Roberto Nuñez Leyva

Facultad de Ciencias Empresariales

Decano: Dr. Julio Rengifo Peña

Secretaria académica: Mg. Gladys Dávila Dávila

Director de Escuela Profesional de Administración: Lic. Junior Aguilar Panduro

Director de Escuela Profesional de Contabilidad: Lic. Edeal Santos Gutiérrez

Ediciones: Fondo Editorial Universidad Peruana Unión

Dirección editorial: Mg. Gerardo Medina León

Diseño y diagramación: Jennifer Mori Enriquez / Edward Alarcón Rojas

Corrección: Mg. Ricardo Becerra Albitres

Impreso por el Centro de Aplicación

Editorial Unión de la Universidad Peruana Unión

Km 19 Carretera Central Lima - Perú

Teléfono: (01) 618-6300 Fax: (01) 618-6339

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2015-15728

JOB 22499-18

Impreso en el Perú

Tabla de contenido

Editorial

Responsabilidad social universitaria: una revisión teórica University social responsibility: a theoretical review <i>Wálter Sixto Murillo Antón</i>	9
Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II Emotional intelligence and entrepreneurial intention of stu- dents in the Faculty of Business Sciences of the Universidad Peruana Unión, Lima, Juliaca and Tarapoto subsidiaries, 2016-II <i>Erlita Yamelin Chávez Paz; Jenniffer Consuelo Suárez Quija- no; Elizabeth García Salirrosas y Edison Effer Apaza Tarqui</i>	29
Calidad del servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016 Quality of service and the relationship with customer satisfac- tion Products Application Center Union, Lurigancho district during 2016 <i>Camila Winy Velarde Mamani ; Daniel Medina Gutiérrez; Alexánder David De La Cruz Vargas y Edison Effer Apaza Tar- qui</i>	43
La calidad del servicio y la familiaridad con la marca en el Market Circolo del distrito de Chaclacayo, Lima 2017 The quality of service and familiarity with the brand in the Market Circolo of Chaclacayo district, Lima 2017 <i>Josué Benites Martínez; José Luis Córdova Marcelo y Santos Víctor Burgos Chávez</i>	61
Posicionamiento y lealtad del cliente de los supermercados de Lima Este, 2017 Positioning and customer loyalty of the East Lima supermar- kets, 2017 <i>Julio César Huanacuni Ventura; Jamin Alarcón Acuña y Kelly Núñez Rojas</i>	75

<p>Clima organizacional y su relación con la satisfacción laboral en los trabajadores de las empresas castañeras de Puerto Maldonado, durante el año 2016</p> <p>Organizational climate and its relation with the labor satisfaction in the workers of the castañeras companies of Puerto Maldonado, during the year 2016</p> <p><i>Paola Araujo Vargas; Estefani Cindy Caballero de la Cruz y Ricardo Jarama Soto</i></p>	<p>..... 87</p>
<p>Condiciones de mercado para la creación de un restaurante buffet en la ciudad de Juliaca, Puno 2016</p> <p>Market conditions for the creation of a buffet restaurant in the city of Juliaca, Puno 2016</p> <p><i>Karla Iraida Luque Huamanguillas; Doris Marilia Quispe Apaza y David Junior Elías Aguilar Panduro</i></p>	<p>..... 101</p>

Editorial

La responsabilidad empresarial representa un factor de desarrollo sostenible para las organizaciones por el impacto de los beneficios que persigue. Una empresa responsable, al procurar beneficiar a sus grupos de interés interno y externos, está gestionando el posicionamiento y el poder para diseñar estrategias que permitan crear valor y competir en el mercado.

La producción de conocimiento es una forma efectiva de realizar la transferencia de conocimiento. El ámbito laboral experimenta el manifiesto de los conocimientos adquiridos en las instituciones de educación superior. Y viceversa, las necesidades del quehacer profesional plantean nuevas perspectivas de formación. La investigación, innovación y tecnología permiten la transferencia, amalgamando las necesidades sociales y el conocimiento en la solución de problemas que se generan en los espacios de unidades económicas.

A continuación se denotan los tópicos objeto de desarrollo en los artículos de esta publicación.

La responsabilidad universitaria a diferencia de la social, mediante la organización curricular y la investigación, se vincula al impacto que genera en la sociedad y la utilización de recursos para la formación de personas en una comunidad con la propensión a mejorar con responsabilidad.

Por otra parte es responsabilidad de la universidad, como competencia de especialidad y, primordialmente, como competencia general o transversal, la formación de la capacidad emprendedora en todo egresado de cualquier carrera, siendo que la posibilidad de independencia laboral, si bien representa cierto riesgo, se constituye en una actividad que tiene un impacto significativo en la economía.

La calidad como factor de crecimiento está dirigida a satisfacer las expectativas de los clientes que predice una valoración asociada a la satisfacción a partir de la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, entre otras, de una empresa. Esta experiencia se desplaza de un fenómeno sensorial a un estereotipo mental que determina una marca de la valoración sobre un servicio o producto sostenible en el tiempo.

Así, para las organizaciones, posicionar su marca en la mente de los consumidores es velar por los beneficios diferenciales, teniendo como finalidad conseguir un compromiso a

futuro de los clientes como un indicador de lealtad y competencia en el sector.

Es de suma importancia, que el clima organizacional se refleje primero en la satisfacción de los trabajadores en cuanto a la comunicación interna, reconocimiento, calidad en el trabajo, entorno físico, compromiso, etc, que cubre las necesidades y expectativas, que tiene su contraparte asociada a la productividad de la organización.

Víctor Álvarez Manrique
Editor