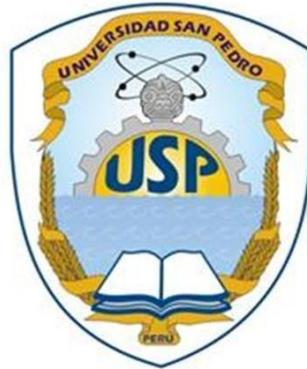


# UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



Gestión administrativa en los restaurantes del Distrito de Barranca -  
2018

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OBTENER EL TITULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

**Autor:**

Espíritu Vergara, Cynthia Doris

**Asesor:**

Huarcaya Godoy, Madison

Barranca - Perú

2018

<b>Palabras claves</b>
Gestión Administrativa. Distrito de Barranca.

<b>Keywords</b>
Administrative management. District of Barranca.

**TITULO**

**“GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LOS RESTAURANTES  
DEL DISTRITO DE BARRANCA – 2018”**

**TITLE**

**"ADMINISTRATIVE MANAGEMENT AT BARRANCA  
DISTRICT RESTAURANTS - 2018"**

## **RESUMEN**

La presente investigación, gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018, se realizó tratando de responder la pregunta general: ¿Cuál es el nivel de gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018?, del mismo modo se buscó responder al objetivo: Determinar el nivel de gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018. Este estudio está sustentado en una investigación aplicada de nivel descriptivo, su diseño no experimental: transaccional, porque se recolectará los datos en un solo momento, y en un tiempo único. Su población está constituido por los 380 restaurantes, y la muestra está constituida por 127 restaurantes, para la recolección de los datos se utilizó la técnica (encuesta) e instrumento (cuestionario). Los resultados nos permitirán sugerir alternativas de solución a las entidades objeto de estudio. Se concluyó que solamente para el 55.1% de los representantes de los restaurantes la gestión administrativa es buena o excelente, esto significa que no todos los representantes de los restaurantes están socializados o conocen que los factores importantes para gestionar en la empresa, son la planeación, organización, dirección y control, dado que cada uno de ellos cumple un factor preponderante en el crecimiento sostenido de las organizaciones.

## **ABSTRACT**

The present investigation, administrative management in the restaurants of the district of Barranca, 2018, was made trying to answer the general question: What is the level of administrative management in the restaurants of the district of Barranca, 2018?, in the same way we tried to answer to the objective: Determine the level of administrative management in restaurants in the district of Barranca, 2018. This study is based on applied research at a descriptive level, its non-experimental design: transactional, because data will be collected at a single moment, and in a unique time. Its population is constituted by the 380 restaurants, and the sample is constituted by 127 restaurants, for the data collection technique (survey) and instrument (questionnaire) was used. The results will allow us to suggest alternative solutions to the entities under study. It was concluded that only for 55.1% of restaurant representatives the administrative management is good or excellent, this means that not all restaurant representatives are socialized or know that the important factors to manage in the company are planning, organization, direction and control, given that each one of them fulfills a preponderant factor in the sustained growth of organizations.

## INDICE

I. Palabras Clave .....	I
ii. Título .....	Ii
iii. Resumen .....	Iii
iv. Abstract .....	Iv
Índice .....	V
Presentación.....	1
Introducción.....	2
Capítulo I: Plan De Investigación.....	3
1.1. Marco Teórico .....	7
1.1.1. Liderazgo .....	7
1.2. El Problema .....	16
1.2.1. Realidad Problemática .....	16
1.2.2. Antecedentes .....	17
1.2.3. Formulación Del Problema.....	19
1.3. Hipótesis .....	20
1.4. Objetivos.....	20
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos .....	20
Capitulo II: Metodología .....	20
2.1. Tipo Y Diseño De Investigación .....	20
A. Tipo De Investigación.....	20
B. Diseño De Investigación.....	20
2.2. Población Y Muestra .....	21
2.3. Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos .....	22
2.3.1 Técnicas .....	22
2.3.2. Instrumentos .....	22
Resultados.....	23
Capitulo III: Análisis Y Discusión .....	26
Conclusiones.....	27
Recomendaciones .....	28
Referencias Bibliográficas.....	30
Anexos.....	32

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo: Determinar el nivel de gestión administrativa en los Restaurantes del distrito de Barranca – 2018. Luego de ser validada, generalizar sus resultados a todos los representantes de los Restaurantes que han participado en la investigación. Los desafíos de los representantes de los Restaurantes son cada vez mayores, lo cual ha generado mayor dinamismo en el mercado, trayendo consigo nuevas maneras de ofertar y vender los productos, por lo que los representantes de los restaurantes tienen que adaptarse a las nuevas tendencias y las nuevas formas de dirigir su organización, y este cambio debe tener como complemento el buen clima organizacional, siendo este el factor fundamental para lograr la motivación, y la identificación de los colaboradores con la organización, permitiéndoles aflorar su espíritu innovador y creativo. La adecuada conducción de los restaurantes, afirma una nueva forma de gerenciar, en tanto no sea solo adjuntar las nuevas herramientas a las viejas maneras de conducir, sino reaprender las formas de conducir la organización. Por esta razón es necesario que los representantes de los restaurantes internalicen las prácticas de liderazgo, definiendo y divulgando su visión, misión y valores, generando un buen ambiente de trabajo, valorando al personal, permitiéndoles participar en las reuniones de trabajo, escuchando sus opiniones, es decir un adecuado escenario para lograr una gestión empresarial eficiente.

## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación titulada: Gestión administrativa en los Restaurantes del distrito de Barranca – 2018, es una investigación aplicada, cuantitativa, nivel descriptivo. El diseño es no experimental, de corte transversal.

La investigación parte de la problemática de conocer el nivel de gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, debido a que esta percepción es individual y depende de diversos factores, como, la planeación, organización, dirección y control.

En la primera parte se explican las razones que motivaron a realizar la investigación; e igualmente se plantea la pregunta y el propósito de estudio. También se expone la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación; se indica el tipo y diseño de investigación, operacionalización de las variables, unidad de análisis, población y técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En la segunda parte, se detalla la presentación y el análisis de los resultados. Aquí se realizaron todos los análisis cuantitativos y cualitativos de los datos arrojados por los encuestados, para ello se utilizaron distribuciones de frecuencia para la variable.

# CAPITULO I: PLAN DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. MARCO TEÓRICO

### 1.1.1. GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

Según Cassini (2008), “El concepto de gestión, proviene del latín gesño y hace referencia a la acción y al efecto de gestionar o de administrar”. Por lo tanto se refiere a la realización de acciones que conduzcan al cumplimiento de las metas, a través de la aplicación de los elementos tales como la planeación, organización, dirección y control.

Según Chiavenato, (2007, p. 10) “el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.”

Según Gitman (1986), “la gestión empresarial comprende la concreción de las políticas, mediante la aplicación de estrategias, tácticas, procesos, procedimientos, técnicas y prácticas”. Una política es una acción que diferencia a una entidad de otra, para que una política genere resultados se debe contar con el conceso de todo los colaboradores, dado que servirá de guía para el desarrollo de las actividades en la organización.

“La Gestión empresarial, consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera y eficaz con otras personas y a través de ellas. Ya sabemos que coordinar el trabajo de otros es lo que distingue una posición gerencial de las demás. Sin embargo, esto no significa que los gerentes pueden hacer lo que quieran, cuando quieran y como quieran. Por el contrario, la administración requiere la culminación eficiente y eficaz de las actividades laborales de la organización; o por lo menos a eso aspiran los gerentes. Robbin & Coulter, (2005, p. 07).

Como afirman Hernández y Pulido (2011, p.3) la gestión y la administración guardan una relación estrecha. La gestión, por un lado, implica conocer el entorno, conceptualizarlo y generar las directrices estratégicas; a su vez, se requiere que la administración contribuya a la organización interna. Esta conjunción de gestión y administración permite que los organismos sociales productivos aprovechen sus recursos con eficiencia y logren sus objetivos con eficacia.

Según Koontz y Weihrich (2003), los administradores deben realizar distintas funciones debido a que es una estructura muy útil para organizar los conocimientos administrativos como son: Planeación, organización, integración, dirección y control.

## **PLANEACIÓN.**

Según Koontz y Weihrich (2003), La planeación implica seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirlas, y requiere por lo tanto de la toma de decisiones, es decir, de adoptar entre diferentes cursos de acción futuro. De este modo, los planes constituyen un método racional para el cumplimiento de los objetivos preestablecidos.

Para Reyes (1976) “Planeación es fijar cursos de acción estableciendo principios que los orienten. Fijar la secuela de operaciones para realizarlos, determinar los tiempos y números necesarios para la realización”.

Para Terry (1976) “Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones (premisas) respecto del futuro en la visión y formulación de las actividades propuestas que se crean necesarias para alcanzar resultados deseados. También es determinar los objetivos y los cursos de acción que deben tomarse.

Para Stoner (1996) la planeación, es pensar con anticipación en los objetivos, acciones y recursos de la empresa, basándose en un plan o método lógico y práctico y no en intuiciones. Para el desarrollo efectivo de los planes se debe definir de manera muy clara la misión (conocida también como la razón de ser de la empresa), la visión (proyección a mediano o largo plazo o conocido también como el anhelo de la empresa), los objetivos, metas, estrategias, tácticas, programas, presupuestos, todo esto permitirá programar y destinar los recursos necesarios para el logro de los fines propuestos.

Dubrin (2000) indica que Planeación es el centro del proceso administrativo y de la administración y esto se debe a que influye en nuestros actos indicándonos lo que queremos lograr y como lograrlo, sin un plan claro y preciso no se lograría que las otras fases se desarrollen efectivamente. Sin la elaboración del plan no se podría tomar decisiones y no se podría concretizar las actividades, dado que el plan permite a la organización administrar de manera efectiva los tiempos y recursos, para lograr resultados de manera eficiente y efectiva.

## **ACCIONES DE CORTO PLAZO**

Según Perez, (2010, p. 88), “Termino convencional, referido a la duración de los planes, programas o proyectos, los cuales se establecen con una duración promedio de dos años aproximadamente.”

Este plazo no puede ser mayor de dos años, es una acción de emergencia que se realiza en las empresas

Según Perez, (2010, p. 88), “Para las operaciones financieras, se refiere a un periodo no mayor a un año”

Si es más de tres años ya no es una acción de corto plazo sino es una acción de largo plazo con proyectos en el cual se va invertir más tiempo, más economía.

## **ACCIONES DE MEDIANO PLAZO**

Según Perez, (2010, p. 196), “Termino convencional, referido a la duración de los planes, programas o proyectos, los cuales se establecen con una duración promedio de cinco años, en términos generales.”

Según Perez, (2010, p. 196), “Es el periodo, generalmente mayor de un año, sin exceder de cinco.”

## **ACCIONES DE LARGO PLAZO**

Según Perez, (2010, p. 196), “Termino convencional, referido a la duración de los planes, programas o proyectos, los cuales se establecen con una duración promedio de cinco años, en términos generales.”

Según Perez, (2010, p. 196), “El largo plazo se considera con frecuencia, en sentido amplio, como el tiempo suficiente para que las tendencias fundamentales cambien para desarrollarse por completo.”

## **ORGANIZACIÓN.**

Según Koontz y Weihrich (2003), la organización es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa, es decir, garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para el cumplimiento de metas.

Stoner (1996), Expone que organizar es dividir, separar y reunir nuevamente para coordinar las actividades y los recursos de la empresa, cumplir las metas que se encuentran plasmadas en la Planeación. Implica también la toma de decisiones que es parte primordial, a través de ella se tomarán las decisiones más pertinentes, que puedan beneficiar a la empresa.

Para Hernández (1994) la organización es la fase del proceso administrativo en la que se aplican las técnicas administrativas para estructurar una empresa u organización social, definiendo las funciones por área sustantivas, departamentos y puestos, estableciendo la autoridad en materia de toma de decisiones y la responsabilidad de los miembros que ocupan dichas unidades, así como las líneas de comunicación formal para facilitar la comunicación y cooperación de los equipos de trabajo, con la finalidad de alcanzar los objetivos y la estrategia.

Reyes (1996), Señala que Organización es la estructuración en donde se relacionan las funciones, los niveles, recursos( Financieros, humanos, materiales y técnicos), que intervendrán en la realización de las actividades que la planeación indica, con el fin de lograr el éxito que se desea. La organización puede ser de dos maneras: Formal (esta forma se planifica incluyendo los elementos que intervienen; y la relación que tendrán para el logro de los objetivos propuestos), Informal (está forma no es planeada, surge espontáneamente cuando se está realizando las actividades; y los miembros que participan en ella son espontáneos).

Megginson, León y otros (1996), Indica que Organización; establece las actividades y recursos que basado en la Planeación, se desarrollará por parte de los integrantes de la empresa para alcanzar los fines; asignar las responsabilidades en grupos operativos; delegar la autoridad necesaria para que la asignación establecida, pueda ser cumplida de acuerdo a la planeación.

Sosa (1996), expone que Organización se deriva del griego “Organón” que significa “Instrumento” y en español significa organismo, es el conjunto de órganos que constituye el cuerpo. Organización es la fase que se encarga de escoger las actividades y los recursos ordenadamente; y designarlos a un grupo determinado bajo el mando de una persona, para lograr el fin que presenta la planeación.

Para Stoner (1996), La fase de organización se apoya en cuatro pasos principales: División del Trabajo (es fragmentar el trabajo general en pequeñas tareas, de tal manera

que el personal se encargue en una sola, sin que existan escapes de responsabilidades que los dirige), departamentalización (se forma pequeños grupos en pequeños departamentos; cuyas actividades de trabajo puedan realizar bajo el mando de una persona), jerarquía (es el patrón de diversos niveles de la estructura de la organización) dentro de la jerarquía existen dos elementos muy importantes: El tramo Administrativo (que es el número de subordinados, que dependen directamente de una persona), cadena de mando (indica de quien depende cada uno de los distintos elementos del personal), coordinación (es la integración de todas las actividades de las secciones, independientes en un solo para lograr su fin).

## **ESTRUCTURA**

En su tarea de administrar, los gerentes deben escoger una estructura apropiada. La estructura se refiere a las relaciones designadas entre los recursos del sistema administrativo su propósito es facilitar la utilización de cada recurso, individual y colectivamente, a medida que el sistema administrativo intenta alcanzar sus objetivos. Certo, (2001, p. 216).

El administrador o el gerente deben saber que la estructura debe estar bien diseñada para así generar ayuda a los recursos humanos a llegar a los objetivos.

La estructura de una organización se representa por medio de una ilustración grafica nominada organigrama. Tradicionalmente, un organigrama se elabora de forma piramidal, en el que las personas de parte superior de la pirámide están investidas de más autoridad y responsabilidad que las que están en parte baja. La posición relativa de los individuos en cada uno de los cuadros del organigrama muestra las relaciones de trabajo, y las líneas que unen los cuadros ilustran las líneas formales de comunicación entre individuos. Certo, (2001, p. 216).

Según Hernandez & Pulido, (2011, p. 192), “Es la representación gráfica de la estructura de autoridad lineofuncional de una empresa.”

La estructura es una representación gráfica de una empresa que se transmite a través de un solo jefe para cada función en especial.

Según Perez,( 2010, p. 140), “Es un conjunto de órganos ordenados e interrelacionados racionalmente entre sí, para cumplir funciones preestablecidas que

permitan el logro de la misión asignada, determinada y adjudicando grados de autoridad y responsabilidad.”

Son representaciones gráficas y objetivas del sistema de organización de una empresa, en las que cada puesto de un jefe se representa por un rectángulo, que encierra el nombre de ese puesto, representado la unión de puesto mediante líneas con los demás áreas que están debajo del puesto de jefe.

## **DIVISIÓN DE TRABAJO**

Según Certo, (2001, p. 222), “es la asignación de varias porciones de una tarea particular a un número determinado de miembros de la organización.”

El autor se refiere a la división de trabajo, en el que varias personas realizan diferentes partes de trabajo, en lugar de una sola persona realice todo el trabajo. La producción se divide en un número de pasos, con la responsabilidad de completar varios pasos asignados a personas específicas. La esencia de división de trabajo es que los individuos se especialicen en hacer parte de la tarea y no toda la tarea.

Según Certo, (2001, p. 222), “En división de trabajo, es obvia la importancia de una efectiva coordinación de las tareas que realicen los individuos...demanda especialización.”

Los individuos que asisten a la organización coordinan la forma que van a llevar acabo sus actividades para desarrollar su trabajo y entregar listo para la composición de la tarea organizacional.

La organización requiere definir sus funciones puesto por puesto. Un puesto de trabajo es la unidad básica de trabajo; los puestos precisan una descripción de funciones, generada por medio del método del análisis de puestos, por lo que el análisis y la descripción son dos herramientas clave. Hernandez & Pulido, (2011, p. 205)

Es definir bien claro las funciones de cada uno de los puestos de trabajo, para desarrollar la gestión efectivamente, de esta forma cada uno pone su granito de arena en la organización.

Es la descomposición o desmenuzamiento del proceso de elaboración en varias asignaciones específicas para los distintos participantes en el proceso, de cada uno de

los cuales asume la responsabilidad de llevar a cabo una sola parte de todo el trabajo necesario. Perez, (2010, p. 121)

Cada uno de los trabajadores pone de su parte o realizan su actividad para desarrollar algún servicio o producto, esto conlleva llegar al objetivo.

## **COBERTURA DE LA GERENCIA**

Es el número de individuos que un gerente supervisa. A mayor número de individuos que un gerente supervise, mayor el cubrimiento de la gerencia. Y a la inversa, a menor número de individuos que un gerente supervise, menor será el cubrimiento de la gerencia. El cubrimiento de habilidades. Certo, (2001, p. 224)

El cubrimiento de control para determinar a cuantos individuos puede un gerente supervisar con eficacia. Para utilizar eficazmente los recursos humanos de la empresa, lo gerentes pueden supervisar tantas personas como puedan para guiarlas hacia el alcance de las cuotas de producción.

Según Koontz (1966) citado por comisión: Certo, (2001, p. 224), “Hay varios factores situacionales importantes influyen en cuan apropiado es el tamaño de la cobertura de la gerencia para un individuo en particular: similitud de funciones, contigüidad geográfica, complejidad de funciones, coordinación, planeación.”

Según Perez, (2010, p. 269), “Autoridad de primer nivel, responsable de determinado grupo de personas o actividades.”

En cuanto a la cobertura de la gerencia es la capacidad, habilidad de una autoridad o un líder de la empresa que organiza para llegar a la meta.

Según Perez, (2010, p. 40), “Es la facultad, por parte del que tiene la autoridad, para exigir a otros que emprendan acciones que consideran apropiadas para el logro de un objetivo predeterminado.”

## **DIRECCIÓN**

Dubrin (2000), indica que dirección es también llamado liderazgo, que es la capacidad de influir y ejercer la autoridad sobre los demás, con la ambición de alcanzar las metas de la institución; por lo tanto radica en dosificar energía, dirigir, activar e inducir a terceros.

Según Certo, (2001, p. 304), “Es el proceso de orientar las actividades del personal de la organización en las direcciones apropiadas. Implica la realización de cuatro actividades administrativas: (1) liderar (2) motivar (3) tener en cuenta a los grupos (4) comunicarse.”

Newman y Warren (1,996), expone que dirigir es activar a la organización, en donde se ejerce la autoridad, se transmite las instrucciones, previendo de antemano como responderá los subalternos, debe utilizar su autoridad para que se efectuase las funciones que designe en el equipo. Dentro de la dirección debe tomarse en cuenta aspectos importantes: La coordinación de los intereses de todos debe tomarse en cuenta, el mando debe ser una necesidad para el logro de la meta, la jerarquía no conviene alterarse dentro de la organización; y que existe una vía jerárquica en un jefe, para cada departamento sin sobrepasar la autoridad del gerente.

Según Hernandez & Pulido, (2011, p. 214), “Significa conducción hacia un rumbo concreto con un objetivo para lograr. Sin embargo administrativamente es un nivel jerárquico en la estructura, con funciones concretas. Todos ocupantes de los niveles requieren habilidad directiva, matizada según el nivel de responsabilidad.”

Según Koontz y Weihrich (2003), dirección es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales; por lo tanto tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la administración. Los gerentes deben saber que sus problemas más importantes son los que resultan de los individuos y en que los individuos eficaces deben ser al mismo tiempo líderes eficaces.

Dirección es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas, realice del modo más eficaz los planes señalados: la dirección, por lo tanto, comprende tres etapas bien definidas: autoridad o mando, comunicación y supervisión. Perez, (2010, p. 117).

## **MEDIOS O COMPONENTES DE LA DIRECCIÓN.**

Se conoce como medios de la dirección los factores clave de que se valen los responsables de la alta dirección; ellos son, entre otros:

## **INTEGRACIÓN.**

Reyes (1996), indica que integración, es obtener y modular los componentes materiales y humanos, que la Planeación y la Organización marcan como necesarios, para el adecuado funcionamiento de una empresa.

Para Hernández y Pulido. (2011) La integración de los niveles gerenciales es vital para el éxito organizacional kootz y odonnell le llamaron a este proceso staffing, que significa “equipamiento directivo humano”. Pues la estructura y los puestos directivos requieren una integración más especializada a la organización que los puestos operativos e incluso esta integración o staffing está ligada a los programas internos de desarrollo de gerentes, basados en carreras y promociones internas. Por otro lado, la integración de los miembros del equipo directivo en ocasiones va acompañado de búsquedas externas para renovar la visión de la empresa, incorporando expertos externos. En la búsqueda de ejecutivos externos se utiliza un concepto de la jerga de los negocios en estados unidos de américa: Headhunters, cuya traducción aproximada es cazatalentos. Por desgracia, no hay un término acuñado y afortunado en español.

La integración gerencial no solo está basada en un perfil de competencias laborales como en los puestos operativos. En el nivel directivo son muchos otros los elementos que hay que tomar en cuenta, como experiencia con resultados, rasgos psicológicos, situación organizacional en el momento de la contratación, clima laboral, y nivel de madurez y de competencia del equipo por conducir.

Además de los elementos anteriores, que son fundamentales. Hay que reconocer que la empatía entre gerente general y sus colaboradores directos es fundamental, pues se requiere comunicación plena, confianza mutua y lealtad tanto a la institución como a la figura de la dirección.

## **DESARROLLO HUMANO (DH) E INTEGRACIÓN POR ÉTICA Y VALORES**

Para Hernández y Pulido. (2011) La integración del personal no implica solo la parte de conservar y desarrollar a los mejores elementos humanos de la empresa, o su búsqueda externa, sino que también es la adhesión de los empleados a la empresa par que compartan plenamente sus valores y comprendan su misión y visión.

Estos valores lo definen de la siguiente forma:

Compromiso (del latín *compromissum*, comprometeré): comprometido con una causa o fin.

Respeto (del latín *respectus*): atención, consideración, trato.

Responsabilidad (del latín *responsum* y *responderé*) satisfacer o corresponder a la confianza o compromiso contraído.

Lealtad (del latín *legalitas*, *legalitatis*): fidelidad, fidedigno, incorruptible. es la fidelidad al honor.

Honestidad (del latín *honestitas*, *honestitatis*): decencia, decoro, rectitud, moderación, recato, pudor.

## **MOTIVACIÓN.**

Según Mercado (2001), la motivación es la habilidad para lograr que el hombre haga lo que usted quiere que haga, cuando usted lo quiere hecho, del modo en que usted lo desea y porque él desea hacerlo.

Para Konntz y Weihrich (2003), la motivación es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares, es decir, que los administradores motiven a los subordinados para que se realicen las cosas con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos de inducir a los subordinados a actuar de determinada manera.

Para Hernández y Pulido. (2011) La motivación es otro factor que contribuye al reconocimiento de una persona como líder en la empresa. Motivar es estimular a otro para que actúe en la dirección deseada por el líder.

El conocimiento de la motivación de los seres humanos es de suma importancia para el directivo de un equipo ya que debe crear las condiciones propicias para la autorrealización en el trabajo.

La etimología de motivación y de emoción es la misma, motor, movimiento, aunque, las emociones, “son literalmente lo que nos mueve, porque ellas impulsan nuestras motivaciones, y a su vez dirigen las percepciones, dando forma a nuestros actos”. (Goleman 1995, citado por Hernández y pulido 2011)

La motivación es interior y voluntaria, “Nadie puede aumentar el dominio personal (motivación) de la otra persona. Solo se pueden crear condiciones que favorezcan y respalden a las personas que se comprometen con su auto mejoramiento. (Senge 1990, citado por Hernández y pulido 2011).

Según Hernández y pulido (2011) Son muchos los elementos que intervienen en la motivación de una persona. Primero es necesario comprender la diferencia entre motivación y estimulación de una conducta .Las motivaciones son internas o intrínsecas, mientras que las estimulaciones son externas o extrínsecas.

La motivación es intrínseca porque obedecen a las razones personales de cada individuo por tanto los directores de las empresas no son capaces de hacer que por sus razones o valores personales los colaboradores actúen.

Que la fuente de motivación efectiva organizacional que tiene un directivo deriva de la razón de la organización, en términos de servicio a la comunidad. De ahí la importancia de tener un código de valores morales relacionados con lo que hace la empresa o institución.

Los estímulos son extrínsecos porque actúan fuera de la conciencia del individuo. Por ejemplo: muchas empresas estimulan de manera efectiva el comportamiento mecánicos del personal al otorgar premios por puntualidad y productividad, o sancionan las faltas con descuentos o rescisiones, por tanto, los estímulos “programan” la conducta, no la modifican a profundidad.

## **COMUNICACIÓN.**

Según Mercado (2001), comunicar es el proceso de conducir información y compromiso de una persona a otra. La comunicación es una relación establecida a través de las palabras: escritas, orales o a través de medios similares, entonces la sustancia que vitaliza y da razón de ser a la comunicación es la información.

Hernández y pulido (2011) La forma en la comunicación es esencial en cualquier relación humana, pero en las organizaciones empresariales impacta tremendamente, ya que una “comunicación” amenazante, mal conformada, informada fuera de tiempo, e incluso fría, llega a traer reacciones aparentemente inexplicables, porque los involucrados al comunicarse entre ellos exageran o distorsionan la información con chismes y rumores, lo cual afecta directamente a la correcta comunicación.

Para Hernández y pulido (2011) los Principios de la comunicación son:

Oportunidad y veracidad: Entre más oportuna y veraz sea una información, mayor comunicación organizacional.

Bilateralidad de la comunicación: A mayor retroalimentación del mensaje entre emisor y receptor, más efectiva será la comunicación por medio de la información .en algunas empresas se exige que cierta información sea verificada por el receptor mediante la repetición del mensaje, para evitar errores y utilizar listas de verificación (check-list).

Rastreabilidad de la información: Entre más rastreabilidad permita el proceso de información, más útil es administrativamente.

En la medida en que cada comunicado deja un rastro, es mucho más fácil corregir un proceso productivo y administrativo. El código de barras permite rastrear la información de la venta del producto, de la compra y de todos los puntos clave, por ejemplo, cajero, turno, cliente, (cuando paga con tarjeta de crédito) y descarga del inventario.

Proceso de la comunicación: El proceso de comunicación incluye un mensaje que parte de un emisor a un receptor mediante un medio que lleva la información y que, al ser recibido por el receptor, emite una realimentación hacia el emisor para determinar que el mensaje fue captado.

Las barras de la información.

Muchos conflictos en la dinámica de un grupo de trabajo surgen por esquemas inadecuados de comunicación: se desea una cuestión y se dice otra, no todos los elementos humanos de la empresa tienen acceso a toda la información, se presentan o se propician barreras, se mantiene una comunicación unilateral, se provocan interpretaciones erróneas, se distorsionan los mensajes a lo largo de su transmisión, etcétera.

Estas barreras se dividen en: Paradigmáticas (cuando la actitud de ciertos colaboradores o jefes se restringe a un modelo tradicional y rechazan cualquier sugerencia), Semánticas (se dan por causas del lenguaje .por ejemplo, para un campesino cargar y abonar es diferente para un contador), Físicas (cuando el ambiente físico impide la comunicación, ya sea por la distancia, el ruido, etcétera), Fisiológicas

(cuando algunas de las partes están impedidas físicamente), Psicológicas (cuando una persona no desea “oír” a otra .por ejemplo, “muchas gracias, ya no te quito tu tiempo ¡”, puede interpretarse como una ofensa), Administrativas–burocracias (la comunicación es lenta y está fuera de tiempo).

La comunicación es muy importante en la organización y para que sea efectiva se debe saber seleccionar los medios y códigos, dado que los códigos que se utiliza para comunicarnos con la alta dirección no son los mismos que se utilizaran para comunicarnos en el nivel operativo y a eso debe ir complementado con la objetividad, veracidad y la oportunidad características importantes que debe cumplir un mensaje.

#### Imagen o comunicación corporativa

Para Hernández y pulido (2011) El directivo requiere imagen e imaginación para comunicares, por medio de símbolos, publicidad, logos, etc., con su ambiente: clientes, proveedores, comunidad, autoridades, e incluso con sus competidores. La comunicación corporativa busca que la empresa o institución tenga una imagen pública favorable, de ahí la importancia de elegir correctamente un slogan y un logo, y de generar en los espacios de la dirección un ambiente y una imagen. En ciertas ocasiones, algunas empresas con recursos incluyen en su estructura una área de relaciones públicas que permita a la empresa relacionarse y comunicarse en el entorno.

(Covey, S. 1989, citado por Hernández y Pulido 2011) dice que lo primero que debe lograr la gente altamente efectiva es la conquista individual ,o como el la llama concretamente “victoria privada” ,para pasar de la dependencia de lo externo a la independencia y así lograr una victoria publica que la lleve a la inter dependencia madura de trabajar en grupo.

Covey nos ayuda a comprenderlo, empecemos a comprender que si queremos cambiar la situación, debemos cambiar nosotros mismos. Y para cambiar nosotros efectivamente, debemos primero cambiar nuestras percepciones.

#### **SUPERVISIÓN.**

Según Mercado (2001), supervisión es ver que las cosas se hagan como fueron ordenadas. Generalmente la función de supervisar corresponde a todo jefe, pero se aplica mejor a este concepto a los jefes de nivel inferior, llamados también supervisores inmediatos o cabos, mayordomos y jefes de oficina; estos jefes son los que tiene bajos

sus órdenes a otros subjes, sino solo obreros o empleados que realizan ordenes o instrucciones.

El supervisor, como cualquier otro administrador, debe aplicar las reglas de dirección y mando para cumplir su labor eficientemente y lograr coordinaciones de esfuerzo. Dada la importancia que tiene la supervisión se clasifican en tres grandes grupos: Supervisión inmediata o autócrata (Se caracteriza básicamente porque en ella el supervisor da órdenes precisas y detalladas, no delega autoridad eliminando con ello la posibilidad de que el subordinado desarrolle su iniciativa. El jefe toma las decisiones por sí mismo, utiliza métodos arbitrios para dar órdenes y controla estrechamente el comportamiento del empleado), supervisión general o democrática (Esta supervisión se caracteriza porque delega la autoridad, es decir, permite al trabajador de ser el mismo su jefe, el supervisor controla a través de resultados y procuran dejar que sus subordinados por si mismos los detalles, satisfaciendo así la necesidad de que ellos sienten de autonomía y autoexpresión), supervisión anárquica (En este tipo de supervisión el jefe no ejerce el poder de mando en sus subordinados, el trabajador hace lo que quiere hacer, pues no tiene ni dirección ni control por parte de su jefe).

La dirección ejecutiva implica hacer realidad lo planeado por medio de los niveles gerenciales y de sus colaboradores operativos. La gerencia es gestión continua que implica acuerdos con superiores, con colaboradores directos, entre áreas de trabajo, con clientes, con proveedores y demás partes involucradas en la problemática que se presenta por razones propias de la operación de los planes empresariales. esto implica análisis del problema, reuniones de trabajo, coordinación de todos los involucrados en la acción y, sobre todo, supervisión para que se lleven a cabo los acuerdos convenidos, por lo que la dirección ejecutiva requieres darle seguimiento, mediante el “monitoreo” de la evolución de los asuntos y su debido cumplimiento . El término “monitorear” no existe en español , sin embargo, es muy utilizado en la jerga de la gerencia y de la gestión, ya que gracias a las computadoras las ordenes y acuerdos se registran, y los avances se consultan y se rastrean (dejando rastros del proceso de ejecución) continuamente en los monitores de las computadoras.(Hernández y Pulido 2011).

## **PRINCIPIOS DE LA SUPERVISIÓN**

Según Hernández y Pulido (2011) Funcionalmente, la dirección y supervisión no pueden separarse, ni establecerse aparte una de otra. Son funciones eslabonadas,

coordinadas, complementarias y mutuamente compartidas en el ejercicio de la dirección.

La dirección es el rumbo. La supervisión es acoplar la acción con los objetivos en la ejecución y en gestión de una empresa.

La dirección se fundamenta en la racionalización del debe ser, mientras que la supervisión se fundamenta en la experiencia directiva.

La supervisión implica el conocimiento de las características de los colaboradores, su madurez en términos psicológicos, sociológicos y en términos técnico, de ahí que el directivo como supervisor tenga la responsabilidad formativa de los colaboradores.

## **CONTROL.**

Para Koontz y Weihrich (2003), control consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes. Implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto a las normas y la contribución a la corrección de estas. En pocas palabras, el control facilita el cumplimiento de los planes, aunque la planeación debe preceder al control, los planes no se cumplen solos.

Según Reyes (1976), citado por comisión: Hernandez & Pulido, (2011, p. 240), “establecimiento de sistemas que permiten medir resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de saber si se han obtenido los que se esperaban, corregir, mejorar y formular planes.”

Para Hernández y pulido. (2011).El propósito del control es mantener a la empresa u organización en el equilibrio deseado de ingresos, egresos, utilidades, producción, calidad de sus productos.

Después de fijar las metas (planeación), formular los planes (planeación), decidir el esquema estructural (organización) y contratar, capacitar y motivar al personal (dirección), es preciso evaluar si las cosas van como estaba previsto. Hay que comparar el desempeño real con las metas fijadas con antelación. Si hay desviaciones significativas, es deber de la administración retomar las riendas del desempeño. Este proceso de vigilar, comparar y corregir es lo que entendemos por la función de control. Robbin & Coulter, (2005, p. 09)

Para Chiavenato. (2002). El control es la función administrativa que mide y corrige el desempeño para garantizar la consecución de los objetivos organizacionales y la realización de los planes establecidos para alcanzarlos.

Para Stoner. (1996). El control se define como el proceso que garantiza que las actividades reales se ajusten a las actividades planeadas.

## **MEDIR EL RENDIMIENTO**

Antes de que los gerentes pueden determinar qué acción se debe tomar para que una organización sea más efectiva y eficaz, tienen que calcular el rendimiento real de una compañía. Y antes de que ellos puedan llevar a cabo estas medidas, deben establecer algunas unidades de medida que calculen el rendimiento y determinen la cantidad de esta unidad generada por el artículo cuyo rendimiento está midiéndose. Certo, (2001, p. 424).

Según Certo, (2001, p. 424), “Para medir el rendimiento es importante que los gerentes tengan en mente que existe un amplio rango de actividades organizacionales que puedan medirse como parte del proceso de control.”

Según Hernandez & Pulido (2001, pp. 447, 448), “La información debe obtenerse durante la ejecución y las operaciones de la empresa. Esta ejecución se obtiene gracias a registros ubicados estratégicamente en los procesos, productivos, administrativos y de comercialización.”

Es la aplicación de técnicas para determinar el contenido del trabajo de una tarea definida, fijando el tiempo que un trabajador normal invierte en llevarla a cabo, con arreglo a un normal rendimiento preestablecido; se realiza a través del cronometraje de las actividades. Perez, (2010, p. 196)

## **COMPARAR EL RENDIMIENTO CON LOS ESTÁNDARES**

Según Certo, (2001, p. 425), “Después de que los gerentes han tomado una medida de rendimiento organizacional, el siguiente paso es comparar esta medida con algún estándar de rendimiento.”

Según Certo, (2001, p. 427), “de forma exitosa, los gerentes precisan todas las áreas importantes del rendimiento organizacional y establecen los estándares de calidad correspondientes para cada área.”

Según (Hernandez & Pulido, (2011, p. 250), “La información requiere ser analizada e interpretada continuamente e incluso comparada con el desempeño de otras empresas mediante el sistema de análisis factorial por ramas y subramas industriales.”

### **APLICAR LA CORRECTIVA NECESARIA.**

Según Certo, (2001, p. 428), “Es la actividad gerencial cuyo objetivo es elevar el rendimiento organizacional al nivel de los estándares de rendimiento.”

Según Certo, (2001, p. 428), “Para llevar a cabo esta acción correctiva primero se debe dar la identificación de los problemas, identificación de los síntomas.”

Las medidas correctivas preestablecidas tiene por objeto señalar que hacer cuando se presenta una falla, lo que es de gran utilidad para muchos operarios sin experiencia ni la formación profesional técnica necesaria, y no saben qué hacer cuando se presenta un problema en una máquina, en un proceso productivo o en un proceso administrativo. Hernandez & Pulido, (2011, p. 251).

### **COMPETITIVIDAD.**

competitividad de una empresa consiste en crear, desarrollar y sostener capacidades para conquistar la preferencia de los consumidores en los mercados de productos o servicios, y así generar resultados financieros (rentabilidad) y humanos (desarrollo integral) en los plazos corto, mediano y largo. Hernandez & Pulido, (2011, p. 12).

Según Certo, (2001, p. 505), “La competitividad como calidad e innovación.”

La competitividad es ofrecer a los consumidores algo nuevo, novedoso, saber lo que los consumidores, clientes desean adquirir, mediante investigaciones de esta forma generar ganancia económica en la organización.

Según Perez, (2010, p. 70), “Capacidad de una empresa, de un producto, de un precio, etc., de resistir a la competencia.”

Tanto el producto y el precio con la competitividad, explica que estos factores deben estar a la necesidad del cliente y sobre todo debe caracterizarse de varias ventajas, es importante para ser competitivos frente a la competencia.

Según Porter, (1991, pp. 163, 168), “Depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar... El único concepto significativo de la competitividad a nivel nacional es la productividad.”

Las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de las presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes.

Porter (1999) citado por comisión: (Ritchie et al, (2013, p. 24), “La competitividad como la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, lo que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales, el único concepto significativo de la competitividad es la productividad.”

La competitividad con la cantidad de ventas, cantidad de ingresos lo cual se llama productividad en la organización.

Según Lotero et al. (2005) citado por comisión: Ritchie et al, (2013, p. 24), “La competitividad es tanto un asunto de productividad como de estructura, pero su significado varía según el grado de desarrollo de las economías.”

La competitividad no solo es productividad si no también la forma o el proceso que se está realizando para competitivos en el mercado esto se llaman eficacia.

## **MAYOR CALIDAD.**

Según Certo, (2001, p. 506), “Grado de excelencia sobre la cual los productos o servicios pueden clasificarse con base en determinadas características.”

Según Certo, (2001, p. 506), “Es el proceso continuo de participación de todo los miembros de una organización para cerciorarse de cada actividad relacionada con la producción de bienes o servicios que desempeñe un papel importante en el establecimiento de la calidad de un producto.”

La producción de bienes de alta calidad no es un fin en sí mismos. Más bien ofrecer producto de alta calidad y servicios con éxito al mercado típico, resulta de tres fines de la organización: imagen positiva de la compañía, menores costos y mayor participación en el mercado, menor costo de responsabilidad civil de productos defectuosos. Certo, (2001, p. 507)

Según Hernandez & Pulido, (2011, p. 127), “Aquellas características del producto que responden a las necesidades del cliente (cumplimiento de normas), Ausencia de ineficiencias, adecuación al uso”

Se usa para referirse a las estrategias de cambio que adoptan las organizaciones, para mejorar los procesos y sistemas administrativos, y generar mejoras en la calidad del producto y/o servicio al cliente o público comprometiendo, para ello, la adhesión y responsabilidad de los trabajadores. En realidad, el tratar de lograr calidad total en una empresa es un reto que se debe asumir si es que se pretende lograr altos niveles de competitividad. Perez, (2010, p. 53)

### **IMAGEN POSITIVA DE LA COMPAÑÍA**

Según Certo, (2001, p. 507), “Una reputación de producto de alta calidad crea una imagen positiva para una organización y las organizaciones derivan muchas ventajas de tener tal imagen.”

Según Certo, (2001, p. 507), “Una imagen positiva ayuda a reclutar valiosos empleados, a acelerar las ventas de sus nuevos productos y a obtener aquellos prestamos necesarios de las instituciones financieras.”

### **MENORES COSTOS Y MAYOR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO**

Según Certo, (2001, p. 507), “Las actividades que apoyan la calidad del producto benefician la organización al generar menores costos y mayor participación en el mercado.”

Según Certo, (2001, p. 507), “la mayor participación en el mercado como menores costos que se atribuyen a la alta calidad, normalmente se convierten en una rentabilidad mayor para la organización.”

## **MENOR COSTO DE RESPONSABILIDAD CIVIL DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS**

Según Certo, (2001, p. 507), “Los productores con frecuencia enfrentan demandas legales costosas ante los cortes por daños causados por productos defectuosos.”

Según Certo, (2001, p. 507), “Los esfuerzos exitosos de calidad total típicamente se convierten en productos mejorados y en óptimo desempeño del producto, y el resultado de tener mejores productos y mejor desempeño es un menor costo de responsabilidad civil por productos defectuosos.”

## **MENOR PRECIO**

Según Perez, (2010, p. 232), “Valor pecuniario que paga un comprador, en comparación con otra unidades diferente del bien que el comerciante vende.”

Conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios. Kotler, Armstrong, Camara, & Cruz, (2004, p. 392).

Es la de estimular la demanda de los segmentos actuales y/o de los segmentos potenciales que son sensibles al precio. Esta estrategia es válida si la demanda global es ampliable, es decir, tanto los consumidores actuales como los potenciales están dispuestos a adquirir la oferta. También se puede decidir bajar el precio si se sabe que los costes variables de los competidores son superiores y, por lo tanto, no pueden reaccionar, al menos rápidamente, sin perjudicar su rentabilidad. Talaya, (1997, p. 98 )

Según Kerin, Berkowitz, Hartley, & Rudelius, (2004, p. 412), “Los fabricantes de productos genéricos y los detallistas que ofrecen productos de marca propia, fijan deliberadamente a sus productos precios 8-10% menos que los productos de marcas registradas.”

## **ESTIMULAR DEMANDA**

Según Andrew, (2015, p. 01), “Para aumentar la demanda de los productos que vendemos es necesario centrarse en las siguientes cinco cosas: estilo de vida, la experiencia, historia, exclusividad, socios.”

La cantidad de mercancías que los consumidores están dispuestos a comprar depende de un conjunto bastante amplio de variables: de su precio, de la utilidad que les asignen, de las cantidades que ya posean, del precio y disponibilidad de otras mercancías sustitutivas y complementarias, de sus ingresos y de las expectativas que tenga acerca de su renta futura y la evolución de los precios. Sabino, (1991, p. 128).

Según Gregory, (2004, p. 42), “La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación). En cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para éstas necesidades profundas.”

## **OFERTA**

Según Kotler, Armstrong, Camara, & Cruz, (2004, p. 07), “Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo.”

Las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

Según Gregory, (2004, p. 47), “la oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender.”

Según Fischer & Espejo, (2004, p. 243), “las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.”

Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta

## **RENTABILIDAD**

La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Esta medida permite evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños. La importancia de ésta medida radica en que para que una empresa sobreviva es necesario producir utilidades... está directamente relacionada con el riesgo, si una

empresa quiere aumentar su rentabilidad debe también aumentar el riesgo y al contrario, si quiere disminuir el riesgo, debe disminuir la rentabilidad. Gitman, (1992, pp. 62, 171).

Según Baca, (1987, p. 179), “Desde el punto de vista de la inversión de capital, la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una persona o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto.”

Según Guiltinan & Gordon, (1984, p. 117), “La rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia, demostrada a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión, de la empresa.”

Integrando las anteriores definiciones se puede afirmar que al tratar de definir la rentabilidad lo que cambia es el enfoque desde donde se mire el concepto y no su esencia, razón por la cual se puede afirmar que la rentabilidad es el porcentaje o tasa de ganancia obtenida por la inversión de un capital determinado.

## **PRODUCTIVIDAD**

Según Hernandez & Pulido, (2011, p. 11), “Es el resultado de la utilización correcta de los recursos en relación proporcional con los productos y servicios generados.”

la búsqueda de la productividad cada vez es más necesario utilizar mejor los recursos, lo que el administrador debe conocer y saber medir la productividad, lo cual permitiera, junto con la medición de la rentabilidad financiera del negocio, lograr dicha competitividad, que no es otra cosa que la capacidad de la empresa para competir en un mercado muy concurrido, que exige calidad y servicio.

Según Hernandez & Pulido, (2011, p. 11), “La productividad es la relación entre el producto obtenido y los recursos e insumos utilizados.”

la productividad como una medida al comparar los recursos utilizados con el producto logrado, si se produce más con el mismo costo o si se obtiene la misma cantidad de producción con un precio inferior, la sociedad en conjunto se beneficia, porque una mayor productividad genera mayores cantidades tanto de bienes de consumo como de bienes de producción, con costo menor y con un precio menor; mayores ingresos reales, mejores condiciones de vida y trabajo.

La productividad consiste en la relación entre el volumen de producción y los recursos utilizados, por unidad de tiempo, con el propósito de aumentar la capacidad de producción a partir de una cantidad dada de trabajo del hombre y de las máquinas, mediante la intensificación del trabajo del hombre, la introducción de máquinas, y el mejoramiento de la capacidad administrativa. Conceptos afines son la eficiencia, la competitividad; un concepto complementario es el de eficacia. Martínez, (2012, p. 66)

Según Perez, (2010, p. 237), “Es la relación que existe entre los medios puestos en práctica y los resultados obtenidos. Por consiguiente cuanto más baja es esta relación, la productividad será mayor.”

### **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

Es el proceso que trata de aumentar la adecuación de los bienes a la satisfacción de las necesidades humanas. Producir es crear utilidad, pero no tan solo la real, por transformación de las materias primas en productos acabados; si no también, la espacial y temporal, por proporcionar, al sujeto económico, la disposición de bienes en el momento y en el espacio que los necesita. Perez, (2010, p. 237).

Según Perez, (2010, p. 237), “Es el rendimiento que es el resultado de la acción del hombre, de los materiales, de la maquinaria, trabajando de acuerdo a un plan, utilizando los materiales, maquinaria y equipo de la manera adecuada y mas eficiente.”

### **EFICIENCIA**

Según Certo, (2001, p. 09), “Se refiere al grado en que los recursos organizacionales contribuyen a la productividad. Se mide por la proporción del total de los recursos organizacionales usados durante el proceso de producción.”

La eficacia en cuanto más alta sea la proporción, más ineficiente será el gerente. En esta situación, los recursos organizacionales se refieren no solo a las materias primas que son utilizados para producir bienes y servicios si no también están relacionados al esfuerzo humano.

Según Hernández & Pulido, (2011, p. 04), “Es el cabal cumplimiento de los procedimientos y las reglas establecidas como la correcta utilización de los recursos asignados para el logro de metas.”

Según Perez, (2010, p. 127), “Es la relacion que existe entre el producto institucional obtenido, el potencial humano y los recursos utilizados, para obtener el producto deseado con minimo empleo de recursos”.

Se concibe es concepto, como el principio que permite la relación optima entre los recursos que se utilizan y los productos que se obtienen, y que, simultáneamente, hace posible que el trabajador se siente realizado mediante un sentimiento de logro y de plena participación. Perez, (2010, p. 127).

Según Koontz, Weihrich, & Cannice., (2012, p. 14), “Eficiencia es alcanzar los fines con el mínimo de recursos”.

## **EFICACIA**

Según Hernandez & Pulido, (2011, p. 04), “Es el cumplimiento de metas, propósito u objetivos”.

Según Certo, (2001, p. 104), “Dado que los gerentes utilizan sus recursos, deben luchar para ser tan eficaces como eficientes. La eficacia administrativa se refiere al uso de los recursos que hace la administración para cumplir las metas de la organización”.

Según Certo, (2001, p. 09): “Se refiere al uso de los recursos que hace la admnistracion para cumplir las metas de la organización”.

La eficacia, si las organizaciones están usando sus recursos para cumplir sus metas, se dice que los gerentes son eficaces. En realidad, sin embargo, hay grados de eficacia administrativa. Entre más cerca este una organización de alcanzar sus metas, se considera más eficaces a sus gerentes y a la organización social.

## **1.2.- EL PROBLEMA.**

### **1.2.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.**

Según cifras oficiales, de los 220 mil establecimientos existentes, solo 65,891 corresponden a la categoría de restaurantes categorizados (de uno a cinco tenedores). Y lo que es peor, de ese total apenas el 1.2%, es decir 800 locales, cuentan con la acreditación del programa Restaurantes Saludables, que lidera el Ministerio de Salud (MINSA). Cabe señalar que un estudio realizado por la Dirección de Salud IV (DISA IV) reveló que el 94.7% de los restaurantes inspeccionados incumplen las

condiciones higiénico sanitarias adecuadas para la manipulación y preparación de alimentos brindando mala calidad de servicio al consumidor, con ello va la incrementación de reclamos en OSIPTEL con una cifra de 15,6 % solo en sector restaurantes.

En el distrito de Barranca, este rubro se ha visto opacado por varias problemas como la informalidad, no existe planeación empresarial, falta de capacitación de colaboradores, incumplimiento de condiciones higiénicas, sin embargo, estos problemas no son los únicos que viene incomodando a los clientes de los restaurantes de Barranca, existe un principal problema que es la pésima calidad de servicios.

### **1.2.2. ANTECEDENTES.**

Bancayan & Blanco, (2010, pp. 03, 09, 99), Título: “Propuesta de mejora en la Gestión de una cadena de Restaurantes”, Tesis para optar el título de Ingeniero de Producción– Universidad Simón Bolívar – Sartenejas- Venezuela, el objetivo de la tesis es “Diseñar un sistema de gestión ambiental para una cadena de restaurantes utilizando la metodología de las normas ISO 14000”, la metodología de la investigación fue sugerida por las normas ISO 14000: entrevistas, encuestas comensales, observación directa, el autor concluye que la ecoeficiencia va de la mano con la disminución de los impactos ambientales generados por los procesos productivos.

Castaño, (2013, pp. 19, 43, 112) , Título: “Modelo de Gestión Administrativa para el Restaurante Granada en la Ciudad de Cali”, Tesis Para optar por el Título de Administrador en Empresas, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali-Colombia, el objetivo de la tesis es elaborar un modelo de Gestión Administrativa para el restaurante Charly Granada en la ciudad de Cali, La metodología de la investigación fue de tipo descriptiva, y se empleó el método deductivo, la conclusión que llego el investigador es la disminución de afluencia de clientes del restaurante Charly Granada en la ciudad de Cali, según los resultados de las encuestas realizadas a los clientes, pudo haber sido causado por descuidar algunos aspectos del restaurante dentro de los cuales se encuentran los siguientes: En algunos casos el sabor y la presentación de los platos, las porciones de los platos, la temperatura de los platos, la relación calidad-precio y cantidad-precio, temperatura del lugar.

Garces, (2013, pp. 23, 39, 87), Titulo: “Plan De Mejoramiento de la Gestión Administrativa, Operativa y Contable del Restaurante y Comidas Rápidas 102 Perros”, Tesis Para optar por el Título de Administrador en Empresas, Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali-Colombia, el objetivo de la tesis fue plantear una propuesta para mejorar la gestión de mercadeo, administración, operación y contable del restaurante y comidas rápidas 102 Perros de la ciudad de Cali, la metodología empleada a la investigación fue una publicación descriptiva, analítica y explicativa, el investigador llego a la conclusión dando su propuesta para que el Restaurante 102 perros en calidad, mejore su gestión administrativa son mecanismos para medir la satisfacción de los clientes, mecanismos de selección e inducción de los niveles del restaurante, mecanismos de participación de los empleados del restaurante, mecanismos formales de comunicación de decisiones del propietario del negocio, mecanismos de sugerencias, logística e infraestructura.

### **1.2.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

¿Cuál es el nivel de gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018?

#### 1.2.4. OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE

TABLA N° 01

#### VARIABLE GESTION ADMINISTRATIVA

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
GESTIÓN EMPRESARIAL	PLANEACION	Acciones de corto plazo
		Acciones de mediano plazo
		Acciones de largo plazo
	ORGANIZACION	Estructura
		división de trabajo
		cobertura de la gerencia
	DIRECCION	liderar
		motivar
		comunicarse
	CONTROL	Medir el rendimiento
		Comparar el rendimiento con los estándares
		Aplicar la acción correctiva

#### 1.3. HIPOTESIS.

No plantearé hipótesis, porque estamos trabajando con una investigación del nivel descriptivo.

#### 1.4. OBJETIVOS.

##### 1.4.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar el nivel de gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.

##### 1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICO.

Conocer el nivel de planeación en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.

Explicar el nivel de organización en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.

Determinar el nivel de dirección en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.

Conocer el nivel de control en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.

## CAPITULO II: METODOLOGIA

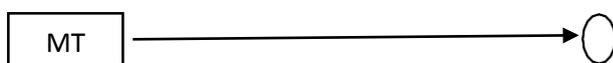
### 2.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

#### A.- TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación que se empleo es Aplicada.

#### B.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

El diseño de investigación es No experimental, descriptivo, transversal simple porque permitirá describir aquellos problemas que están afectando el contexto y en base a ello plantear alternativas de solución.



Donde

O : Liderazgo gerencial

MT : Población

### 2.2. POBLACION Y MUESTRA

#### 2.2.1. POBLACIÓN

La población está constituida por los representantes de los restaurantes del distrito de Barranca, que suman aproximadamente 380 personas o representantes de empresas auto gestionadas.

#### 2.2.2. MUESTRA.

En este caso se aplicará el muestreo probabilístico mediante la técnica del muestreo aleatorio simple. Para obtener el tamaño de la muestra, aplicamos la siguiente formula de cochran´s:

Dónde:

- n : Es el tamaño de la muestra.
- $Z^2$  : Es el nivel de confianza: 1.96 (95% nivel de confianza).
- N : Es el tamaño de la población seleccionada: Población muestral 500 unidades de análisis.
- $p=q$  : Es la probabilidad de éxito o no éxito: 50%.

- $d^2$  : Es el error muestral  $(0.05)^2$

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{380 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.0025)^2 \times (380 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{364.80}{0.9475 + 0.96} = 191.25$$

A la vez se aplicará la muestra reajustada:

$$n = \frac{n}{1 + n/N}$$

$$n = \frac{191}{1 + 191/380}$$

$$n = 127$$

El resultado de la fórmula probabilística para muestras finitas arroja que son 191 representantes y con la muestra reajustada se tiene un total de 127 unidades de análisis de los Restaurantes del distrito de Barranca.

## 2.3. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 2.3.1. TÉCNICAS:

#### ENCUESTA

Es una técnica que se va emplear con las preguntas en forma escrita a una muestra poblacional de los restaurantes del distrito de Barranca- 2018, con la finalidad de obtener informaciones referentes al objeto de investigación.

Documental: la investigación se realizó con apoyo de libros, fuentes bibliográficas, ficha de comentarios e ideas personales.

### 2.3.2. INSTRUMENTO:

#### CUESTIONARIO

Es un instrumento formulado con un listado de preguntas estandarizadas y estructuradas para encuestar a los colaboradores de los restaurantes de Barranca, para obtener información necesaria.

## RESULTADOS.

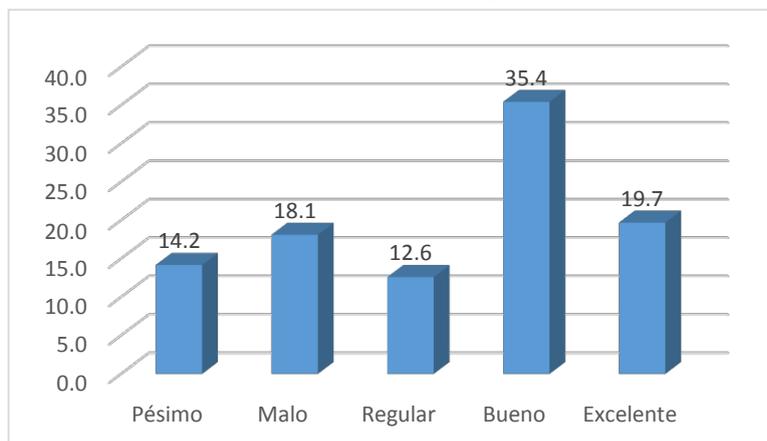
### a.- Variable: Gestión Administrativa.

**TABLA N° 02**  
**Tabla de frecuencia de la variable Gestión Administrativa**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	18	14.2
Malo	23	18.1
Regular	16	12.6
Bueno	45	35.4
Excelente	25	19.7
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia.

**FIGURA N°01**  
**Grafica de frecuencia de la variable Gestión Administrativa**



Fuente: elaboración propia.

### Interpretación

En la tabla N° 02 Figura N° 01, se observa sobre la variable gestión empresarial, que 41 encuestados que equivale a 33.3%, respondieron que la gestión administrativa es pésimo o malo, 35,4% respondieron que es bueno, 19,7%. Respondieron que es excelente, mientras que 12.6%, respondieron que la gestión administrativa es regular.

**b.- Dimensión: Planeación.**

**TABLA N° 03**

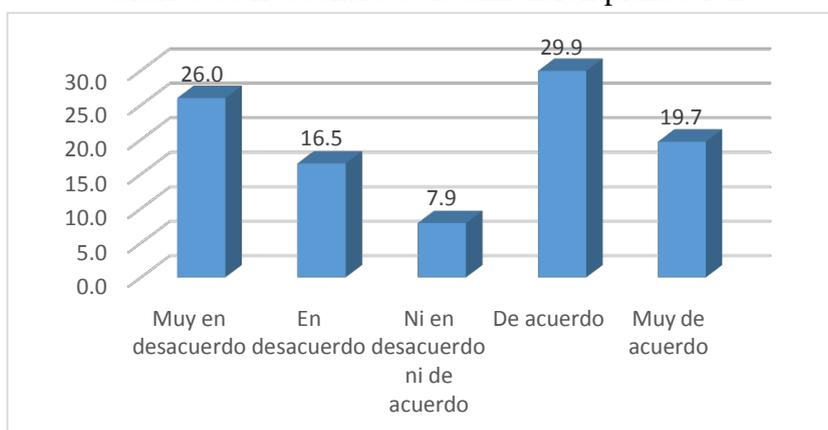
Tabla de frecuencia de la dimensión planeación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	33	26.0
En desacuerdo	21	16.5
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	10	7.9
De acuerdo	38	29.9
Muy de acuerdo	25	19.7
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia.

**FIGURA N°02**

Grafica de frecuencia de la dimensión planeación



Fuente: elaboración propia.

**Interpretación**

La tabla N° 03 figura N°02, nos muestra que 54 encuestados que equivale a 44.10% respondieron que están en desacuerdo o muy en desacuerdo con la planeación, 29.9% están de acuerdo, 19.7 muy de acuerdo y 7.9% están ni en desacuerdo ni de acuerdo.

**c.- Dimensión: Organización.**

**TABLA N° 04**

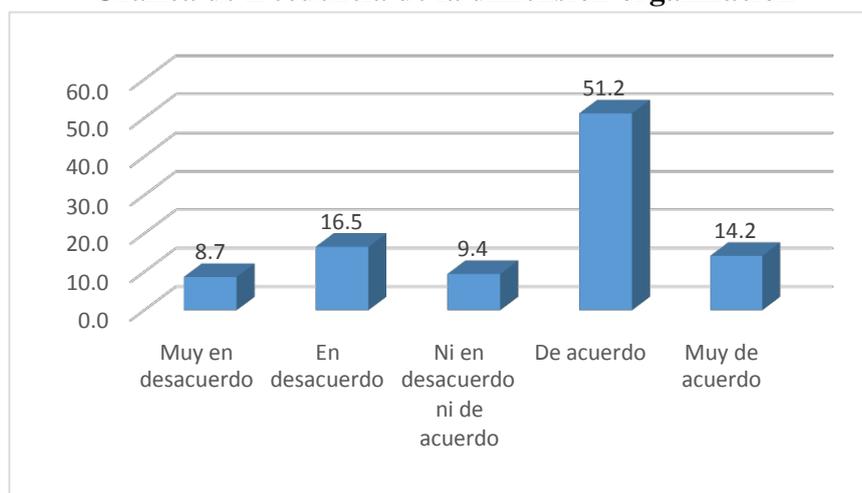
**Tabla de frecuencia de la dimensión organización**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	11	8.7
En desacuerdo	21	16.5
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	12	9.4
De acuerdo	65	51.2
Muy de acuerdo	18	14.2
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia.

**FIGURA N°03**

**Grafica de frecuencia de la dimensión organización**



Fuente: elaboración propia.

**Interpretación**

En la tabla N° 04 Figura N° 03, muestra que 25.2% están en desacuerdo o muy en desacuerdo con la organización, el 51.2% están de acuerdo, el 14.2% están muy de acuerdo, el 9,4% están ni en desacuerdo ni de acuerdo.

**d.- Dimensión: Dirección.**

**TABLA N° 05**

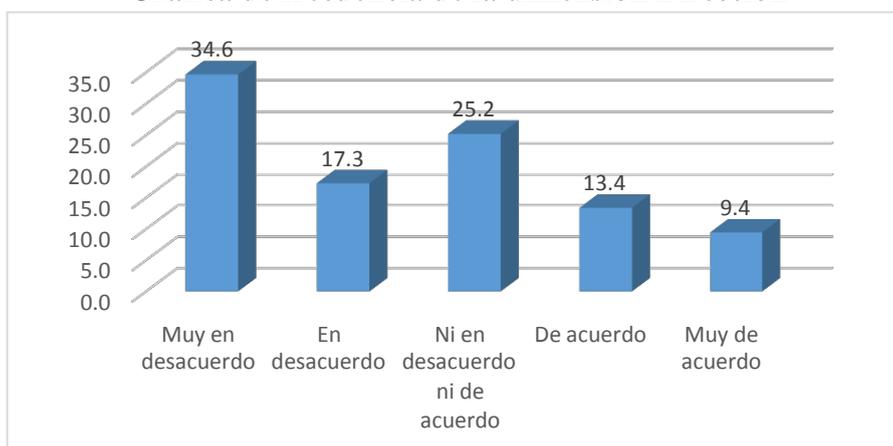
**Tabla de frecuencia de la dimensión dirección**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	44	34.6
En desacuerdo	22	17.3
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	32	25.2
De acuerdo	17	13.4
Muy de acuerdo	12	9.4
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia.

**FIGURA N°04**

**Gráfica de frecuencia de la dimensión Dirección**



Fuente: elaboración propia.

**Interpretación**

La tabla N° 05, figura N°04, nos muestra que el 34.60% respondieron que están muy en desacuerdo con la dirección en los restaurantes, el 17.3% están en desacuerdo, el 25.2% no están en desacuerdo ni de acuerdo, el 13.4% están de acuerdo y el 9.4% están muy de acuerdo.

**e.- Dimensión: Control.**

**TABLA N° 06**

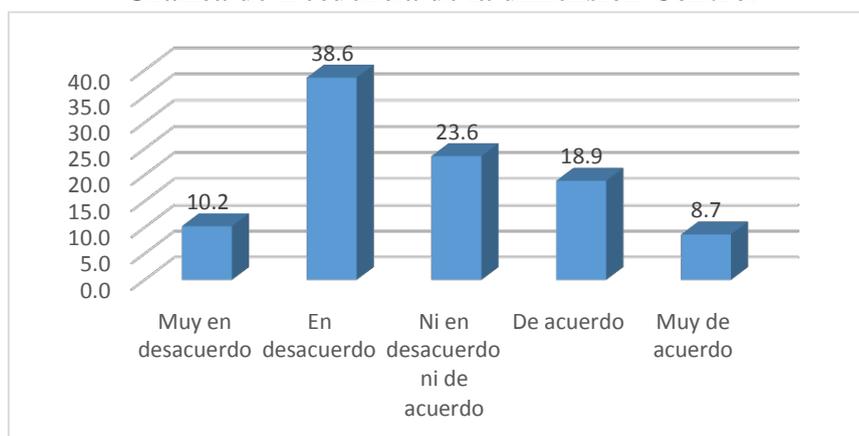
**Tabla de frecuencia de la dimensión Control**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	13	10.2
En desacuerdo	49	38.6
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	30	23.6
De acuerdo	24	18.9
Muy de acuerdo	11	8.7
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia.

**FIGURA N°05**

**Grafica de frecuencia de la dimensión Control**



Fuente: elaboración propia.

**Interpretación**

La tabla N° 06, figura N°05, nos muestra que el 38.6% respondieron que están en desacuerdo con el control, el 23.6% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18.9% están de acuerdo, el 10.2% están muy en desacuerdo y el 8.7% están muy de acuerdo.

### **CAPITULO III: ANALISIS Y DISCUSIÓN.**

En la tabla N° 02, figura N° 01, se puede observar que para el 35.4% de los representantes de los restaurantes la gestión administrativa en los restaurantes es buena y para el 19.7%, la gestión administrativa es excelente, y solamente para el 12.6% de los representantes, la gestión administrativa es regular, seguido por un 18.1% de los representantes que opinan que el liderazgo es malo y el 14.2%, opinan que la gestión empresarial es pésima. Como afirman Hernández y Pulido (2011, p.3) la gestión y la administración guardan una relación estrecha. La gestión, por un lado, implica conocer el entorno, conceptualizarlo y generar las directrices estratégicas; a su vez, se requiere que la administración contribuya a la organización interna.

En el análisis estadístico, en la tabla N° 03, figura N° O2, se puede observar que para el 49.6% de los representantes de los restaurantes están de acuerdo o muy de acuerdo con la aplicación de la planeación y para el 42.5%, de los restaurantes están muy en desacuerdo o en desacuerdo y solamente para el 7.9% de los representantes están ni en desacuerdo ni de acuerdo. Como afirma Koontz y Weihrich (2003), La planeación implica seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones necesarias para cumplirlas, y requiere por lo tanto de la toma de decisiones, es decir, de adoptar entre diferentes cursos de acción futuro. De este modo, los planes constituyen un método racional para el cumplimiento de los objetivos preestablecidos.

En el análisis estadístico, en la tabla N° 04, figura N° 03, se observa que para el 51.2% de los representantes están de acuerdo con la organización en los restaurantes, y para el 14.2% están muy de acuerdo con la organización, frente al 16.5% de los representantes que no están en desacuerdo, seguido por el 9.4% que no están ni en desacuerdo ni de acuerdo y el 8.7% de los restaurantes están muy en desacuerdo con la organización. Como afirma Koontz y Weihrich (2003), la organización es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa, es decir, garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para el cumplimiento de metas.

En el análisis estadístico, en la tabla N° 05, figura N° 04, se puede observar que para el 13.4% de los representantes están de acuerdo con la dirección, el 9.4% de los representantes están muy de acuerdo con la dirección, frente al 34.6% de los representantes están muy en desacuerdo con la dirección, seguido por el 25.2% de los representantes que

están ni en desacuerdo ni de acuerdo, finalmente el 17.3% de los representantes opinaron que están en desacuerdo con la dirección. En esa misma línea Dubrin (2000), indica que dirección es también llamado liderazgo, que es la capacidad de influir y ejercer la autoridad sobre los demás, con la ambición de alcanzar las metas de la institución; por lo tanto radica en dosificar energía, dirigir, activar e inducir a terceros.

En el análisis estadístico, en la tabla N° 06, figura N° 05, se observa que el 18.9% de los representantes están de acuerdo con el control en los restaurantes, el 8.7% de los representantes opinan que están muy de acuerdo con el control que se aplica en la empresa, frente al 38.6% de los representantes que opinan que están en desacuerdo, seguido por el 23.6 opinan que están ni en desacuerdo ni de acuerdo y el 10.2% opinan que están muy en desacuerdo con el control. En esa misma línea Hernández y pulido. (2011).El propósito del control es mantener a la empresa u organización en el equilibrio deseado de ingresos, egresos, utilidades, producción, calidad de sus productos.

## CONCLUSIONES

Se concluye que solamente para el 55.1% de los representantes de los restaurantes la gestión administrativa es buena o excelente, esto significa que no todos los representantes de los restaurantes están socializados o conocen que los factores importantes para gestionar en la empresa, son la planeación, organización, dirección y control, dado que cada uno de ellos cumple un factor preponderante en el crecimiento sostenido de las organizaciones.

Solamente el 49.6% de los representantes de los restaurantes están de acuerdo o muy de acuerdo con la planeación, esto significa que no se aplica de manera adecuada los factores que son propios de la planeación, tales como plantearse la visión, misión, objetivos, metas, estrategias, para el desarrollo de sus actividades, las cuales les permitirá lograr ser competitivos en el mercado.

Se concluye que el 65.4% de los representantes están muy de acuerdo o de acuerdo con la organización, por lo que se deduce que no todos definen adecuadamente la estructura de la empresa, no dividen adecuadamente el trabajo, lo cual permitiría tener colaboradores especializados, con mayor capacidad para desarrollar sus actividades.

Se concluye que solamente para el 22.8% de los representantes están de acuerdo o muy de acuerdo con la dirección, por lo que se deduce que la gestión con liderazgo, la motivación, la comunicación no se aplica en todos los restaurantes, siendo estos factores importantes para el empoderamiento de los colaboradores, lograr que se identifiquen con la empresa y permitan el desarrollo sostenido de la misma.

Solamente el 27.6% de los representantes de los restaurantes están de acuerdo o muy de acuerdo con el control, demostrando de esta manera que no se aplican mecanismos adecuados de control de las actividades planteadas, por lo que no les permita saber con certeza si se desarrollaron o se cumplieron de acuerdo al tiempo y cantidad adecuada, factor importante para desarrollar las actividades con eficiencia y eficacia.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los gobiernos locales que dentro de su plan de desarrollo concertado, planteen también como estrategia de crecimiento económico sostenido, dotar de capacidades a los representantes de los restaurantes, las cuales se lograraran a través de las capacitaciones en temas de gestión administrativa. Del mismo modo a los representantes de los restaurantes, profesionalizar su gestión a través de la obtención de conocimientos en gestión administrativa.

Desarrollar sus actividades debidamente planificadas con crecimientos a corto, mediano y largo plazo, del mismo modo internalizar todas las actividades planificadas para que les permita conocer a cada uno de los involucrados en la empresa las actividades que deben realizar para lograr el éxito.

Deberán desarrollar una estructura organizacional de acuerdo a su realidad , dividir adecuadamente el trabajo que se realizaran y seleccionar el personal de acuerdo al perfil de cada área específica, esto permitirá que los colaboradores se desempeñen de manera adecuada.

El representante de los restaurantes debe ser un líder, debe ser una persona que influya positivamente en sus colaboradores, una persona que guie a sus colaboradores, que tenga la predisposición para escuchar sugerencias y de ser necesarios tomarlos en cuenta en la toma de decisiones, deberá motivar a sus colaboradores, esto les permitirá en sentido de pertinencia con la empresa.

Los representantes de la empresa deben desarrollar estrategias de control permanente en la empresa, Los controles se deben dar en todas las áreas, sean gerenciales, financieras, administrativas, logísticas, de producción entre otras.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Cassini, R (2008). *Definición de modelo de gestión - Qué es, Significado y Concepto*. [Documento en línea de modelo-de-gestión. España]. Disponible en <http://www.google.co.ve/search/definicion+de+modelo+de+gestion.pdf>.
- Dubrin, A. (2000). *“Fundamentos de Administración”*. México, Editorial Thomson.
- Gitman, L (1986) *Fundamentos de Administración Financiera*. México. Harper & Row Latinoamericana.
- Hernández, S. (1994). *Introducción a la Administración*, México: Editorial McGraw- Hill.
- Hernández, S y Pulido, A. (2011). *Fundamentos de Gestión empresarial, enfoque basado en competencias*, Primera Edición. México: Editorial McGraw Hill.
- Koontz, H y Weihrich, H, (2003), *Administración una perspectiva global*, 12ª Edición. México: McGraw-Hill.
- Mercado, H (2001), *Administración aplicada, Teoría y práctica*. Segunda Parte. 2ª edición. México, Limusa S.A.
- Megginson, León y otros (1996) *“Administración: conceptos y aplicación”*. México, Editorial CECSA.
- Newman, W y Warren, H (1996), *Administración Dinámica*. México, Editorial Diana.
- Pérez, M. (2010). *Diccionario de administración*. Sexta Edición. Perú: Editorial San Marcos
- Reyes, A. (1976). *Administración de Empresas*. México: Editorial Limusa.
- Reyes, A (1996), “Administración Moderna “ México: Editorial Limusa.
- Ritchie et al. (2013). *Ganadería de Doble Propósito: Propuesta para Pequeños Productores Colombianos*. lima: ESAN.
- Robbin, & Coulter. (2005). *Administración*. Mexico: Pearson Educación.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2010). *Administración* (10ª Ed.). México, D.F.: Pearson Educación
- Stoner, J (1996) *Administración*. Editorial Prentice Hall Hispanoamérica. México
- Sosa, F (1995) *Administración I*. Guatemala. Editorial Universidad Rafael Landívar.
- Terry, G. (1976), *Principios de la Administración*. México: Cecs.

- Taylor, R. (2002). *La confianza en uno mismo*, Madrid: Editorial Edaf. S.A.
- Valderrama, S y León, L. (2009), *Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica*. Primera Edición, Editorial San Marcos, Perú.
- Valencia, P. (2008). *Estilos gerenciales y satisfacción laboral*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, tesis de maestría.
- Weinberger, K (2009), *Plan de Negocios*. [OnLine]. Disponible en: [http://www.crecemype.pe/portal/imagenes/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/imagenes/stories/files/plan_negocios.pdf).
- Zarazua, G (2012), *La importancia de la gestión empresarial para el cambio organizacional en una empresa del sector de la industria hidráulica*, tesis para obtener el grado de Maestro en Administración, Universidad autónoma de Querétaro, Querétaro.
- Zúñiga, J (2015), *Las Pymes y la economía peruana*. Disponible en <http://larepublica.pe/impresa/economia/1409-las-pymes-y-la-economia-peruana>

## ANEXOS Y APENDICES

### ANEXO 1.

#### OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>GESTIÓN EMPRESARIAL</b>	<b>PLANEACION</b>	Acciones de corto plazo
		Acciones de mediano plazo
		Acciones de largo plazo
	<b>ORGANIZACION</b>	Estructura
		división de trabajo
		cobertura de la gerencia
	<b>DIRECCION</b>	liderar
		motivar
		comunicarse
	<b>CONTROL</b>	Medir el rendimiento
		Comparar el rendimiento con los estándares
		Aplicar la acción correctiva

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA.**

<b>TÍTULO DEL PROYECTO:</b>					
<b>“GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LOS RESTAURANTES DEL DISTRITO DE BARRANCA – 2018”</b>					
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>POBLACION Y MUESTRA</b>	<b>TIPO Y DISEÑO</b>	<b>TECNICA INSTRUM</b>
¿Cuál es el nivel de gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018?	<p>Determinar el nivel de gestión administrativa en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p> <p>Conocer el nivel de planeación en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.</p> <p>Explicar el nivel de organización en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.</p> <p>Determinar el nivel de dirección en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.</p> <p>Conocer el nivel de control en los restaurantes del distrito de Barranca, 2018.</p>	No nos plantearemos hipótesis dado que estamos trabajando con una investigación del nivel descriptivo.	<p><b>POBLACIÓN</b></p> <p>380 personas o representantes de los restaurantes</p> <p><b>MUESTRA</b></p> <p>127 representantes de las empresas autogestionadas</p>	<p><b>TIPO DE INVEST.</b></p> <p>Descriptivo</p> <p><b>DISEÑO.</b></p> <p>No experimental, transversal</p>	<p><b>TECNICA</b></p> <p>Encuesta</p>

