

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**LA GESTION EMPRESARIAL EN LOS RESTAURANTES  
CAMPESTRES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018.**

**AUTORA:**

Bach. Álvarez Torres, Cyntia Araceli.

**ASESORA:**

Dr. Isaías Armando Montenegro Cabrera.

**Cajamarca – Perú**

**2019**

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**LA GESTION EMPRESARIAL EN LOS RESTAURANTES  
CAMPESTRES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018.**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el  
Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

**AUTORA:**

Bach. Álvarez Torres, Cyntia Araceli.

**ASESOR:**

Mg. Isaías Armando Montenegro Cabrera.

**Cajamarca – Perú**

**2019**

**COPYRIGHT © 2019 by**  
**Álvarez Torres, Cyntia Araceli.**  
**Todos los derechos reservados**

## **PRESENTACIÓN**

### **SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO DICTAMINADOR:**

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, sometemos a su evaluación y elevado criterio profesional la presente investigación intitulada: “LA GESTION EMPRESARIAL EN LOS RESTAURANTES CAMPESTRES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018”.

Es propicia esta oportunidad para manifestar nuestro sincero reconocimiento a nuestra Alma Mater y a toda su plana docente, que con su capacidad y buena voluntad contribuyeron a nuestra formación profesional.

Señores miembros del jurado, dejamos a su disposición la presente investigación para su evaluación y sugerencias.

Cajamarca, diciembre del 2019.

-----  
Álvarez Torres, Cyntia Araceli.

Bach. Administración de Empresas.

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y**

**ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**

**EMPRESAS**

**APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL**

**LA GESTION EMPRESARIAL EN LOS RESTAURANTES CAMPESTRES**

**DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2018.**

**JURADO EVALUADOR**

-----

(PRESIDENTE)

-----

(MIEMBRO)

-----

(MIEMBRO)

## **DEDICATORIA**

### ***A DIOS***

Por haberme dado la vida y no conformándose con eso, me dio fortaleza, sabiduría y me protegió durante todos estos años para llegar hasta este período tan importante de mi formación profesional y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor; muestra de ello es la conclusión de esta carrera que sin duda es el comienzo de muchos anhelos.

**Cyntia.**

## **AGRADECIMIENTO**

A mi madre Carmen, mi papá Oswaldo, mis hermanos Gisela, Stefany, Karina, Evelin, Kenny, Itmy y Dariana, mi mamita Aurora, mis sobrinos y mi familia por ser mi pilar de apoyo y mayor fuente motivación.

A todos los restaurantes que me apoyaron brindándome toda la información que necesitaba y darme todas las facilidades de sus empresas.

A mi asesor Armando por apoyarme incondicionalmente en esta etapa, por ser mi guía para seguir adelante.

A mis docentes que me enseñaron durante toda mi carrera profesional por sus enseñanzas, valores y experiencias para poder llegar a logarme profesionalmente.

A mi querida Universidad Antonio Guillermo Urrelo, por abrirme las puertas para poder culminar mi carrera profesional, brindarme oportunidades, tener visión, misión y metas para mi futuro profesional.

**Cyntia.**

## **RESUMEN**

En la vigente investigación tiene como problema central ¿De qué manera la Gestión Empresarial influye en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca?

En la investigación justificare la Implicancia social. La Gestión Empresarial aporta mucho lo cual es una gran ayuda para los turistas, clientes, proveedores y también para los colaboradores de las organizaciones. Implicancia teórica. Las Mypes debe ser manejada como modelo de la Gestión Empresarial y de esa forma apoyar el crecimiento de las organizaciones o empresas en el Distrito de Cajamarca.

Implicancia práctica. La Gestión Empresarial en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca se ejecuta con el propósito de encontrar las diferentes dificultades en la empresa de la localidad. El trabajo de investigación puede ser aprovechado como prototipo de la Gestión Empresarial y de ese modo contribuir al crecimiento de las organizaciones de restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca.

Como Objetivo general es Determinar si la Gestión Empresarial influye en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, 2018.

El vigente trabajo de investigación va ser de mucha ayuda tanto para los restaurantes, turistas y para las personas que quieran indagar un poco más sobre el asunto de Gestión Empresarial en los restaurantes campestres. Y así mismo ver el progreso de los restaurantes del distrito. Se utilizó instrumentos tales como Entrevista, Encuesta, Excel y el programa SPS 21.

En conclusión, se puede decir que la Gestión Empresarial influye mucho en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, 2018. Ya que lo desarrollan de una buena manera.

**Palabras claves:** Gestión Empresarial, Modelo Administrativo, Estrategia, Gestión, Restaurantes campestres, Restaurant, Empresa.

## **ABSTRACT**

The current investigation has as a central problem, In what way Business Management influence country restaurants in the Cajamarca District?

In the investigation I will justify the social implication. The Business Management contributes a lot which is a great help for tourists, clients, suppliers and also for the collaborators of the organizations. Theoretical implication. The Mypes must be managed as a model of Business Management and this way support the growth of organizations or companies in the Cajamarca District.

Practical implication. Business Management in country restaurants in the Cajamarca District is carried out with the purpose of finding the different difficulties in the local business. The research work can be used as a prototype of Business Management and thus contribute to the growth of country restaurant organizations in the Cajamarca District.

As a general objective is to determine if Business Management influences country restaurants in the Cajamarca District, 2018.

The current research work is going to be very helpful both for restaurants, tourists and for people who want to investigate a little more about the matter of Business Management in country restaurants. And also see the progress of the restaurants in the district. Instruments such as Interview, Survey, Excel and the SPS 21 program were used.

In conclusion, it can be said that Business Management greatly influences country restaurants in the Cajamarca District, 2018. Since they develop it in a good way.

**Key words:** Business Management, Administrative Model, Strategy, Management, Country restaurants, Restaurant, Company.

# Indices

|  |      |
|--|------|
| <b>PRESENTACIÓN</b> .....                              | iv   |
| <b>DEDICATORIA</b> .....                               | vi   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....                            | vii  |
| <b>RESUMEN</b> .....                                   | viii |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                  | x    |
| <b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....                           | 1    |
| 1.1. Planteamiento del Problema de Investigación ..... | 1    |
| 1.2. Formulación del Problema .....                    | 8    |
| 1.2.1. Problema General.....                           | 8    |
| 1.2.2. Problemas Específicos .....                     | 8    |
| 1.3. Justificación de la Investigación .....           | 9    |
| 1.4. Objetivos .....                                   | 10   |
| 1.4.1. Objetivo General .....                          | 10   |
| 1.4.2. Objetivos Específicos .....                     | 10   |
| 1.4.1. Operacionalización de Variables.....            | 9    |
| <b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....                          | 12   |
| 2.2.1. Gestión:.....                                   | 19   |
| 2.2.2. Empresa.....                                    | 19   |
| 2.2.3. Gestión Empresarial .....                       | 20   |
| Objetivos .....  | 21   |
| Misión .....   | 22   |
| Visión .....   | 22   |
| Valores .....  | 22   |
| <b>b. La Organización:</b> .....                       | 23   |
| <b>e. MÉTODOS O ESTRATEGIAS</b> .....                  | 33   |
| <b>f. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....                 | 37   |
| <b>g. CONCLUSIONES</b> .....                           | 49   |
| <b>h. RECOMENDACIONES</b> .....                        | 50   |
| <b>i. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....             | 52   |
| <b>ANEXOS</b> .....                                    | 57   |

## LISTA DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura N° 01:</b> Estrategias de su empresa.....          | 45 |
| <b>Figura N° 02:</b> Objetivos de su empresa.....            | 46 |
| <b>Figura N° 03:</b> Misión de su empresa.....               | 69 |
| <b>Figura N° 04:</b> Visión de su empresa.....               | 70 |
| <b>Figura N° 05:</b> Valores de su empresa.....              | 71 |
| <b>Figura N° 06:</b> Manuales de su empresa.....             | 72 |
| <b>Figura N° 07:</b> Reglamento de su empresa.....           | 48 |
| <b>Figura N° 08:</b> Organigrama de su empresa.....          | 49 |
| <b>Figura N° 09:</b> Perfiles de su empresa.....             | 73 |
| <b>Figura N° 10:</b> Toma de decisiones de su empresa.....   | 51 |
| <b>Figura N° 11:</b> Motivación de su empresa.....           | 52 |
| <b>Figura N° 12:</b> Comunicación de su empresa.....         | 74 |
| <b>Figura N° 13:</b> Producción de su empresa.....           | 53 |
| <b>Figura N° 14:</b> Logística de su empresa.....            | 75 |
| <b>Figura N° 15:</b> Procesos que desarrolla su empresa..... | 76 |
| <b>Figura N° 16:</b> Marketing de su empresa.....            | 77 |
| <b>Figura N° 17:</b> Finanzas de su empresa.....             | 54 |

## LISTA DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla N°1:</b> Operacionalización de variables.....                       | 9  |
| <b>TABLA N°2.</b> Restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, 2018... | 41 |
| <b>Tabla N°3.</b> Estrategias en la organización.....                        | 45 |
| <b>Tabla N°4.</b> Objetivos de su empresa.....                               | 46 |
| <b>Tabla N°5.</b> Reglamento de su empresa.....                              | 48 |
| <b>Tabla N° 6.</b> Organigrama de su empresa.....                            | 49 |
| <b>Tabla N° 7.</b> Toma de decisiones en su organización.....                | 50 |
| <b>Tabla N° 8.</b> Motivación en su empresa.....                             | 51 |
| <b>Tabla N° 9.</b> Producción en su empresa.....                             | 53 |
| <b>TablaN°10.</b> Toma de decisiones en su empresa.....                      | 54 |
| <b>Tabla N°11.</b> Misión de su empresa.....                                 | 68 |
| <b>Tabla N°12.</b> Visión de su empresa.....                                 | 70 |
| <b>Tabla N°13.</b> Objetivos de su empresa.....                              | 71 |
| <b>Tabla N°14.</b> Manuales de su empresa.....                               | 72 |
| <b>Tabla N° 15.</b> Perfiles de sus colaboradores.....                       | 73 |
| <b>Tabla N° 16.</b> Comunicación en su empresa.....                          | 74 |
| <b>Tabla N° 17.</b> Logística en su empresa.....                             | 75 |
| <b>Tabla N° 18.</b> Procesos que desarrolla su empresa.....                  | 76 |
| <b>Tabla N° 19.</b> Marketing que viene desarrollando Su empresa.....        | 77 |

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Planteamiento del Problema de Investigación

Giovanni, (2012). A partir de observar que es indispensable la enseñanza de los dispositivos y procesos internos que crecen en las organizaciones, el contexto confuso en el que se desenrollan y las interacciones entre estos 2 ámbitos, se prescribe el presente proyecto de investigación. Este se pronuncia dentro de la línea de Estudios Organizacionales del Doctorado en Ciencias de la Dirección de la Facultad de Administración de la Universidad del Rosario en Colombia. Este documento muestra la fundamentación conceptual del proyecto, sus ámbitos operativos y alcances, así como la metodología general de compromiso y la articulación con otras áreas de actividad en la Universidad. La finalidad esencial de este proyecto La propósito esencial de este proyecto es poder indagar los procesos y mecanismos que ocurren en el ámbito interno de las empresas o unidades de producción, y respecto a condiciones del entorno. Los elementos internos de las organizaciones son los que implican en características propias de perdurabilidad, innovación, manejo estratégico, adaptación creativa y aportación de valores agregados a las unidades de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Se observa que es solamente en las unidades de las unidades productivas o compañías en donde se produce estrictamente la riqueza para la sociedad humana. En tal virtud, las condicionantes del entorno –tales como aspectos sociales generales, políticos, macroeconómicos, de vínculos internacionales y de políticas públicas– pueden auxiliar o bien obstaculizar el logro real de las potencialidades que ofrecen las empresas o unidades de producción. Estos elementos del entorno son concluyentes en la persistencia, acomodación y, en general, perdurabilidad de las organizaciones, además del éxito que ellas puedan mostrar.

Pinos, (2019). El proyecto se basó en la gestión empresarial y competitividad de la compañía Cohervi S.A. del cantón Milagro. El objetivo de la investigación es formular estrategias de Gestión Empresarial para optimar la Competitividad de la empresa Cohervi S.A. del Cantón Milagro, Provincia del Guayas, año 2019. La importancia de implantar una correcta gestión empresarial es una necesidad para lograr una mayor eficacia y rentabilidad. La aplicación de una mejor administración en los procesos permite obtener distintos beneficios que contribuye a la mejora de las actividades de cada área dentro de una organización, de acuerdo a una correcta gestión empresarial beneficia en gran medida con el éxito de una compañía. Teniendo como finalidad formular estrategias de mejora por parte de la alta dirección, en la indagación de optimizar su entorno empresarial excelentemente competitivo. El diseño de la investigación fue de tipo no experimental debido a que no se necesitó de experimento alguno para su desarrollo, así mismo fue de carácter descriptivo, explicativo y exploratorio, cuyo diseño metodológico es de tipo cualitativo, considerando los aportes e investigaciones de diferentes temperamentos que han facilitado la asimilación del tema investigado. La aplicación de la población estuvo conformada por una unidad de análisis dirigida a la compañía Cohervi S.A, por lo tanto, no ha sido requerido cálculo alguno de muestra. Los resultados obtenidos mediante la entrevista dan como efecto proponer un diseño de estrategia de gestión empresarial que fortalezca la competitividad de Cohervi. Se puede lograr exclusivamente a través de una ventaja competitiva que dependerá de muchos aspectos que se deben corregir en todos sus niveles de las organizacionales a fin de contar con una buena gestión que beneficie a la compañía en todos sus campos de labor.

Salazar & Medina, (2017). El desarrollo del reciente trabajo se centra en la excelencia de la gestión empresarial en el ambiente organizacional y empresarial, tres aspectos que se dirigen a llevar a cabo las compañías, en este caso este estudio se centra en las organizaciones agroindustriales y agrícolas, que necesitan un buen Orientación estratégica en cada uno de sus procesos de recepción, revisión, selección, tratamiento para proyectar el producto a una alta calidad. Un factor importante dentro de este estudio es el entorno organizacional que está relacionado con los hechos históricos que han cultivado una compañía, nación o región y que han llevado al monitoreo y la aplicación de las mismas herramientas administrativas sin obtener cambios en las Organizaciones. Complementando con el entorno empresarial, una estrategia que es un beneficio en el desarrollo interno de las compañías agroindustriales y agrícolas es el emprendimiento, ya que es posible generar combinaciones únicas de recursos existentes para lograr resultados excepcionales. El espíritu empresarial hace que las cosas sucedan con excelentes resultados. Actualmente se genera un consenso alrededor de la idea de que las características que definen a un emprendedor no son rígidas sino un conjunto dinámico de habilidades adquiridas que le permiten adaptarse a los ambientes preexistentes, modificarlos y aprovechar las ventajas circunstanciales que surgen, con el fin de generar riqueza para sí mismos o para el crecimiento de una organización.

Sagástegui & Saldaña, (2016). El presente trabajo comprende el análisis del estado de la Gestión Empresarial de una MYPE. La variable se realizó a lo largo del proyecto bajo las dimensiones del Modelo Nacional para la Competitividad. Básicamente, se buscó diagnosticar la gestión empresarial del restaurante “Sal y Pimienta” de Trujillo en el año 2016.

El modelo que se manipuló es un instrumento aplicada al gerente, que tuvo como objetivo recapitar sobre el modelo de negocio de la compañía incidiendo en el desarrollo de sus

capacidades y con esto, provocar el crecimiento y sustentabilidad de la organización. Se tuvo como condición básica que la clave del éxito y la competitividad de la organización se hallan en el progreso de sus capacidades y en la gestión de sus recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos. Luego, con la intención de corroborar lo respondido por el gerente en la entrevista, se usaron encuestas tanto a los clientes como a los colaboradores y, adicionalmente, una ficha de observación. El estado de la gestión empresarial, durante el año 2016, del restaurante “Sal y Pimienta”, de Trujillo, es regular porque a pesar de poseer las oportunidades en el ambiente (boom gastronómico) el gerente no tiene establecidas sus metas a largo plazo, tampoco bien definida su misión y visión; a pesar de contar con una notable fortaleza (la sazón) no genera mayor demanda de sus productos a través de alianzas con otras empresas ni tampoco incursiona adecuadamente con promociones en redes sociales. A todo esto, se debería tener en cuenta la razón de ser del negocio y, a la vez, establecer una visión ambiciosa con fecha límite. Así mismo, considerar el boom gastronómico como una oportunidad que no puede pasar desapercibida, aprovechando la buena sazón como motor principal del restaurante y las competencias con las que cuentan cada uno de sus colaboradores.

Pariona, (2016). La presente indagación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Gestión empresarial y el financiamiento a corto plazo, en la galería Estilo, La Victoria - 2016. La investigación realizada fue de orientación cuantitativo, el método general que se utilizó fue el científico, el de tipo investigación fue básico, de nivel correlacionar, con un diseño no experimental, de corte transaccional. La población estuvo conformada 48 comerciantes de la galería Estilo, La Victoria - 2016. La muestra fue censal porque todos los elementos de la población, conformaron la muestra. La técnica empleada fue la encuesta para la recopilación de datos, se utilizó como instrumentos dos cuestionarios respectivamente, uno para obtener información respecto a la Gestión empresarial y el otro

para recoger información sobre el financiamiento a corto plazo. Los instrumentos de recolección de datos fueron validados mediante el juicio de tres expertos: un metodólogo y dos temáticos, se utilizó instrumentos tales como el Excel y el programa SPS 21.

Castillo, (2017). El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar la influencia que existe entre la gestión empresarial y la competitividad de las MYPEs del centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017. Desde el punto de vista metodológico, nuestra investigación según el grado de abstracción es una investigación aplicada, de diseño no experimental y es de corte transversal. Asimismo, su nivel de estudio corresponde al explicativo – causal. La población estudiada fue de 34 empresarios del centro comercial Covida de Los Olivos. Para analizar los datos se ha utilizado el método estadístico mediante la recopilación de datos, organizarlos datos a través de cuadros y por último se analizaron e interpretaron de manera individual los gráficos estadísticos obtenidos.

Vega González & Cubas Campos, (2017). La investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión empresarial con la competitividad de las asociaciones de productores de leche en el Centro Poblado de Combayo, Distrito La Encañada-Cajamarca. Se considera como unidad de análisis a las asociaciones de productores de leche del Centro Poblado de Combayo. Esto permitió tener una visión integral entre productores, gestión empresarial y competitividad, que han ido, contribuyendo de manera significativa en el desarrollo rural de Centro Poblado de Combayo Cajamarca. Metodológicamente se procedió a diagnosticar el estado de la planeación, organización, dirección y control de la gestión empresarial que presentan las asociaciones de productores de leche del Centro Poblado de Combayo; luego, a examinar el estado de la productividad, organización, localización y generalización que presenta la competitividad en las asociaciones antes mencionadas y, finalmente a contrastar el estado

actual de la relación de la gestión empresarial con la competitividad, precisando como colaboradores informantes a 30 representantes de las asociaciones antes indicadas. Los resultados muestran que, según la correlación de Pearson ( $P\text{-valor} = 0,000 < 0,05$ ), el resultado es significativo al 95% de confianza estadística, se acepta la hipótesis de investigación: existe una relación directa significativa entre la gestión empresarial con la competitividad de las asociaciones de productores de leche en el Centro poblado de Combayo, distrito La Encañada-Cajamarca. La magnitud de esta correlación es de 83,80 % (0,838), correspondiente a una correlación positiva considerable. El coeficiente de determinación ( $R^2$ ) indica que la variable gestión empresarial explica a la variable competitividad en un 70,1 %, el 29,9 % restante se debe a variables extrañas. En este estudio no se buscaron causalidades, solo relación.

Quispe, (2018). El presente trabajo denominado “Influencia de la gestión empresarial en el clima organizacional en empresas del sector hotelero del distrito de Baños del Inca, Cajamarca, 2018”, tiene como objetivo determinar la influencia de la gestión empresarial en el clima organizacional, para cuyo efecto se analiza la situación actual de la gestión empresarial y del clima organizacional, así como se determina la influencia del planeamiento, organización, dirección y control de la gestión empresarial en las dimensiones del clima organizacional, para finalmente, plantear a nivel de propuesta el diseño de un conjunto de estrategias que permitan dar solución a la problemática. Para la realización del estudio, de acuerdo al diseño investigativo descriptivo-correlacional causal, se usa el método hipòtético-deductivo. Las técnicas utilizadas para la recopilación de los datos fueron la observación, el análisis documental y las encuestas a los representantes y trabajadores de dichos hoteles. Para la presentación (tablas y figuras), procesamiento, análisis e interpretación de la información se recurrió al software SPSS 24. Los resultados obtenidos demostraron que de acuerdo al coeficiente de correlación de

Spearman, existe influencia significativa positiva directa entre la gestión empresarial en sus dimensiones: planeamiento, organización, dirección y control; y el clima organizacional. Igualmente se establece que la gestión empresarial es deficiente y el clima organizacional de los colaboradores es malo. Frente a ello, se plantea como propuesta una estrategia sistémica compuesta por estrategias de mercado, de talento humano, administrativa y financiera, así como de operaciones, las mismas que de implementarse podrán mejorar la gestión empresarial y por ende, el clima organizacional en los colaboradores.

Llamo, (2014). La presente investigación permitió precisar la aplicación de las funciones de gestión empresarial y su influencia en la competitividad de la cadena productiva de quesos en el distrito de Bambamarca, se analizó la cadena en base a información primaria se aplicó un cuestionario a proveedores de leche (30 encuestas), propietarios de plantas queseras (30 encuestas) y comercializadores de quesos (30 encuestas), estos eslabones se caracterizan por el uso de leche producida por hatos de ganado vacunos criollo y raza Holstein y Brown Swiss, con una alimentación en base a pastos naturales, pastos cultivados y residuos de cosecha. Además, no aplican calendario sanitario, factor que origina una baja calidad de la leche y quesos, mercados que comercializan los diferentes tipos de quesos. Se precisó que las diferentes funciones de gestión empresarial, en los eslabones de la cadena productiva, aplican el 23 % los propietarios de plantas queseras; existiendo escasa capacitación en temas de gestión empresarial, planificación, control, dirección, organización, originando una baja competitividad; se debe priorizar capacitaciones en gestión empresarial a los agentes involucrados que tiene la cadena productiva de quesos para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en diferentes mercados a través de la producción de quesos de calidad a

precios competitivos, orientado a buscar un incremento económico, progreso social y una mejor calidad de vida de la familia de la zona rural en el distrito de Bambamarca.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cómo es la gestión empresarial en los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

a) ¿Cómo es la gestión empresarial en la planeación de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?

b) ¿Cómo es la gestión empresarial en la organización de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?

c) ¿Cómo es la gestión empresarial en la dirección de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?

d) ¿Cómo es la gestión empresarial en el control de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?

### **1.3. Justificación de la Investigación**

#### **Implicancia Social**

En este plan de indagación es de abundante consideración ya que coge como tema central a la Gestión Empresarial que influye en los restaurantes campestres de Cajamarca.

El cual es una gran ayuda para los turistas, clientes, proveedores y también para los colaboradores de las organizaciones, ya que se busca la gestión empresarial en los restaurantes campestres, para así poder lograr los resultados positivos del rendimiento profesional de los asociados de la organización.

A través de la gestión empresarial en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, se propone que los restaurantes campestres podrán dar el importe necesario para ser reconocidos de manera turística la cual atraerá a mayor cantidad de turistas y así la condición de vida de nuestra población mejorarla.

Según Apac (2017), Define que La gestión empresarial es un conjunto de políticas, estrategias, tácticas, procesos, técnicas, procedimientos y la practica con la intención de llevar la labor de un negocio durante una etapa de tiempo prudente.

#### **Implicancia Teórico**

Aquellas empresas, que cuentan con un apto modelo de la Gestión empresarial, la cual han sido capaz de guiar el desarrollo de la planeación, organización, dirección y el control de sus funciones y orientándolos al resultado de economía, eficiencia, efectividad, progreso continuo, competitividad y el crecimiento empresarial. El cimientto para lograr el incremento de las Mypes en Cajamarca parte de una apropiada gestión empresarial.

La gestión empresarial, dirige a las Mypes, en Cajamarca para alcanzar logros y objetivos organizacionales.

En el actual trabajo debe ser manejado como modelo de la gestión empresarial y de esa forma apoyar el crecimiento de las organizaciones en el Distrito de Cajamarca.

### **Implicancia Práctica**

La gestión empresarial en los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca se ejecuta con el propósito de encontrar las diferentes dificultades en las empresas de la localidad, la cual está en un constante trabajo para reducir costo e incremento de ingresos para los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca con el apoyo de los trabajadores y directivos de los restaurantes para poder ha llegar obtener resultados válidos en la investigación.

La cual esta investigación permite desarrollar de manera eficiente y práctica los conocimientos adquiridos en la universidad en la cual voy a desarrollar una encuesta y entrevista, así mismo veremos el punto de vista profesional, al aportar la gestión empresarial en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca.

La vigente investigación puede ser aprovechado como prototipo de la gestión empresarial y de ese modo contribuir al crecimiento de las organizaciones de restaurantes campestres del distrito de Cajamarca.

#### **1.4.Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar la gestión empresarial en los restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca, 2018.

##### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- a) Determinar la gestión empresarial en la planeación de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018.

b) Determinar la gestión empresarial en la organización de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018.

c) Determinar la gestión empresarial en la dirección de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018.

d) Determinar la gestión empresarial en el control de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018.

### 1.4.1. Operacionalización de Variables

**Tabla N°1:** Operacionalización de variables.

| Variable | Definición   | Dimensiones | Indicadores | Ítems  | Instrumentos |
|----------|--|-------------|-------------|--|--------------|
|          | Es una de las ayudas fundamentales para ayudar a todas aquellas empresas que quieran hacerse competitivas. Nos apoyara | Planeación  | Estrategias | ¿Cómo lo considera usted el desarrollo de sus estrategias en su empresa? |              |
|          |  |             | Objetivos   | ¿Usted cómo considera los objetivos de su empresa?                       |              |
|          |  |             | Misión      | ¿Cómo considera usted la misión de su empresa?                           |              |
|          |  |             | Visión      | ¿Cómo considera usted la visión de su empresa?                           |              |
|          |  |             | Valores     | ¿Usted cómo c0nsidera los valores de su empresa?                         |              |

|                            |   |              |                    |  |                              |
|----------------------------|---|--------------|--------------------|--|------------------------------|
| <b>Gestión empresarial</b> | cuando tengamos metas y objetivos para poder llegar a cumplir metas, objetivos con ayuda de los colaboradores de la organización. (Alfredo, 2009) |              |                    |  | Encuesta<br><br>Y Entrevista |
|                            |   | Organización | Manuales           | ¿Usted cómo considera el desarrollo de los manuales de su empresa? |                              |
|                            |   |              | Reglamento         | ¿Cómo considera usted el reglamento de su empresa?                 |                              |
|                            |   |              | organigrama        | ¿Cómo considera usted el organigrama de su empresa?                |                              |
|                            |   |              | Perfil             | ¿Cómo considera usted los perfiles de sus colaboradores?           |                              |
|                            |   | Dirección    | Motivación         | ¿Cómo considera usted la motivación de su empresa?                 |                              |
|                            |   |              | Toma de decisiones | ¿Cómo considera usted la toma de decisiones en su empresa?         |                              |
|                            |   |              | Comunicación       | ¿Cómo considera la comunicación en su empresa?                     |                              |

|  |  |         |            |  |  |
|--|--|---------|------------|--|--|
|  |  |         |            |  |  |
|  |  | Control | Producción | ¿Cómo considera usted la producción de su empresa?               |  |
|  |  |         | logística  | ¿Usted cómo considera su logística de su empresa?                |  |
|  |  |         | Procesos   | ¿Cómo considera usted los procesos que desarrolla su empresa?    |  |
|  |  |         | marketing  | ¿Cómo considera el marketing que viene desarrollando su empresa? |  |
|  |  |         | finanzas   | ¿Cómo considera usted sus finanzas de su empresa?                |  |

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Teorías que sustentan la Investigación

Posteriormente se le presentara de una manera concisa unas bibliografías que he venido tomando referencia en la actual investigación, así como internacional, nacional y local.

**Hernández (2013)**, realizó una investigación “Modelo de la Gestión Empresarial según nuevas tendencias: Intangible y Calidad total. Aplicación al sector Camaronera de Venezuela”, en la cual cuenta con estudios profesional en la Universidad de Córdoba departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada. La investigación tuvo como un objetivo de Diseñar un modelo de gestión empresarial acorde a nuevas tendencias: intangibles y calidad total, de aplicación a las empresas del sector camaronero de Venezuela. La investigación ya mencionada está estructura y desarrollada de la manera que les expresa en el siguiente párrafo. En la parte inicial del trabajo, hace mención que presentara una delimitada de manera especial, temporal y científicamente, así mismo, se justifica dicho estudio se establecen los objetivos del trabajo que se viene mencionando y se explica la estructura del adelanto de la investigación que se viene mencionado. En la segunda parte de la investigación se realiza la revisión teórica que sustenta a dicha investigación y además donde se realiza un breve análisis sectorial como complemento a marco teórico de esta investigación, en la cual amplia en los conceptos que abarcan gestión de intangible y jaez desde su evolución histórica hasta los diversos modelos que permiten su análisis y gestión. Esta investigación concluye lo siguiente. Se explica el modelo GESINCA (gestión, intangibles- calidad) de gestión basados en los conceptos de capital intelectual y calidad total, así como en las sugerencias asociadas a un estudio de casos de empresas venezolanas ubicadas en el sector camaronero. El modelo sugerido está aliñado por 5

elementos (capacidades humanas, organizativas, comerciales y sociales, tendencia de pasado y expectativas futura) que recluta 12 variables y 39 indicadores, constituyendo un instrumento procedimental para la de iniciativa de estratégicas, que sospecha un avance sobre las ya existentes en función de su sencillez, su carácter dinámico y la posibilidad de visualización de los resultados encontrados a partir de opiniones estratégicos relativos a los factores clave de éxito empresarial.

**Apaza (2013)**, Desarrollo la investigación “La Gestión Empresarial y el impacto en el Desarrollo de la micro y pequeña empresa, gestionado a través del convenio Binacional ALBA-TCP, entre el estado Plurinacional de Bolivia y la república Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012”, donde realizó sus estudios profesional en la Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Ciencias Económicas y Financieras de la Carrera de Economía, el objetivo es Determinar que estrategias empresariales se tomó en cuenta para ser superior el desarrollo económico y social de los planes (se les conoce como unidades productivas), mejorando con el pacto Binacional ALBA-TCP a través el estado Plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela, en las Gestiones 2006-2012. La investigación mencionada está estructurada y desarrollada de manera que les expresa en el siguiente párrafo. Se llega a utilizar, bajo el método deductivo, llegando a un estudio de caso; mismo que podrá servir como un modelo de investigación que podrá ser utilizada como referencia para futuros proyectos relacionados con las MYPES. La investigación llega a la conclusión que el acto de la teoría de la Integración, la semejante está demostrar en principios de colaboración, compañerismo y complementariedad, por tanto los países forman alianzas con el propósito de intenta atacar los obstáculos que impiden la verdadera integración, como son la carencia y la exclusión social; el cambio desigual y las condiciones inequitativas de las relaciones internacionales, el acceso a la información, a la tecnología y al entendimiento; aspira a construir consensos para

repensar los acuerdos de incorporación en incremento de alcanzar un desarrollo nacional y regional.

**Flores (2015)**, realizó la investigación “Proceso Administrativo y Gestión Empresarial en Coproabas, Jinotega 2010-2013”, donde realizo su formación profesional de Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua Facultad Regional Multidisciplinaria, Matagalpa UNAN-FAREM - Matagalpa, la cual tiene como objetivo Analizar los pasos del proceso administrativos y su incidencia en la Gestión Empresarial aplicados en la cooperativa COPROABAS Jinotega 2010-2013. Se desarrolló esta investigación con dos variables: Proceso Administrativo y Gestión Empresarial, de las cuales se conceptualizaron mediante funciones del proceso Administrativo y Gestión Empresarial. Por su nivel de profundidad es descriptiva ya que se analizó el desempeño del Proceso Administrativo y Gestión Empresarial, por su longitud en el tiempo es de corte transversal, ya que se realizó durante el tiempo de 2010-2013. De acuerdo con el análisis y discusión de los resultados donde se midieron las variables en estudio, La investigación concluye que el proceso Administrativo y Gestión Empresarial de la Cooperativa de Producto de Alimentos Básicos RL, se lleva acabo de forma parcial ya que no se llevan de forma correcta las funciones del proceso administrativo.

**Leonard (2017)**, realizó la investigación “Gestión Empresarial y el Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Huánuco 2017”, con la formación profesional en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas Escuela Profesional de Administración, la cual tiene como objetivo Determinar la relación entre la gestión empresarial y el desarrollo de las Pymes en el distrito de Huánuco, 2017. Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada. El resultado obtenido determina la influencia de la gestión empresarial en el desarrollo de las Pymes en el

distrito de Huánuco, se obtiene según la gestión empresarial es el proceso que permite planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar los procesos, actividades y recursos. Se determinó la existencia de una relación positiva y significativa entre gestión empresarial y el desarrollo de las Pymes de la ciudad de Huánuco, esto en base al resultado del cuestionario en general.

**Álvarez (2017)**, realizó la investigación “La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017”, con la formación profesional en la Universidad Cesar Vallejo Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académico Profesional de Administración. La cual tiene como objetivo: Determinar cómo se relaciona la gestión empresarial de las Mypes con la competitividad de ventas en el Emporio de Gamarra, La Victoria, 2017. En los estudios descriptivos se busca determinar las propiedades, las particularidades y los perfiles de personas, grupos, sociedades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se sujete a un análisis. Exclusivamente pretende medir o reunir información de modo individual o conjunto sobre las definiciones o las variables a las que se mencionan. a investigación básica se conoce también como investigación teórica. Se ocupa por recolectar datos de la realidad para aumentar el conocimiento dirigido al descubrimiento de principios y teorías. Se concluye que la gestión empresarial de las Mypes se relaciona con la competitividad de las ventas en el Emporio de Gamarra, La Victoria, 2017 ya que se observó en la prueba de Rho Spearman un valor de 0.389, lo cual indica que existe una correlación positiva baja entre las variables. Asimismo, se determinó un  $p = 0.000 < 0.05$ , por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

**Gonzales (2014)**, se realizó una investigación “Gestión empresarial y competitividad en las mypes del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la Victoria - año 2013”, con la formación profesional en la Universidad San Martín de Porres Facultad

de Ciencias Contables, Económicas y Financieras Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, la cual tiene como objetivo general Determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013, El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño metodológico es el transaccional, considerado como una investigación aplicada, debido a los alcances prácticos, aplicativos, sustentados por normas e instrumentos técnicos de recopilación de información. La población estuvo conformada por 240 empresas del sector textil del distrito de La Victoria, con un tamaño de muestra que asciende a 50 personas entre hombres y mujeres empresarios. Los resultados del trabajo de campo mostraron que gran parte de estas empresas no tienen conocimiento acerca de la Ley N° 28015, lo que hace que su gestión sea deficiente y no les permita ser competitivos, afrontar las situaciones que podrían presentarse en cuanto a exportaciones y uso de financiamiento; tampoco cuentan con conocimiento acerca de la asocia actividad empresarial, aspectos que se deben corregir a fin de contar con una buena gestión que beneficie a la empresa en todos sus campos de acción. En la investigación concluye lo siguiente. El mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la gestión empresarial.

**Amorós & Dávila (2017)**, realizaron la investigación “La Gestión Empresarial y la Competitividad de las Clínicas en la ciudad de Cajamarca”, con la formación profesional en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Escuela de Posgrado Maestría en Administración Estratégica de negocios con mención en gestión empresarial, tiene como objetivo general Determinar la relación que existe entre la gestión empresarial con la competitividad de las clínicas en la ciudad de Cajamarca. Se consideró como unidad de

análisis a 13 clínicas de la ciudad, las cuales fueron localizadas mediante una investigación de campo, al no existir un registro de clínicas. Se elaboró una encuesta que constó de 69 preguntas, formuladas teniendo en cuenta las dimensiones de planeación, organización, dirección y control de la variable gestión empresarial y las dimensiones función gerencial, función comercial y logística, función financiera, función tecnológica y talento humano de la variable competitividad; Se concluye que existe una correlación directa significativa en el nivel 0,01 (bilateral) entre la gestión empresarial y la competitividad ( $r = 0,645$ ). Por lo que se puede decir que la gestión empresarial está asociado a la competitividad de las clínicas de la ciudad de Cajamarca, es decir a mayor gestión empresarial, mayor competitividad.

**Vega & Cubas (2017)**, realizó la investigación “gestión empresarial y competitividad en las asociaciones de productores de leche del centro poblado Combayo, distrito la Encañada-Cajamarca – 2017”, con la formación profesional en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Escuela de Posgrado Maestría en Administración Estratégica de negocios con mención en gestión empresarial, La investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión empresarial con la competitividad de las asociaciones de productores de leche en el Centro Poblado de Combayo, Distrito La Encañada-Cajamarca. Se considera como unidad de análisis a las asociaciones de productores de leche del Centro Poblado de Combayo. Metodológicamente se procedió a diagnosticar el estado de la planeación, organización, dirección y control de la gestión empresarial que presentan las asociaciones de productores de leche del Centro Poblado de Combayo; Los resultados muestran que, según la correlación de Pearson ( $P\text{-valor} = 0,000 < 0.05$ ), el resultado es significativo al 95% de confianza estadística, se acepta la hipótesis de investigación: existe una relación directa significativa entre la gestión empresarial con la competitividad de las asociaciones de productores de leche en el

Centro poblado de Combayo, distrito La Encañada-Cajamarca. Por lo mencionado tiene como conclusiones lo siguiente. Existe una relación directa significativa entre la gestión empresarial con la competitividad de las asociaciones de productores de leche en el Centro Poblado de Combayo, distrito La Encañada-Cajamarca - 2017. La magnitud de esta correlación es de 83,80 % (0,838), correspondiente a una correlación positiva considerable.

**Cachay, (2018).** La gestión empresarial entendida, como las acciones y estrategias que se ejecutan con la finalidad de hacer viable una empresa y con pilares basados en la planeación, organización, dirección y control, son de vital importancia para el desarrollo de un nivel de competitividad adecuado ; el presente trabajo trata de analizar la influencia de la gestión empresarial sobre la competitividad de los gimnasios de la ciudad de Cajamarca que pertenecen a la categoría microempresa, con el propósito de ver que tan significativa es la influencia de la gestión empresarial en la competitividad; para ello notamos que en trabajos anteriores nos muestran una correlación positiva que indican que una mala gestión provocaría un nivel de competitividad incipiente. En el presente estudio se analizaron la gestión como variable independiente y la competitividad como variable dependiente, es de tipo transversal donde se tomaron los datos por medio de cuestionarios y una ficha observación para ser analizados con el método Chi cuadrado debido al ser datos cualitativos. Lo peculiar de los resultados obtenidos nos indican que existe una relación significativa entre el nivel de gestión empresarial y la competitividad, con diferencias interesantes entre sus 4 dimensiones de gestión sobre la competitividad.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Gestión:**

**Según Ramírez, (2005, p. 14).** Hace mención a la gestión responsabiliza la ejecución de acciones para llegar a un producto o resultado. Como expone **Fajardo, (2005).** En conclusión, gestión tiene un vínculo pequeño con la expresión en inglés Management, el cual fue traducido inicialmente al español como administración y ahora es entendido como gestión de organizaciones.

**Sánchez, (2015)** hace mención al “conjunto de conocimientos modernos y sistematizados en relación con los procesos de diagnóstico, diseño, planeación, ejecución y control de las acciones teológicas de las organizaciones en interacción con un contexto social orientado por la racionalidad social y técnica”. Si bien es cierto la actividad de gestión o gestionar en una organización tiene que ser la más correcta ya que conlleva a la toma de decisiones adecuadas para la mejora de la organización. Por ello sabemos que gestionar es controlar, dirigir, planear y evaluar.

### **2.2.2. Empresa**

**Según López (2012).** Es una sociedad formada principalmente por recursos humanos, aspiraciones, relaciones, bienes tangibles y habilidades técnicas y financiera; que le permite ocuparse del rendimiento y cambios de productos y/o la presentación de servicios y así complacer la carencia y deseos existentes en la población, con el propósito de alcanzar un beneficio.

Si sabemos que una organización o empresa es una entidad formada con un capital social, y con la capacidad del director y/o gerente de recursos humanos que escoge a los colaboradores para poder trabajar en equipo y llegar al objetivo plantado de la organización.

### **2.2.3. Gestión Empresarial**

Según Pyme (2016), define que es la brújula que guía el camino de un negocio, su estrategia y finalidad. Al final, es un recurso imprescindible en cualquier sistema capitalista basado en inversiones y retorno.

Según Margarita (2012), define que, al día de hoy, sin excepción alguna, las organizaciones se están desafiando a este mundo, en donde se presenta encases de materias y otros recursos, considerando que este problema ha ido en aumento debido a las variaciones tecnológicas que encaminan a la automatización de la empresa, obligando poco a poco a los empresarios a realizar mejoras en las técnicas administrativas con las que gestionan la transformación de la organización u empresa.

La gestión empresarial es muy útil ya que esta ayuda a tomar decisiones rápidas para poder cumplir las metas propuestas de la organización.

#### **2.2.3.1. Dimensiones de la Gestión Empresarial**

##### **a. PLANEACION:**

Chiavenato,( 2014). “las organizaciones no trabajan con base en la improvisacion. Casi todo lo que hacen es planeado con anticipacion. La planeacion es la primera funcion administrativa , porque sienta las bases para los demas. Asi mismo, es que defne cuales seran los objetivos para alcanzar y que debe hacer para llegar a ellos” . Se trata de un modelo teorico para la accion futura. Comienza por establecer los objetivos y detallar los planes para alcanzarlo de la mejor manera posible. Planear es definir los objetivos y escoger de antemano al mejor curso de acción para alcanzarlos. La planeación define a donde quiere llegar, lo que se debe hacer, como y en que secuencia.

## **ESTRATEGIA:**

**Wehrich, Cannice, & Koontz (2017)** “Durante años los militares usaron la palabra estrategia para referirse a todos los planes de acción respecto de lo que se estimaba podría hacer un enemigo, si bien el termino tiene un supuesto competitivo, los gerentes lo utilizan cada vez para reflexionar sobre amplias áreas del funcionamiento de una empresa.”

Las estrategias se definen como la forma en que se determinan los objetivos básicos a largo plazo en una empresa, la instrumentación de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar esos objetivos.

Stoner, Freeman, & Gilbert JR (2006) “En la administración estratégica se ha dado una tendencia hacia actividades de mayor colaboración entre personas de diferentes organizaciones.” La idea consiste en que los gerentes estratégicos hacen bien en preocuparse no solo por las estrategias de su compañía, sino también por un sentido de dirección para un grupo de compañías que tienen intereses en común.

### **2.2.4. Objetivos**

**Wehrich, Cannice, & Koontz, 2017.** Los objetivos son los fines hacia los cuales se dirige la actividad; no sólo representan el punto final de la planeación, sino el fin al que se dirige la organización, la integración, la dirección y el control.

Ya se definen los objetivos como los fines importantes hacia los que se dirigen las actividades organizacionales e individuales. Dado que los autores y los encargados de practicar la administración no dirigen entre los términos metas y objetivos. En el contexto de la discusión quedará claro si los objetivos son, por un lado, a corto plazo o largo plazo y, por otro, si son amplios o específicos. El principal interés está en los objetivos verificables, lo que significa que al final del periodo debe ser posible determinar

si los objetivos se consiguieron . La meta de cada gerente es crear un valor agregado - que en las organizaciones lucrativas significan utilidades- . Los objetivos claros y verificables facilitan la medición del excedente, así como la efectividad, la eficiencia y, por tanto la eficacia de las acciones gerenciales.

#### **2.2.5. Misión**

**Chiavenato, (2013).**” Representa el propósito o motivo que lleva a la creación de la empresa; debe ser objetiva, clara e inspiradora. Determina la estrategia corporativa y señala el camino que debe seguir la empresa. La misión se debe actualizar en los cambios producidos, la misión esta debe ser conocida por todos los trabajadores de la empresa. Es el ingrediente que da la razón de ser, establece la esencia de las personas, empresas u organización. La misión va ir indicando todo lo que estamos haciendo, hacia donde está dirigido nuestro esfuerzo y todo aquello que nos hace diferentes.”

#### **2.2.6. Visión**

**Chiavenato, (2013).** “Es una imagen plasmada que tiene una organización semejantemente y de su futuro, está situada hacia lo que la organización procura ser más que hacia lo que verdaderamente es. Lo que la organización procura ser con el apoyo de las personas, además de ser clara y objetiva.” Es ese sitio dónde queremos llegar en el futuro, que es lo que queremos lograr con el pasar del tiempo en un muy largo plazo. Una buena visión debe ser motivadora para todos los colaboradores de la organización o empresa, por ello debe tener un mensaje claro y convincente para los miembros de la empresa a su vez debe ser algo factible pero tampoco tan sencillo, debemos recordar que una visión está planeada para un largo plazo.

#### **2.2.7. Valores**

**Chiavenato, (2013).** “Hacen parte de la cultura organizacional, conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, conductas o propósito que la organización asume como normas de

comportamiento, son relacionadas de cada empresa dada sus características competitivas, los requisitos del entorno, su enfrentamiento y la expectativa de los clientes y socios o propietarios de la empresa.” En una organización o equipo de trabajo reflejan la gestión empresarial, son los componentes que rigen las reglas dentro de las cuales deben colaborar los integrantes del equipo. Es importante que los valores vayan de acuerdo a la esencia de la organización u empresa.

### **b. La Organización:**

**Chiavenato, (2014).** “Organización como una entidad social. Es la organización social dirigida hacia objetivos específicos que ha sido estructurada de forma deliberada. Es una entidad social porque está compuesta por personas. Se dirige hacia objetivos porque ha sido diseñada para obtener resultados, como generar ganancias (empresas en general) o proporcionar satisfacción social (clubes), etc. De forma deliberada, su estructura se basa en la división de trabajo y su distribución entre miembros de la organización.” En este sentido la palabra organización significa unas empresas humanas moldeadas con intención de alcanzar determinados objetivos. Esta definición se aplica a todas las clases de organizaciones, tengan fin lucrativo o no, como empresas mercantiles, bancos, instituciones financieras, hospitales, clubes, iglesias, etc. Desde este punto de vista, la organización se puede visualizar de dos maneras. Organización formal y organización informal.

### **Estructura organizacional**

**Contreras, (2013).** Se expone a la manera en que asocian y organiza las tareas de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los trabajadores, entre gerentes y gerentes y entre colaboradores y colaboradores. Las áreas de una empresa se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado o en forma de matriz. Aquí nos dicen que una organización se divide,

se agrupan y coordinan sus actividades conforme sería de una manera jerárquica de gerente a colaboradores, según las áreas de la empresa.

#### **2.2.8.1. Organigrama**

**Gestion.org, (2018).** Es una muestra gráfica relevante, pero también sirve para saber los niveles de jerarquía, relaciones entre colaboradores y el sistema de la empresa. Esta organización es fundamental para el buen desarrollo de la empresa y debe acostumbrarse a sus necesidades. Por tanto, el organigrama de una empresa es fundamental para su éxito.

Por tanto, cada organización tendrá un propio organigrama que dependerá fundamentalmente del trabajo, el volumen que soporte y la cultura empresarial. Una mala estructura en la organización puede con llevar a una organización a la bancarrota, está relacionada con la eficiencia y de los costes asociados.

#### **2.2.8.2. Perfiles de una Organización**

**Lyda, (2018).** Un perfil de la empresa es una de las partes más relevantes de cualquier negocio en desarrollo. El perfil de la organización te permite anunciar los detalles de tus servicios, objetivos, y la experiencia para los clientes potenciales, y es responsable de crear una buena impresión a los interesados. Un perfil de la organización se puede utilizar en los sitios web o en directorios impresos de organizaciones para dar a los clientes potenciales una mejor idea del tipo de organización que se trata; por lo tanto, un perfil de la organización puede ser una importante forma de publicidad. Mientras que el formato del perfil de una organización es abierto, es mejor asegurarte de que se ofrecen muchos detalles de una manera sucinta.

### 2.2.8.3. Manuales de una Organización

**Carreto (2016).** Los manuales administrativos son documentos que utilizan como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma cuidadosa y sistematizada la información de una organización. Un manual es un libro en el cual se adjunta las apariencias básicas, fundamental de una materia. Así, los manuales nos permiten interpretar mejor el funcionamiento de una organización de manera ordenada y precisa, al entendimiento algún tema. Hay manuales empleados para describir y explicar la manera adecuada de actividad de una organización entre ellas tenemos:

**Manual de organización:** Es el documento donde establecen y precisan las funciones del personal que concuerda la estructura organizativa de una compañía.

**Manual de procedimientos:** Es un documento que contiene la descripción de las actividades que una organización debe seguir para llevar a cabo sus tareas generales y cumplir con sus funciones de cada uno de sus colaboradores.

**Manual de calidad:** Es un documento donde las empresas realizan una exposición clara y precisa del conjunto de procedimientos a los cuales se rodean para alcanzar ciertos estándares de calidad mediante la adopción de los lineamientos establecidos en el Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

**Manual de bienvenida:** También se llama manual de inducción, es el documento mediante el cual una empresa da a conocer a un trabajador toda la información relevante relacionada con la organización: su historia, objetivo, valores, misión y visión, las características que la diferencian de otras empresas similares, los productos o servicios que produce o comercializa. Además, ofrece otros datos de importancia, como un organigrama de la empresa, las funciones de cada cargo y los contactos de otros departamentos.

**Manual de usuario:** Se conoce el libro que contiene un conjunto de informaciones, instrucciones y advertencias relacionado con el de uso de un determinado producto o servicio.

#### **2.2.8.4. Reglamentos de la Organización**

**GROPRE, (2012).** Un reglamento es una serie de normas que nos ayudan a estar en armonía y a mantener el orden dentro de una sociedad, en este caso, dentro de una empresa, sea cual sea el ramo, las partes elementales de un reglamento son el título y las personas a las que va dirigido el reglamento, las normas enumeradas por orden de prioridad y estar brevemente especificado cada punto, al igual que las consecuencias de infringir las reglas establecidas.

##### **c. La Dirección:**

**Chiavenato, (2013).** La dirección es la tercera función administrativa y viene mucho después de la planeación y organización. Una vez que se ha definido la planeación y establecido la organización, resta hacer que las cosas marchen y sucedan. Este es el papel de la dirección: imprimir acción y dinamismo a la empresa. La dirección se relaciona con la acción, con ponerla en marcha, y tiene mucho que ver con las personas. Está directamente relacionada con la actuación sobre los recursos humanos de la empresa. Los empleados deben ser asignados a sus puestos y funciones, capacitados, guiados y motivados para que alcancen los resultados que se esperan de ellos.

##### **Niveles en la Dirección:**

**Alta dirección:** Corresponde a los altos mandos de la compañía (presidente, Director General). Son los máximos responsables del cumplimiento de los objetivos.

**Dirección intermedia:** Directivos de fábrica, centro de trabajo o jefes de área. Asumen principalmente funciones organizativas.

**Dirección operativa:** Es Encargada de asignar tareas y supervisar a los colaboradores en el proceso productivo (jefes de sección, división o equipo).

**Comunicación: Chiavenato,(2014).** La comunicación es el intercambio e información entre personas. Significa divulgar un mensaje o una información constituyente uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y de la organización social. La Comunicación requiere de un código para formular un mensaje y enviarlo en forma de señal (ondas sonoras, letras impresas, símbolos), por medio de un canal (aire, cable, papel) a un receptor que decodifica e interpreta en su significado. En la comunicación personal directa hablada (es decir, la conversación) el lenguaje funciona como código, que es reforzado por elementos de comunicación o verbales (gestos, señales, símbolos). La comunicación interpersonal también se puede dar a distancia, a través de un escrito, el teléfono o internet, que no son otra cosa que medios para transmitir los mensajes.

**Motivación: Chiavenato,( 2014).** La teoría de la motivación trata de explicar el comportamiento de las personas. La administración científica se basaba en el concepto del Homo economicus, según la cual el comportamiento del hombre es motivado exclusivamente por la búsqueda de dinero y por lo tanto, el enfoque clásico de la administración se fundamenta en esa estrecha teoría. Stoner, **Freeman, & Gilbert JR (2006)**. Existen muchas teorías de la motivación. Cada teoría de la motivación pretende describir que son humanas y que pueden llegar a ser. Por consiguiente, se suele decir que el contenido de teoría de motivación radica en su concepción particular de las personas. El contenido de una teoría de la motivación nos sirve para entender el mundo de desempeño dinámico en la cual operan las organizaciones, describiendo a los gerentes y colaboradores que participan en las organizaciones todos los días. Como las teorías de la motivación tratan

del desarrollo de las personas, el contenido de una teoría de la motivación también sirve a los gerentes y a los empleados para manejar dinámicamente la vida de las organizaciones.

Frank Landy y Wendy Becker observan que las investigaciones sobre motivación siguen siendo un gran reto para encontrar la manera ideal de considerar la motivación.

**Toma de decisiones: Martínez, (2014).** Considera que en muchas ocasiones nos apuramos a tomar algunas decisiones, nos dejamos presionar por el oportunidad o circunstancia, evitamos la participación de otro, entre otras situaciones de las cuales no medimos el impacto en nuestras vidas y nuestro alrededor, por esta razón donde quiera que se nos presente la oportunidad de tomar una decisión debemos ser críticos con la misma y por sí muy hábiles. Hay que tomar en cuenta que nuestra decisión compromete una serie de factores que debemos pensar, pueden ser factores humanos, entre otros que finalmente pueden ser fuente principal de un futuro más exitoso.

**Stoner, Freeman, & Gilbert JR (2006).** La administración es el ejercicio de dar forma, de manera consistente y constante, a las organizaciones formales, y el arte de tomar decisiones es medular para ello. La toma de decisiones – identificar y elección de un curso de acción para tratar un problema concreto o aprovechar una oportunidad-es una parte importante de la labor de todo gerente. Sobra decir que todos tomamos decisiones. La toma de decisiones es el proceso de identificar y seleccionar un curso de acción para resolver un problema específico.

#### **d. El Control**

**Chiavenato, (2013).** En la administración la palabra control tiene varios significados a saber.

1. Control como función restrictiva y coercitiva. Cuando se la utiliza en el sentido de evitar o limitar ciertos tipos de desviaciones indeseada o de comportamientos

no aceptados. Desde esta perspectiva, el control presenta un carácter negativo y restrictivo, por lo cual muchas veces se lo equipara a coerción, inhibición y manipulación. Es el llamado control social que se aplica en las organizaciones y en la sociedad, para inhibir el individualismo y la libertad irrestricta de las personas.

2. Control como sistema automático de regulación. Se utiliza para mantener auténticamente un grado constante de flujo o de funcionamiento de un sistema, como el proceso del control autentico de las refinerías de petróleo, de las industrias químicas de procesos continuo y automático de las refinerías de petróleo, de las industrias químicas de proceso continuo y automático. El mecanismo de control detecta posibles desvaríos o irregularidades y promociiona de inmediato la regulación necesaria para volver a la normalidad sin participación de las personas. Cuando algo está bajo control significa que está dentro de la norma.
3. Control como función administrativa. Es el control como parte del proceso administrativo, como complemento de la planeación, la organización y la dirección.

**Cruz, (2013) Cita Henry Fayol:** Consiste en comprobar si todo sucede de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de corregir e impedir que se produzcan nuevamente.

### **Producción:**

**Weihrich, Cannice, & Koontz (2017)** .Los gerentes tienen la tarea de afirmar y utilizar los insumos de las empresa para transformarlos, mediante las funciones gerenciales y considerado adecadamente las variables externas, en producción. Aunque el tipo de

producción varía según la empresa, casi siempre incluye a varios de éstos: productos, servicios, utilidades, satisfacción e integración de las metas de diversos solicitantes de la empresa; la mayoría no requiere explicación y solo analizan los dos últimos. Es evidente que la organización debe proveer de muchas satisfacciones si espera retener y motivar las aportaciones de sus miembros. Debe contribuir a la satisfacción si espera retener y motivar las aportaciones de sus miembros. Debe contribuir a la satisfacción no sólo de las necesidades materiales básicas, sino también de las de afiliación, aceptación, estima y quizás hasta de autorrealización para lograr su potencial en el centro de trabajo.

### **Logística**

**Sevilla (2011).** Son todos los procedimientos llevados a cabo para hacer posible que un producto llegue al consumidor desde el lugar donde se obtienen las materias primas, pasando por el lugar de su producción.

Son principalmente las operaciones de transporte, almacenamiento y entrega de los productos en el mercado. Por ello, se estima a la logística como operaciones externas a la fabricación primaria de un producto. En este sentido, es uno de los departamentos de las empresas que más se suele externalizar o subcontratar.

### **Procesos**

**Riquelme, (2019).** Un proceso administrativo se da como un flujo continuo y conectado de actividades de planeación, dirección y control, establecidas para lograr el beneficio del recurso humano, técnico, material y cualquier otro, con los que cuenta la organización para desarrollarse de manera efectiva.

## **Marketing**

Para **Philip Kotler** “el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”.

Según **Jerome McCarthy**, “el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente”.

## **Finanzas**

**Roldán, (2017)**. Es un área de la economía que estudia la obtención y administración del dinero y el capital, es decir, los recursos financieros. Estudia tanto los beneficios de esos recursos (financiación), como la inversión y el ahorro de los mismos. Las finanzas estudian cómo los agentes económicos (empresas, familias o Estado) deben tomar decisiones de inversión, ahorro y gasto en condiciones de incertidumbre. Al momento de tomar estas decisiones los agentes pueden optar por diversos tipos de recursos financieros tales como: dinero, bonos, acciones o derivados, incluyendo la compra de bienes de capital como maquinarias, edificios y otras infraestructuras, ver diferencia entre ahorro e inversión.

### **a. Definición de términos básicos**

**Gestión Empresarial: Chinchilla (2017)**. Se entiende como la creación y modificación de un producto y su introducción en el mercado; es decir, es la modificación de una idea en un producto.

**Modelo Administrativo: Pérez (2009)**. Imitan la existencia de las empresas para buscar soluciones de ahí la trascendencia de diseñarlos específicamente para los problemas cuya

complejidad impide describirlos o resolverlos con las ecuaciones matemáticas ordinarias. Tratan de reproducir una parte de las operaciones de la empresa a fin de no ver lo que sucederá en ella con el periodo, o de ensayar con esa parte modificando algunas variables.

**Estrategia: Bokova (2018).** Determina el propósito de la empresa en términos de objetivos a un periodo de un largo plazo, programas de acción, y prioridades en la asignación de recursos, tratando de lograr una ventaja sostenible a largo plazo y respondiendo adecuadamente a las oportunidades y amenazas surgidas en el medio externo de la empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización.

**Gestión: Chinchilla (2017).** Conjunto de gestiones que se llevan a cabo para resolver un tema o concretar un proyecto.

**Restaurantes campestres: Berrospi & Requena (2012).** Ofrece al público en general platos típicos de la región, la cual cuenta con espacio para el entretenimiento familiar y poder observar la naturaleza y poder relajarse en familia.

**Restaurante: EcuRed (2009).** En castellano, restaurant significa restaurativo, refiriéndose a la comida que se ofrecía en el siglo XVIII un caldo de carne. Otra versión del origen de la palabra restaurante para denominar las casas de comidas, la encontramos también en Francia.

**Empresa: López (2012).** Está constituida principalmente por personas, aspiraciones, relaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; lo cual le accede dedicarse a la producción y transformación de productos para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad.

## **e. MÉTODOS O ESTRATEGIAS**

### **El tipo de Investigación.**

**Rica, 2017.** La investigación es descriptiva, porque realizaremos una descripción exhaustiva de fenómenos tal como se presentan en la realidad; y se dirigió a determinar la situación en la que se encuentra los Restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca.

El diseño de Investigación. No experimental, porque la investigación se realizará sin manipular deliberadamente la variable o unidad de análisis del hecho. La variable será estudiada tal como se da en su contexto natural, para analizarlas, posteriormente. En el estudio se pretende, detectar la influencia de la gestión empresarial en los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018.

### **a. Unidad de análisis, universo y muestra**

#### **3.1.1.Unidad de análisis:**

Los gerentes o administradores de los Restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca.

#### **3.1.2.Universo:**

La población o universo está conformado por los 7 Restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca.

**TABLA N°2.** Restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, 2018

| <b>RESTAURANTES</b> |            | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Porcentaje<br/>válido</b> | <b>Porcentaje<br/>acumulado</b> |
|---------------------|------------|-------------------|-------------------|------------------------------|---------------------------------|
| Válid               | EL BOÑÓN   | 1                 | 14,3              | 14,3                         | 14,3                            |
| o                   | LA NORIA   | 1                 | 14,3              | 14,3                         | 28,6                            |
|                     | EL ZARCO   | 1                 | 14,3              | 14,3                         | 42,9                            |
|                     | D´ MARÍE   | 1                 | 14,3              | 14,3                         | 57,1                            |
|                     | EL TIESTO  | 1                 | 14,3              | 14,3                         | 71,4                            |
|                     | LA         | 1                 | 14,3              | 14,3                         | 85,7                            |
|                     | CAMPIÑA    |                   |                   |                              |                                 |
|                     | EL CASTOPE | 1                 | 14,3              | 14,3                         | 100,0                           |
|                     | Total      | 7                 | 100,0             | 100,0                        |                                 |

*Elaboración Propia.*

### 3.1.3.Muestra:

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

- N= tamaño de población
- K= Nivel de confianza
- P= Probabilidad de éxito
- Q= probabilidad de fracaso
- E= Error

#### **DATOS**

K= 1.96 (Nivel de confianza del 95%)

P= 50%

$$Q= 50\%$$

$$E=5\%$$

$$N=7$$

$$\begin{aligned} N &= \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 7}{(0.05)^2 * (7-1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50} \\ &= 6.892 \end{aligned}$$

La muestra estará conformada por los 7 restaurantes campestres del distrito de Cajamarca.

#### **b. Métodos de Investigación:**

**Deductivo.** Porto & Merino, (2008). Proceso de conocimiento que se inicia con la sugerencia de fenómenos generales con el interés de señalar las verdades características contenidas explícitamente en la situación general.

**Analítico.** Porto & Merino (2008). Proceso de conocimiento que se inicia por el reconocimiento de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esa manera se establece la relación causa-efecto entre los elementos que compone el objeto de investigación.

#### **c. Técnica Instrumentos de la Investigación:**

Las técnicas que se utilizarán en la siguiente investigación serán:

##### **Entrevista:**

Entrevista (2017). Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar.

### **Encuesta:**

Porto & Merino (2008). Es una técnica social por eminencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene.

#### **d. Instrumentos de la Investigación:**

Los instrumentos que se utilizarán en la investigación serán:

**Cuestionarios:** Aplicare el cuestionario cerrado que consta de 17 preguntas para el sector gastronómico de Cajamarca, con el fin de conseguir información destacada sobre la perspectiva del nivel de gestión empresarial en los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca. (Anexo A)

**Guía de entrevista:** Aplicare una guía de entrevista directiva o estructurada que consta de 10 preguntas para conocer un poco más a las empresas del sector gastronómico del distrito de Cajamarca. (Anexo B)

#### **e. Técnicas de análisis de datos estadísticos**

Después de realizar las encuestas y las entrevistas, los datos fueron recopilados de manera manual y luego trasladada a una hoja de Excel, para luego ser procesados por el programa SPSSstatistics25, para posteriormente ver la influencia de la Gestión Empresarial en los Restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca, 2018.

Con respecto a los gerentes y administradores de los Restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, 2018. Las encuestas y entrevistas se efectuaron atendiendo la ética de la investigación, vale decir que es con el consentimiento y aprobación de los mismos.

## f. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### a. Resultados.

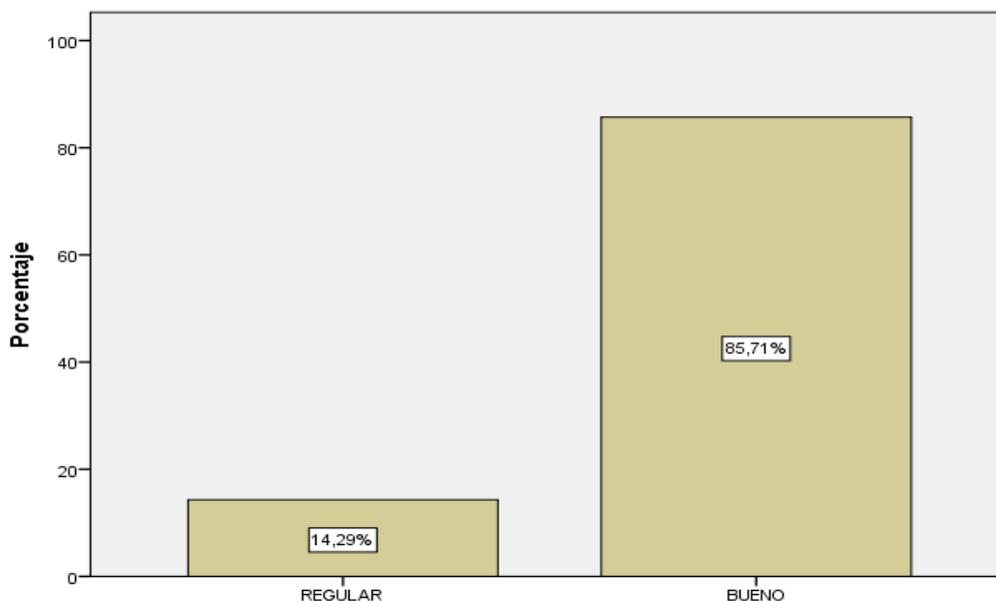
Se presenta las principales estadísticas de las preguntas más relevantes, con la finalidad de ver la Gestión empresarial en los Restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca.

**Tabla N°3.** ESTRATEGIAS EN LA ORGANIZACIÓN.

|       |        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | REGULA | 1          | 14,3       | 14,3              | 14,3                 |
| o     | R      |            |            |                   |                      |
|       | BUENO  | 6          | 85,7       | 85,7              | 100,0                |
|       | Total  | 7          | 100,0      | 100,0             |                      |

*Fuente:* Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 1 restaurante su estrategia es regular y 6 restaurantes consideran que es buena.



**Figura N° 01:** Como considera usted el desarrollo de sus estrategias en la organización.

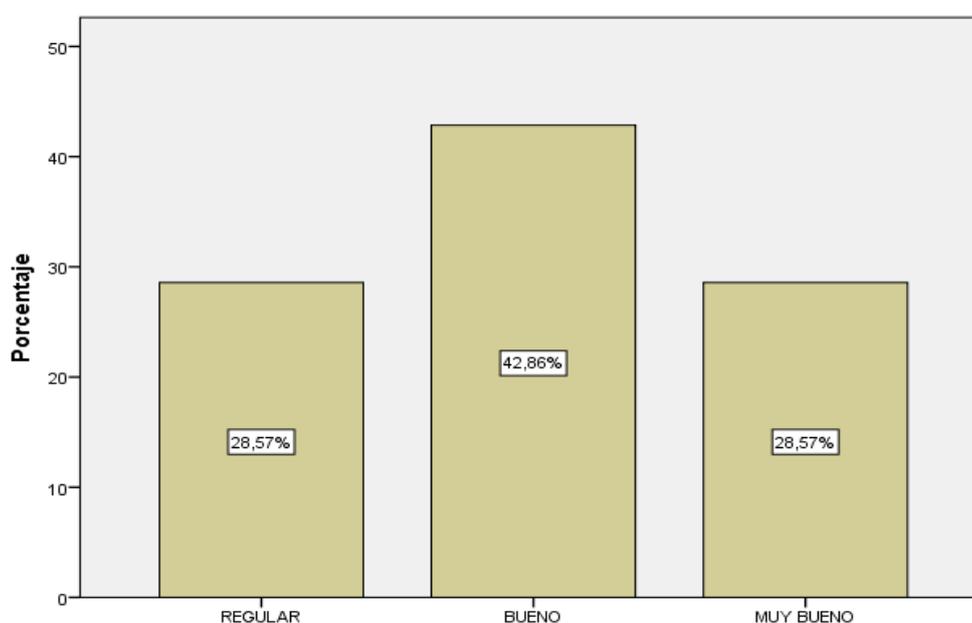
En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 14,29 % considera que su estrategia es regular y el 85,71% considera que su estrategia es muy buena.

**Tabla N°4. OBJETIVOS DE SU EMPRESA**

|       |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR   | 2          | 28,6       | 28,6                 | 28,6                    |
| o     | BUENO     | 3          | 42,9       | 42,9                 | 71,4                    |
|       | MUY BUENO | 2          | 28,6       | 28,6                 | 100,0                   |
|       | Total     | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes su objetivo es regular y 3 restaurantes consideran que es buena y 2 restaurantes se califican como muy bueno.



*Figura N° 02: Objetivos de su empresa*

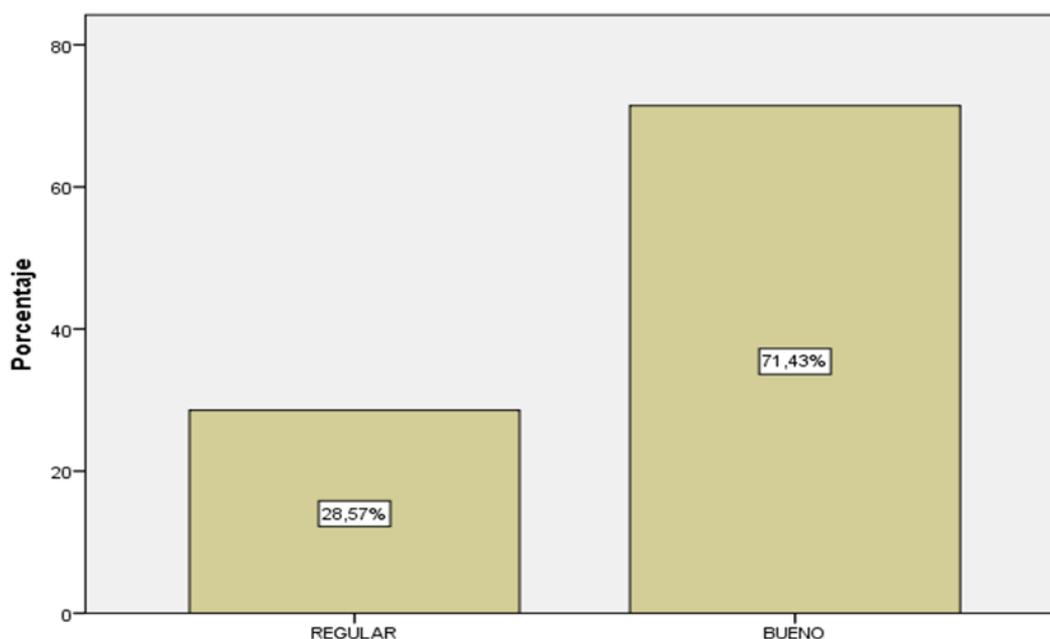
En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 28,57 % considera que su objetivo es regular, el 42,86% que es bueno y el 28,57% considera que su misión es muy buena.

**Tabla N°5. REGLAMENTO DE SU EMPRESA**

|       |        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULA | 2          | 28,6       | 28,6                 | 28,6                    |
| o     | R      |            |            |                      |                         |
|       | BUENO  | 5          | 71,4       | 71,4                 | 100,0                   |
|       | Total  | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes su reglamento es regular y 5 restaurantes consideran que es buena.



*Figura N° 07: Reglamento de su empresa*

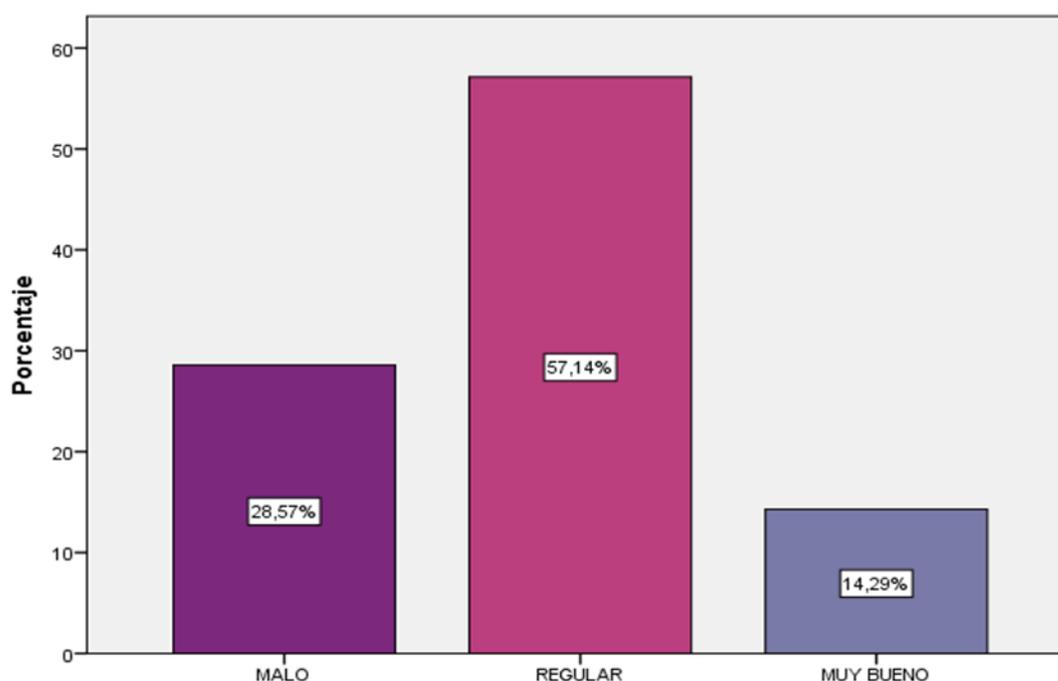
En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 28,57 % considera que su reglamento es regular, el 73,43% considera que su reglamento es bueno.

**Tabla N°6. ORGANIGRAMA DE SU EMPRESA**

|       |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | MALO      | 2          | 28,6       | 28,6                 | 28,6                    |
| o     | REGULAR   | 4          | 57,1       | 57,1                 | 85,7                    |
|       | MUY BUENO | 1          | 14,3       | 14,3                 | 100,0                   |
|       | Total     | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes su organigrama es malo, 4 restaurantes consideran que es regular y 1 restaurantes se califican muy bueno.



*Figura N° 08: Organigrama de su empresa*

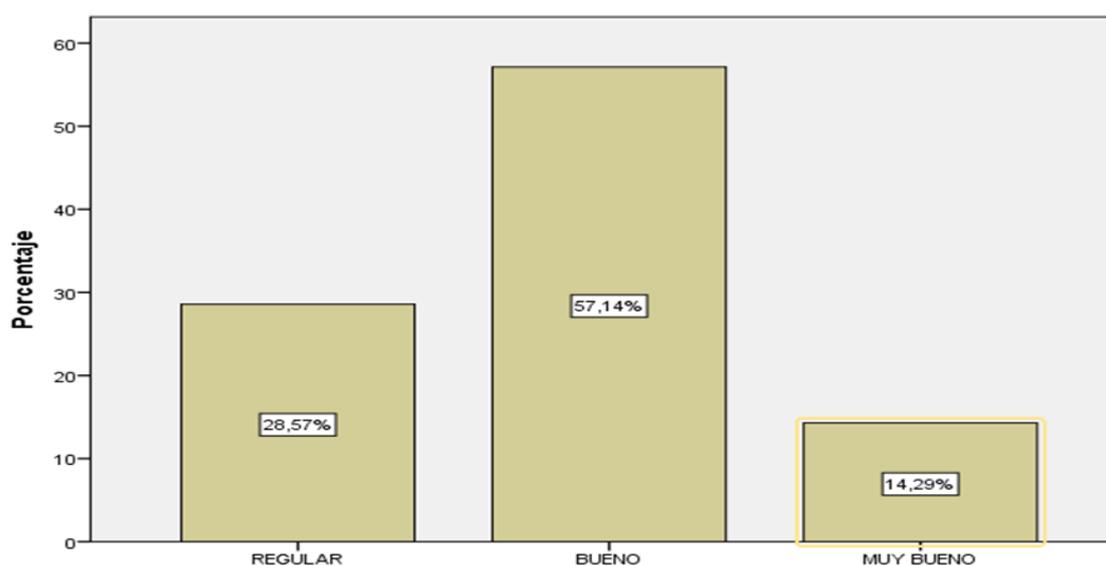
En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 28,57 % considera que su organigrama es malo, el 57,14% que es regular y el 14,29% considera que su organigrama es muy bueno.

**Tabla N°7. TOMA DE DECISIONES EN SU ORGANIZACIÓN**

|       |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR   | 2          | 28,6       | 28,6                 | 28,6                    |
| o     | BUENO     | 4          | 57,1       | 57,1                 | 85,7                    |
|       | MUY BUENO | 1          | 14,3       | 14,3                 | 100,0                   |
|       | Total     | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes su toma de decisiones es regular y 4 restaurantes consideran que es bueno y 1 restaurantes se califican como muy bueno



*Figura N° 10: Toma de decisiones de su organización*

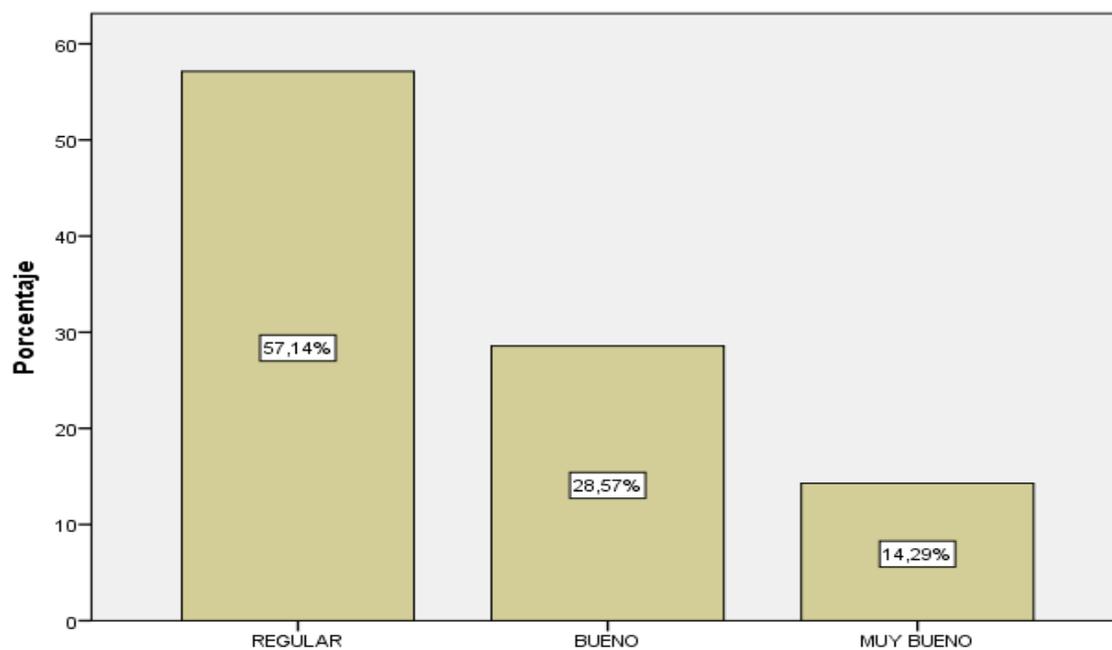
En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 28,57 % considera que su toma de decisiones es regular, el 57,14% que es bueno y el 14,29% considera que su toma de decisiones es muy buena.

**Tabla N°8.** Motivación en su empresa

|       |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR      | 4          | 57,1       | 57,1                 | 57,1                    |
| o     | BUENO        | 2          | 28,6       | 28,6                 | 85,7                    |
|       | MUY<br>BUENO | 1          | 14,3       | 14,3                 | 100,0                   |
|       | Total        | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 4 restaurantes su motivación es regular y 2 restaurantes consideran que es bueno y 1 restaurantes se califican como muy bueno.



*Figura N° 11: Motivación de su empresa*

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 57,14 % considera que su motivación es regular, el 28,57% que es bueno y el 14,29% considera que su motivación muy buena.

**Tabla N°9.** Producción de su empresa

|       |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | BUENO        | 5          | 71,4       | 71,4                 | 71,4                    |
| o     | MUY<br>BUENO | 2          | 28,6       | 28,6                 | 100,0                   |
|       | Total        | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 5 restaurantes su producción es buena y 2 restaurantes se califican como muy bueno.

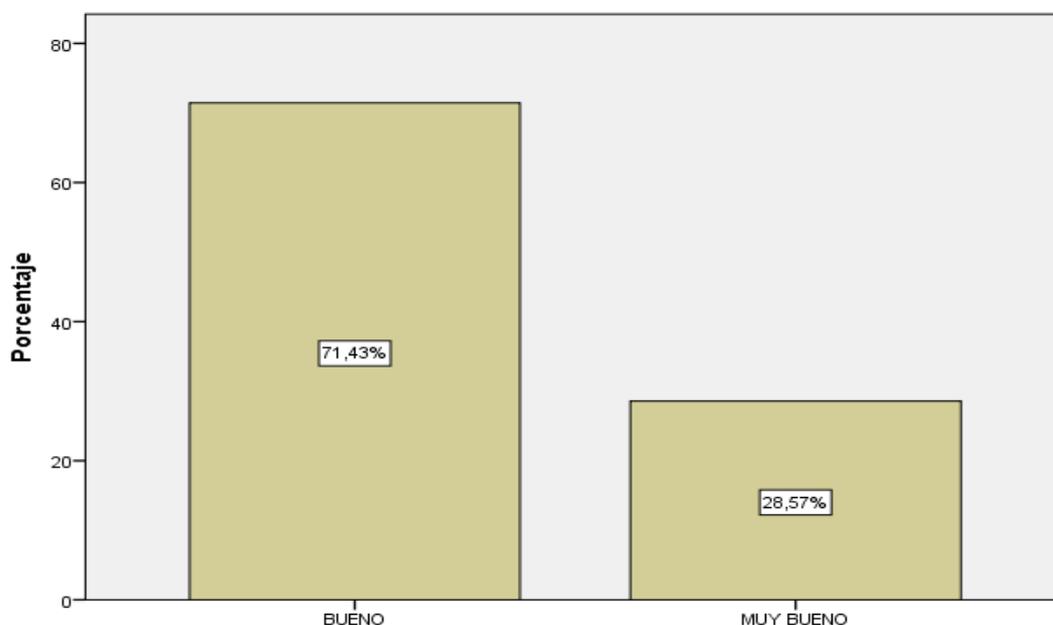


Figura N° 13: Producción de su empresa

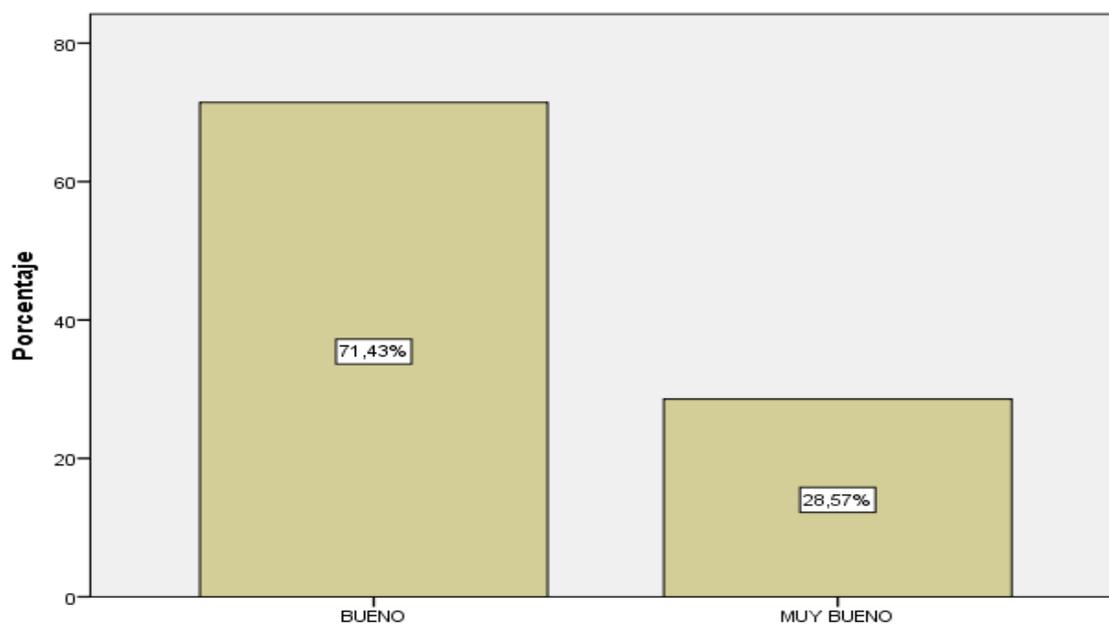
En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 71,43 % considera que su producción es buena y el 28,57% considera que su producción es muy buena.

Tabla N°10. Finanzas de su empresa

| FINANZAS DE SU EMPRESA |           |            |            |                      |                         |
|------------------------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
|                        |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
| Válido                 | BUENO     | 5          | 71,4       | 71,4                 | 71,4                    |
|                        | MUY BUENO | 2          | 28,6       | 28,6                 | 100,0                   |
|                        | Total     | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 5 restaurantes consideran que sus finanzas son buenas y 2 restaurantes se califican como muy bueno



*Figura N° 17: Finanzas de su empresa*

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 71,43% considera que su finanza es buena y el 28,57% considera que su finanza es muy buena.

## **b. Discusión**

Para cumplir con el objetivo específico. Determinar la gestión empresarial en la planeación de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018. Se produjo a aplicar la encuesta y la entrevista para determinar si las empresas aplican la gestión empresarial en la planeación de los restaurantes. Los resultados determinaron que se obtiene que de un total del 100 %, el 14,29 % considera que sus estrategias es regular y el 85,71% considera que sus estrategias son muy buenas. Del total de 100 %, el 28,57 % considera que sus objetivos son regular, el 42,86% que es bueno y el 28,57% considera que su misión es muy buena. Del total de 100 %, el 14,29 % considera que su misión es mala, el 85,71% considera que su misión es buena. Del total de 100 %, el 14,29 % considera que su visión es regular, el 57,14% que es buena y el 28,57% considera que su visión es muy buena. Del total de 100 %, el 14,29 % considera que sus valores son regular, el 71,43% que es buen y el 14,29% considera que sus Valores son muy bueno.

Para cumplir con el objetivo específico. Determinar la gestión empresarial en la organización de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018. Se produjo a aplicar la encuesta y la entrevista para determinar si las empresas aplican la gestión empresarial en la organización de los restaurantes. Los resultados determinaron que se obtiene que de un total del 100 %, el 42,86 % considera que sus manuales regular, el 42,86% que es bueno y el 14,29% considera que sus manuales son muy buenos. Del total de 100 %, el 28,57 % considera que su reglamento es regular, el 73,43% considera que su reglamento es bueno. Del total de 100 %, el 28,57 % considera que su organigrama es malo, el 57,14% que es regular y el 14,29% considera que su organigrama es muy bueno. Del total de 100 %, el 85,71% considera que sus perfiles son buenos y el 14,29% considera que sus perfiles son muy buenos.

Para cumplir con el objetivo específico. Determinar la gestión empresarial en la dirección de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018. Se produjo a aplicar la encuesta y la entrevista para determinar si las empresas aplican la gestión empresarial en la dirección de los restaurantes. Los resultados determinaron que se obtiene que de un total del 100 %, el 28.57 % considera que su toma de decisiones es regular, el 57,14% que es bueno y el 14,29% considera que su toma de decisiones es muy buena. Del total de 100 %, el 57,14 % considera que su motivación es regular, el 28,57% que es bueno y el 14,29% considera que su motivación muy buena. Del total de 100 %, el 85,71 % considera que su comunicación es buena y el 14,29% considera que su comunicación es muy buena.

Para cumplir con el objetivo específico. Determinar la gestión empresarial en el control de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018. Se produjo a aplicar la encuesta y la entrevista para determinar si las empresas aplican la gestión empresarial en el control de los restaurantes. Los resultados determinaron que se obtiene que de un total del 100 %, el 71,43 % considera que su producción es buena y el 28,57% considera que su producción es muy buena. Del total de 100 %, el 28,57 % considera que su logística es regular y el 71,43% considera que su logística es buena. Del total de 100 %, el 28,57% considera que sus procesos que desarrolla son regular, el 42,86% que es bueno y el 28,57% considera que su proceso que desarrolla es muy bueno. Del total de 100 %, el 28,57% considera que su marketing es regular, el 42,86% que es bueno y el 28,57% considera que su marketing muy bueno. Del total de 100 %, el 71,43% considera que sus finanzas son buenas y el 28,57% considera que sus finanzas son muy buenas.

**Sagástegui & Saldaña, (2016).** Al desarrollar el Modelo Nacional para la Competitividad en el restaurante Sal y Pimienta se buscó diagnosticar el estado de su gestión empresarial actual, lo que reveló la forma en que se planean, organizan, ejecutan y controlan sus

actividades desde el aprovisionamiento hasta la atención del cliente. Además, se dio a conocer las fortalezas con las que cuenta la organización, las debilidades que debe superar, oportunidades que puede aprovechar y las amenazas que pueden limitar el desarrollo de su gestión.

**Apac Acosta,( 2017).** El resultado obtenido determina la influencia de la gestión empresarial en el desarrollo de las Pymes en el distrito de Huánuco, se obtiene según la gestión empresarial es el proceso que permite planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar los procesos, actividades y recursos, obteniendo el resultado de 41.67% no sabe no opina y a la vez en la gestión empresarial ayuda a obtener las fuentes de financiamiento que serán utilizadas en las inversiones, por lo que ponderando los riesgos, se obtenga la rentabilidad que busca la empresa, se obtuvo el siguiente resultado de 53.57% que sí y la gestión empresarial permite a la empresa disponer del capital financiero, es decir del financiamiento propio y de terceros para concretar las inversiones temporales y permanentes y generar rentabilidad, demuestra el resultado de 35.71% que no podría ser factible para dicho caso.

Si bien es cierto para el sector gastronómico se tiene que mejorar la gestión empresarial para ser creciendo a nivel Local, Regional y Nacional, es verdad que si nosotros seguimos creciendo habrá muchos más ingresos no solo para el sector de Gastronomía si no también el sector de turismo y transporte.

## **g. CONCLUSIONES**

La Gestión empresarial en los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018. Se desarrollan de una buena su Gestión empresarial.

La planeación en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, 2018, en las estrategias, objetivos, misión, visión y los valores de la empresa se da de una manera adecuada.

La organización en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, 2018, se da de una buena manera no solo en el reglamento de la empresa ni en el organigrama sino también en sus manuales y los perfiles de sus organizaciones.

La dirección en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, 2018, ayuda a tomar decisiones, motivación, y comunicación en las empresas.

El control en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca, 2018, en su producción de la empresa, logística, marketing que desarrolla y las finanzas se maneja de una manera adecuada.

## **h. RECOMENDACIONES**

Algunos restaurantes necesitan un poco más de capacitación para mejorar algunos aspectos administrativos.

Las estrategias se tiene que mejorar de algunos restaurantes, los objetivos tienen que ser más claros para que puedan llegar a su meta, la misión se tiene que mejorar considerablemente, la visión se tiene que mejorar no significativamente pero se tiene que trabajar en ello y en los valores el restaurante que marca que es regular tiene que mejorarlo por lo menos bueno si bien es cierto hay un restaurante que marca muy bueno el cual felicitamos y admiramos su trabajo arduo que viene desarrollando.

Los manuales que se viene desarrollando se tiene que trabajar para poder llegar al objetivo y así desarrollar un mejor trabajo, en los reglamentos se tienen que trabajar ya que está muy débil (regular), en el organigrama algunos restaurantes considera que su organigrama es malo, otros restaurantes que es regular esto quiere decir que la mayoría de restaurantes tiene problemas en el organigrama el cual se tiene que trabajar de una manera inmediata, los perfiles de los colaboradores se recomienda seguir adelante trabajando arduamente para que los colaboradores trabajen de una manera adecuada.

En la toma de decisiones ciertos restaurantes considera que su toma de decisiones es regular en la cual se debe mejorar considerablemente, la motivación varios restaurantes considera que su motivación es regular aquí se debe mejorar significativamente ya que trabajadores motivados ayudan en el crecimiento de la empresa, la comunicación la mayoría de restaurantes considera que su comunicación es buena lo cual es favorable y aceptable ya que una empresa con buena comunicación funciona mucho mejor.

La producción de los restaurantes se considera que su producción es bueno y ciertos restaurantes considera que su producción es muy bueno lo cual es excelente, la logística

de cierta población de restaurantes considera que su logística es regular la cual se tiene que mejorar, los procesos que viene desarrollando de los restaurantes considera que sus procesos que desarrolla es regular, el marketing que viene desarrollando considera que su marketing es regular aquí se tiene que mejorar para poder tener más acogida en los restaurantes campestres, Las finanzas que se viene desarrollando son muy favorables ya que gran porcentaje de restaurantes considera que sus finanzas es bueno y el otro porcentaje considera que sus finanzas es muy bueno.

## i. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Amorós Gálvez, J. C., & Dávila García, K. T. (2017). *LA GESTION EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS CLINICAS EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA*. Cajamarca.
- Harold Kroontz, & Heinz Weihrich. (2000). *teorias dela administracion* . Mexico.
- ACTUALIDAD EMPRESA. (22 de NOVIEMBRE de 2013). Obtenido de ACTUALIDAD EMPRESA: <http://actualidadempresa.com/la-comunicacion-y-su-importancia-en-la-empresa/>
- Alfredo, P. (2009). especializacion auditoria y control de gestion . *Gestion organizacional*, 70 y 76.
- Alonso Serrano, A. (2014). *METODOS DE INVESTIGACION DE ENFOQUE EXPERIMENTAL*.
- ALVAREZ PIANTO, J. K. (2017). “*La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017*”. Lima.
- AméricaEconomía.com. (05 de abril de 2018). *América Economía*. Obtenido de América Economía: <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/crecimiento-economico-de-peru-se-mantiene-alrededor-de-3-del-pib-estima>
- Amorós Gálvez, J., & Dávila García, K. (2017). *LA GESTION EMPRESARIAL Y LA COMPETITIVIDAD*. Cajamarca.
- Apac Acosta, J. L. (2017). *GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO” 2017*. Huanuco.
- APAZA, L. S. (2013). *La Gestión Empresarial y el Impacto en el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, gestionado a través del Convenio Binacional ALBA-TCP, entre el Estado Plurinacional de Bolivia y la República Bolivariana de Venezuela, en las gestiones 2006-2012*. La Paz.
- Aquino Cusquisiban, De la Cruz Tacilla, Martos Guevara, Ortiz Daga, & Villanueva Yopla. (2011). *Restaurant recreo campestre “GUSTITOS KAJACHOS” S.R .L*. Cajamarca.
- Awards, W. T. (2017). reconocimiento por su gastronomía y destinos turísticos del Perú. 4.
- Benavides R., S. (2016). Creacion de Empresas y Emprendedores. *Financial Red*.
- Berrospi Rodríguez, & Requena Requena. (2012). *Elaboración de un restaurante turístico campestre en la zona de Puente Piedra*. cali.
- Bokova, I. (2018). Unesco considera que platos típicos de Perú pueden ser considerados patrimonio cultural. *Andina agencia Peruana de Noticias*.
- CACHAY DÍAZ, D. (2018). *INFLUENCIA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LOS GIMNASIOS QUE PERTENECEN A LA CATEGORÍA DE MICROEMPRESA EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA, 2018*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.

- Carreto, J. (2016). *Manuales administrativos*. Mexico.
- Castillo Poma, J. A. (2017). *La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las MYPEs del centro comercial Covida, Los Olivos, año 2017*. Lima.
- Chiavenato, i. (2013). *gestion del talento humano*.
- Chiavenato, I. (2014). *INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION*. MEXICO: McGraw-hill/interamericana editores.
- Chinchilla Monge, C. (2017). Gestión Empresarial e Innovación. *Uca Profesional*, 45.
- Chinchilla Monge, C. (2017). GESTION EMPRESARIAL E INOVACIÓN. *UCA PROFESIONAL*, 45.
- Concepto definicion.de*. (13 de junio de 2016). Obtenido de *Concepto definicion.de*: <https://conceptodefinicion.de/produccion/>
- Contreras, J. (2013). *Administracion*. Chicago.
- Cortez. (2010). *Administración empresarial*. cali.
- EcuRed*. (20 de febrero de 2009). Obtenido de EcuRed: <https://www.ecured.cu/Restaurante>
- Eliana. (2017). La gastronomía peruana patrimonio cultural. *directo al paladar*.
- ENTREVISTA, C. D. (4 de 12 de 2017). *CONCEPTO.DE*. Obtenido de *CONCEPTO.DE*: <https://concepto.de/que-es-entrevista/>
- Escobar, J. H. (2013). *MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL SEGÚN NUEVAS TENDENCIAS: INTANGIBLES Y CALIDAD TOTAL. TENDENCIAS: INTANGIBLES Y CALIDAD TOTAL. VENEZUELA*. Cordoba : Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.
- Esther, I. (2010). *DIRECCION Y LIDERAZGO*. Malaga.
- Falco, I. (2017). Perú es el mejor destino culinario del mundo. *forbes mexico*, 5.
- Fernández Lorenzo, A. (2012). *Conceptos de Estrategia Empresarial*.
- Flores Orosco, S. (2015). *“PROCESO ADMINISTRATIVO Y GESTION EMPRESARIAL EN COPROABAS, JINOTEGA*. Matagalpa.
- FLORES, C. (2013). *ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACION*. MEXICO.
- Flores, S. E. (2015). *PROCESO ADMINISTRATIVO Y GESTION EMPRESARIAL EN COPROABAS, JINOTEGA*. Matagalpa.
- Gestion.org*. (28 de mayo de 2018). Obtenido de *Gestion.org*: <https://www.gestion.org/que-son-los-sistemas-de-gestion/>
- Giovanni, R. (2012). *Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo*. Bogota: Editorial Universidad del Rosario.
- GONZALES LUQUILLAS, J. (2014). *GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL EN EL MARCO DE LA LEY N° 28015 EN EL DISTRITO DE LA VICTORIA - AÑO 2013*. LIMA.

- Gonzalo, G. A. (25 de enero de 2018). *Sage Advice*. Obtenido de Sage Advice:  
<https://www.sage.com/es-es/blog/estos-son-los-beneficios-de-una-gestion-empresarial-moderna-ebook/#>
- GROPRE IMPRENTA DIFERENTE. (05 de JULIO de 2012). Obtenido de GROPRE IMPRENTA DIFERENTE: <https://www.groppeimpresa.com/manuales-blog/84-los-reglamentos-en-una-empresa.html>
- HERNÁNDEZ ESCOBAR, J. (2013). *MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL SEGÚN NUEVAS TENDENCIAS: INTANGIBLES Y CALIDAD TOTAL. APLICACIÓN AL SECTOR CAMARONERO DE VENEZUELA*. Cordoba.
- Idalberto, C. (2008). *Tipos de Organizaciones*. MEXICO.
- Jaime, C. C. (2013). *Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control*. CHICAGO.
- JASMIN, A. (2017). *“La gestión empresarial de las Mypes y su relación con la competitividad de ventas en el emporio de gamarra, La Victoria, 2017*. Lima.
- Karina, D. S. (2018). *Significado e importancia de la planificación para una organización*. Mexico.
- Leonard, A. A. (2017). *GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL DISTRITO DE HUÁNUCO 2017*. HUANUCO.
- LLAMO BURGA, M. J. (2014). *LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LA CADENA PRODUCTIVA DE QUESOS EN EL DISTRITO DE BAMBAMARCA*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Lopez Porto, I. (2012). *la empresa*.
- Lyda., N. (01 de febrero de 2018). *cuida tu dinero*. Obtenido de cuida tu dinero:  
<https://www.cuidatudinero.com/13148023/como-conseguir-el-patrocinio-de-empresas>
- Margarita, C. O. (2012). *Conceptos básicos de Ingeniería en Gestión empresarial*. Orizaba, Veracruz-Mexico.
- Martines C. Yessenia. (18 de mayo de 2014). *mintecon*. Obtenido de mintecon:  
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/18/habilidad-para-la-toma-de-decisiones/>
- Matias, R. (19 de marzo de 2019). *Web y empresas*. Obtenido de Web y empresas:  
<https://www.webyempresas.com/proceso-administrativo/>
- Mendez A., R. (14 de agosto de 2015). *EURORESIDENTE VIDA INTELIGENTE*. Obtenido de EURORESIDENTE VIDA INTELIGENTE:  
<https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/motivacion-empresarial>
- Mistura. (2017). Mistura entre las marcas que mejor representan a los peruanos. *mistura* .
- MONTILLA, O. (2004). *MODELO PARA EVALUACIÓN DE GESTIÓN DE EMPRESAS INDUSTRIALES DEL SUBSECTOR DE COSMÉTICOS*. CALI.

- NAVARRO, & VÁSQUEZ. (2016). *MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA CONTRIBUIR A QUE LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS SEAN CONSIDERADOS COMO TURÍSTICOS, CHACHAPOYAS 2016*. Chachapoyas.
- Osáin, C. L. (2007). *ASESORÍA TÉCNICA Y GERENCIAL ENTRENAMIENTO Y FORMACIÓN*. Guayana.
- PARIONA QUISPE, Y. S. (2016). *LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y EL FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO EN LOS COMERCIANTES DE LA GALERÍA CORTO PLAZO EN LOS COMERCIANTES DE LA GALERÍA*. Lima.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2008). *Definición de organización*. Mexico.
- Perez, M. (2009). *MODELOS ADMINISTRATIVOS*. MEDELLIN.
- PINOS, E. G. (2019). *GESTION EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA COHERVI S.A. DEL CANTON MILAGRO*. ECUADOR .
- Porto, P., & Merino. (20 de JUNIO de 2008). *DEFINICION.DE*. Obtenido de DEFINICION.DE: <https://definicion.de/metodo-deductivo>
- pyme, E. (20 de 05 de 2016). *emprende pyme.pe*. Obtenido de emprende pyme.pe: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-gestion-empresarial.html>
- QUISPE VILLANUEVA , M. C. (2018). *INFLUENCIA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN EMPRESAS DEL SECTOR HOTELERO DEL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA, CAJAMARCA, 2018*. Cajamarca: COPYRIGHT © 2019 Universidad Nacional de Cajamarca.
- Roldán, P. N. (4 de febrero de 2017). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/finanzas.html>
- Sagástegui, & Saldaña. (2016). *DIAGNÓSTICO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DURANTE EL AÑO 2016, DEL RESTAURANTE SAL Y PIMIENTA, DE TRUJILLO, BASADO EN EL MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD*. Trujillo.
- SALAZAR ALVARADO , J. M., & MEDINA CASTRO, V. H. (2017). *PERTINENCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL ENTORNO ORGANIZACIONAL O DE EMPRENDIMIENTO*. Milagro , Ecuador.
- SANCHEZ MANZANARES, J. M. (2015). *gestion administratita y calidad de servivio de la oficina principal del banco de la nacion y su influencia en la fidelizacion de los usuarios en el periodo 2015*. Chiclayo.
- Sevilla Arias, A. (2018 de mayo de 11). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/logistica.html>
- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert JR, D. (2006). *Administracion*. Nueva York: editorial asistent:renne pelletier.
- Thompson, I. (22 de junio de 2011). *Marketing-free.com*. Obtenido de Marketing-free.com: <https://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

Vega González , R. J., & Cubas Campos, A. A. (2017). *GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES DE LECHE DEL CENTRO POBLADO COMBAYO, DISTRITO LA ENCAÑADA-CAJAMARCA -2017*. Cajamarca.

Vilchez Torres, M. K. (2017). *PROPUESTA DE NEGOCIO DE SERVICIOS PROFESIONALES ENFOCADO EN EL DESEMPEÑO EMPRESARIAL DE LA PEQUEÑA Y MICROEMPRESA, CAJAMARCA*. Cajamarca.

Wehrich, H., Cannice, M., & Koontz, H. (2017). *Administración una perspectiva global, empresarial y de innovación* . Mexico: McGraw-Hill/interamericanaeditores S.A de CV.

Wehrich, H., Cannice, M., & Koontz, H. (2017). *ADMINISTRACION UNA PERSPECTIVA GLOBAL, EMPRESARIAL Y DE INNOVACION* . MEXICO : McGraw-Hill/Interamericanas Editores, S.A.de C.V.

Wehrich, H. (s.f.).

## ANEXOS

### ANEXO A:

#### **LA GESTION EMPRESARIAL EN LOS RESTAURANTES CAMPESTRES DEL DISTRITO DE CAJAMARCA 2018.**

Estimado Señor(a) la siguiente encuesta tiene por finalidad desarrollar un análisis de la gestión empresarial en los restaurantes campestres del Distrito de Cajamarca. Agradecemos su valiosa colaboración con este trabajo de investigación.

Nombre:

Correo electrónico:

Restaurante:

Fecha:

Teléfono:

Marque los espacios en blanco con una “X” según la respuesta que para usted sea la indicada. Gracias por su colaboración.

| GESTION EMPRESARIAL  | ESCALA DE VALORACION |      |         |       |           |
|--|----------------------|------|---------|-------|-----------|
|  | Muy Malo             | Malo | Regular | Bueno | Muy Bueno |
| - PLANEACION   | Muy Malo             |      |         |       | Muy Bueno |
| 1. ¿Cómo lo considera usted el desarrollo de sus estrategias en la organización? |                      |      |         |       |           |
| 2. ¿Usted cómo considera los objetivos de su empresa?                            |                      |      |         |       |           |
| 3. ¿Cómo considera su misión de la empresa?                                      |                      |      |         |       |           |
| 4. ¿Cómo considera su visión de la empresa?                                      |                      |      |         |       |           |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| 5. ¿Cómo considera los valores de su empresa?                         |  |  |  |  |  |
| <b>- ORGANIZACIÓN</b>   |  |  |  |  |  |
| 6. ¿Usted cómo considera el desarrollo de los manuales de la empresa? |  |  |  |  |  |
| 7. ¿Cómo considera usted el reglamento de la empresa?                 |  |  |  |  |  |
| 8. ¿Cómo considera usted el organigrama de su empresa?                |  |  |  |  |  |
| 9. ¿Cómo considera usted los perfiles de sus colaboradores?           |  |  |  |  |  |
| <b>- DIRECCION</b>  |  |  |  |  |  |
| 10. ¿Cómo considera usted la toma de decisiones en su organización?   |  |  |  |  |  |
| 11. ¿Cómo considera la motivación en su empresa?                      |  |  |  |  |  |
| 12. ¿Cómo considera la comunicación en su empresa?                    |  |  |  |  |  |
| <b>- CONTROL</b>  |  |  |  |  |  |
| 13. ¿Usted cómo considera la producción de su empresa?                |  |  |  |  |  |
| 14. ¿Usted cómo considera la logística de su empresa?                 |  |  |  |  |  |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| 15. ¿Cómo considera usted los procesos que desarrolla su empresa?             |  |  |  |  |  |
| 16. ¿Cómo considera usted el marketing que viene desarrollando en su empresa? |  |  |  |  |  |
| 17. ¿Usted cómo considera sus finanzas de su empresa?                         |  |  |  |  |  |

**Tabla N°11.** Misión de su empresa

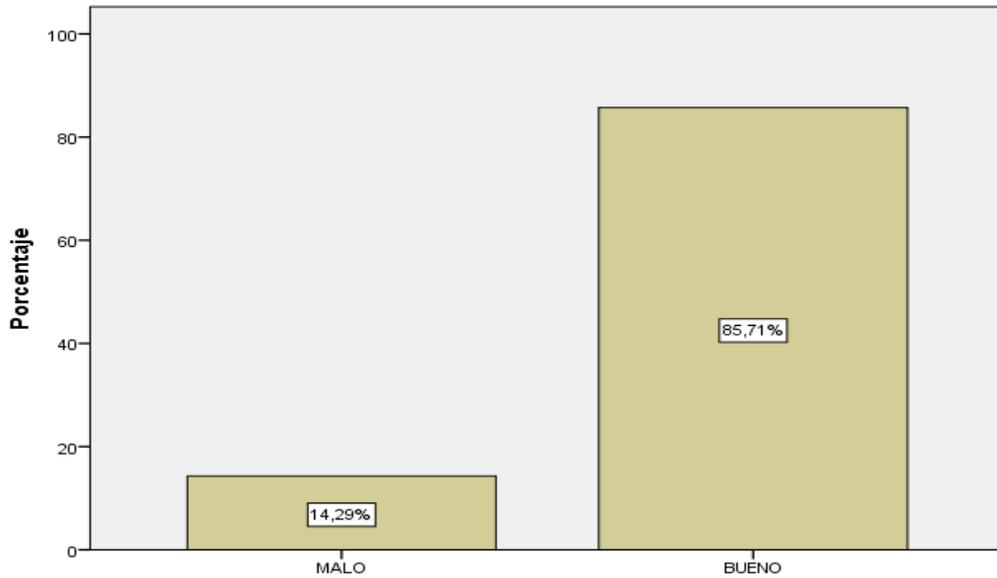
---

|       |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|-------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | MALO  | 1          | 14,3       | 14,3                 | 14,3                    |
| o     | BUEN  | 6          | 85,7       | 85,7                 | 100,0                   |
|       | O     |            |            |                      |                         |
|       | Total | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

---

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campesinos donde se dice que 1 restaurante su misión es mala y 6 restaurantes consideran que es bueno.



*Figura N° 03: Misión de su empresa*

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 14,29 % considera que su misión es mala, el 85,71% considera que su misión es buena.

**Tabla N°12. Visión de su empresa**

|       |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR      | 1          | 14,3       | 14,3                 | 14,3                    |
| o     | BUENO        | 4          | 57,1       | 57,1                 | 71,4                    |
|       | MUY<br>BUENO | 2          | 28,6       | 28,6                 | 100,0                   |
|       | Total        | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

*Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.*

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 1 restaurante su visión es regular y 4 restaurantes consideran que es bueno y 2 restaurantes se califican como muy bueno.

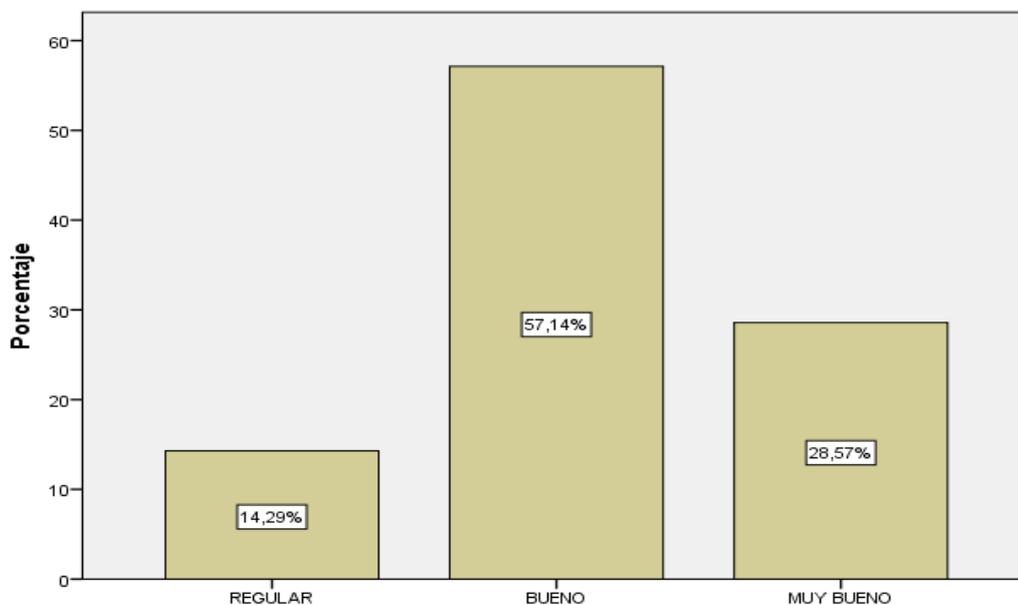


Figura N° 04: Visión de su empresa

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 14,29 % considera que su visión es regular, el 57,14% que es buena y el 28,57% considera que su visión es muy buena.

Tabla N°13. Valores de su empresa

|       |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR      | 1          | 14,3       | 14,3                 | 14,3                    |
| o     | BUENO        | 5          | 71,4       | 71,4                 | 85,7                    |
|       | MUY<br>BUENO | 1          | 14,3       | 14,3                 | 100,0                   |
|       | Total        | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 1 restaurante sus valores es regular y 5 restaurantes consideran que es bueno y 1 restaurante se califican como muy bueno.

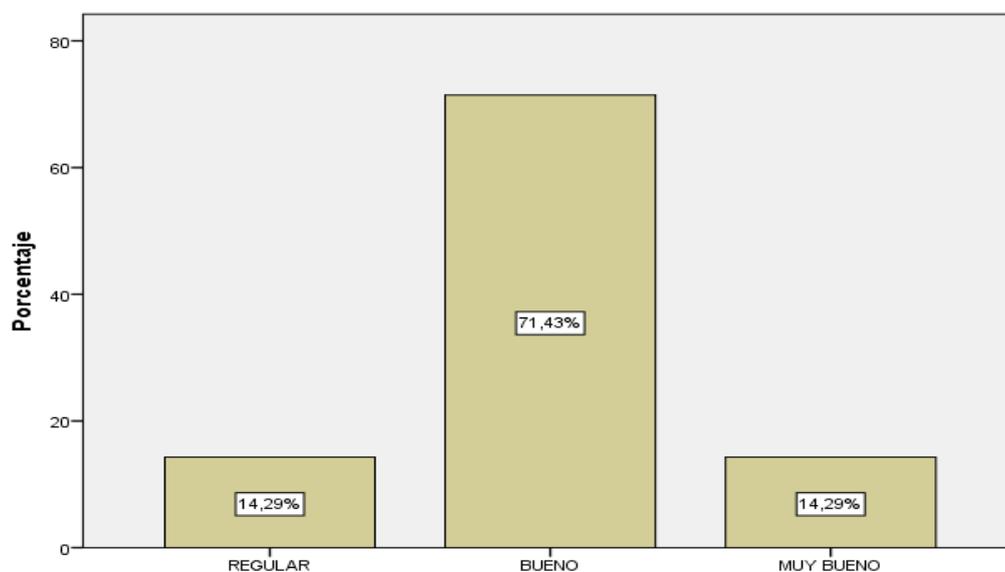


Figura N° 05: Valores de su empresa

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 14,29 % considera que su valor es regular, el 71,43% que es buen y el 14,29% considera que sus Valores es muy bueno.

Tabla N°14. Manuales de su empresa

|       |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR      | 3          | 42,9       | 42,9                 | 42,9                    |
| o     | BUENO        | 3          | 42,9       | 42,9                 | 85,7                    |
|       | MUY<br>BUENO | 1          | 14,3       | 14,3                 | 100,0                   |
|       | Total        | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 3 restaurantes sus manuales es regular y 3 restaurantes consideran que es bueno y 1 restaurante se califican como muy bueno.

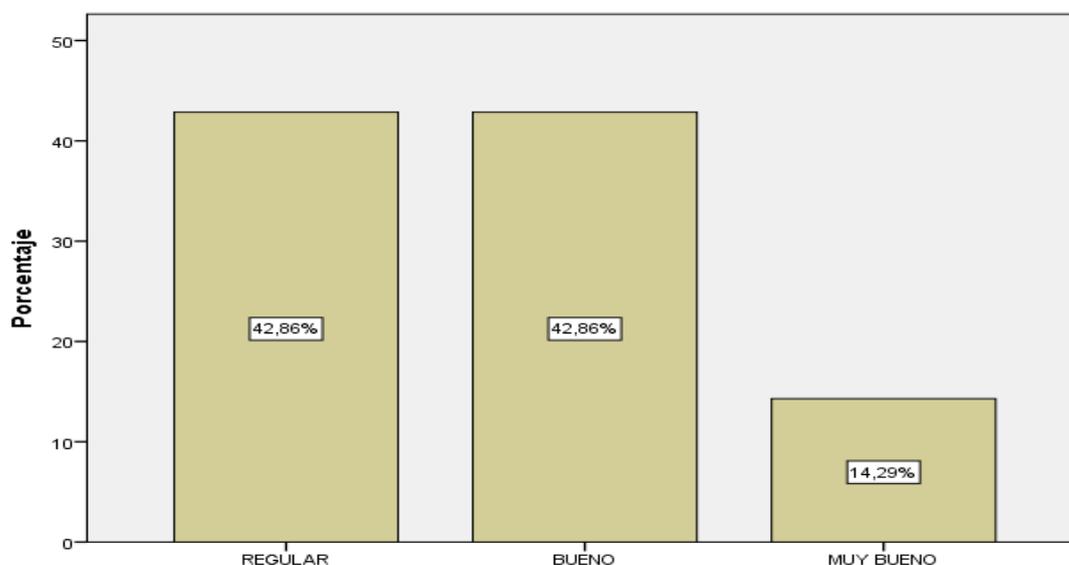


Figura N° 06: Manuales de su empresa

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 42,86 % considera que sus manuales regular, el 42,86% que es bueno y el 14,29% considera que sus manuales son muy buenos.

Tabla N°15. Perfiles de sus colaboradores.

|       |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | BUENO        | 6          | 85,7       | 85,7                 | 85,7                    |
| o     | MUY<br>BUENO | 1          | 14,3       | 14,3                 | 100,0                   |
|       | Total        | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 6 restaurantes sus perfiles consideran que es bueno y 1 restaurantes se califican como muy bueno.

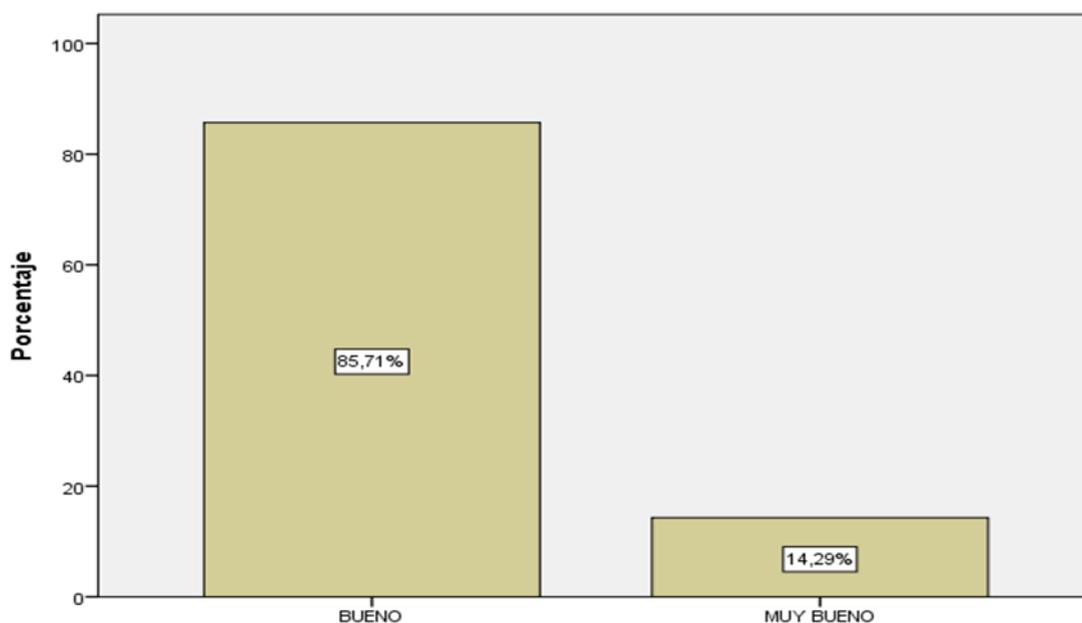


Figura N° 09: Perfiles de sus colaboradores

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 85,71% considera que su perfil es bueno y el 14,29% considera que su perfil es muy bueno.

Tabla N°16. Comunicación de su empresa.

|       |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | BUENO        | 6          | 85,7       | 85,7                 | 85,7                    |
| o     | MUY<br>BUENO | 1          | 14,3       | 14,3                 | 100,0                   |
|       | Total        | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes su comunicación es buena y 1 restaurantes se califican como muy bueno.

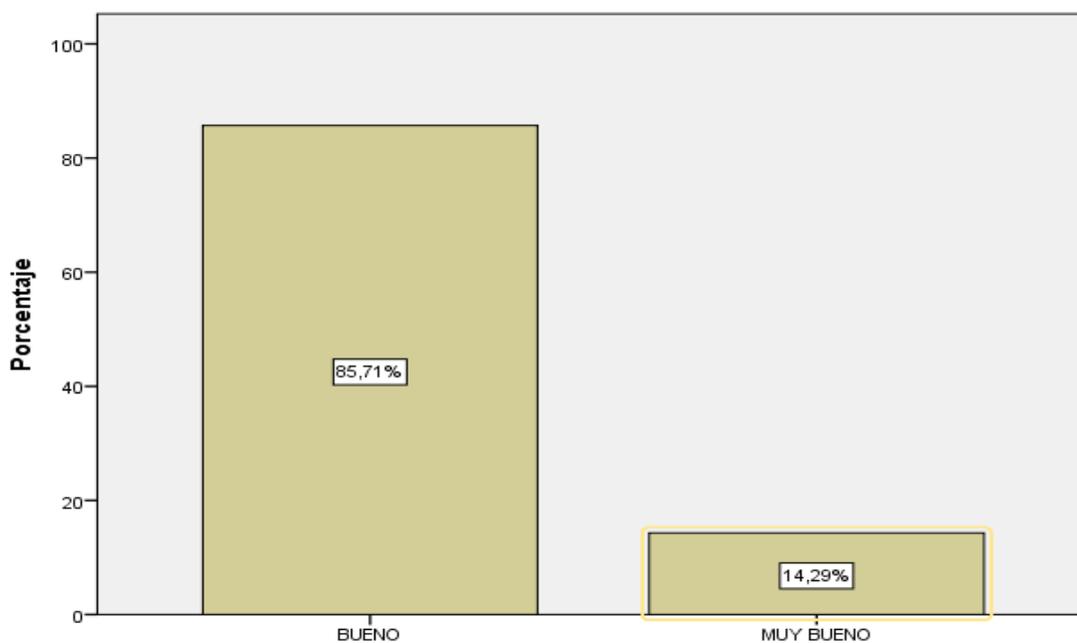


Figura N° 12: Comunicación en su empresa

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 85,71 % considera que su comunicación es buena y el 14,29% considera que su comunicación es muy buena.

Tabla N°17. Logística de su empresa.

|       |        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | REGULA | 2          | 28,6       | 28,6              | 28,6                 |
| o     | R      |            |            |                   |                      |
|       | BUENO  | 5          | 71,4       | 71,4              | 100,0                |
|       | Total  | 7          | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes logística es bueno y 5 restaurantes se califican como bueno.

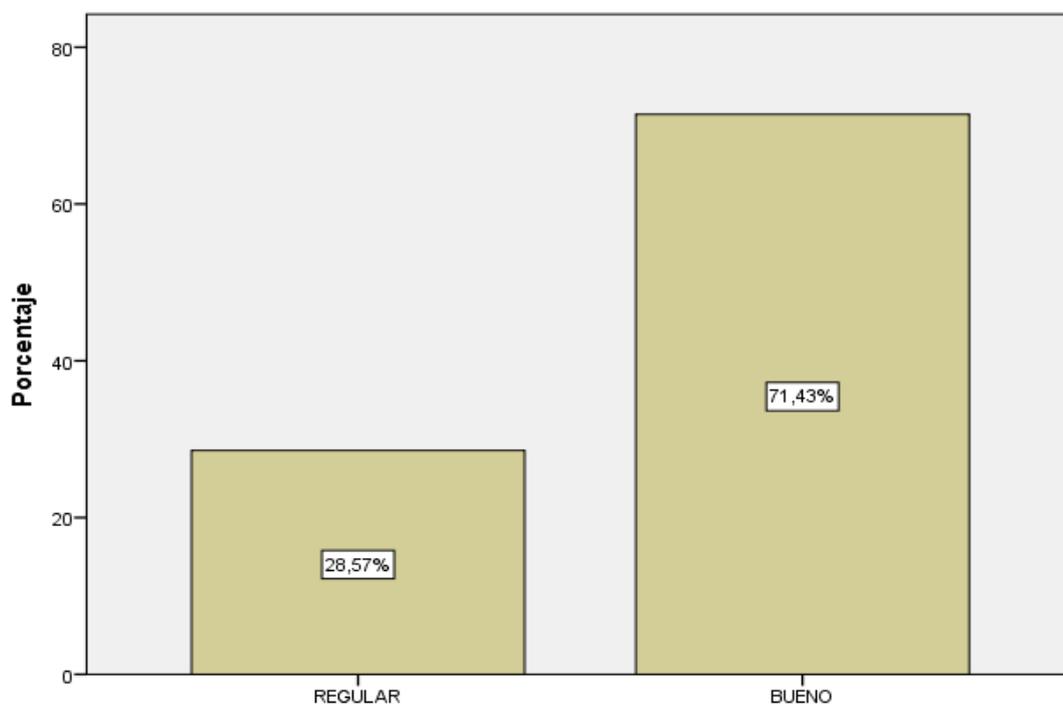


Figura N° 14: Logística en su empresa

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 28,57 % considera que su logística es regular y el 71,43% considera que su logística es buena.

Tabla N°18. Procesos que desarrolla su empresa.

|       |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR   | 2          | 28,6       | 28,6                 | 28,6                    |
| o     | BUENO     | 3          | 42,9       | 42,9                 | 71,4                    |
|       | MUY BUENO | 2          | 28,6       | 28,6                 | 100,0                   |
|       | Total     | 7          | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes su desarrollo es regular y 3 restaurantes consideran que es bueno y 2 restaurantes se califican como muy bueno.

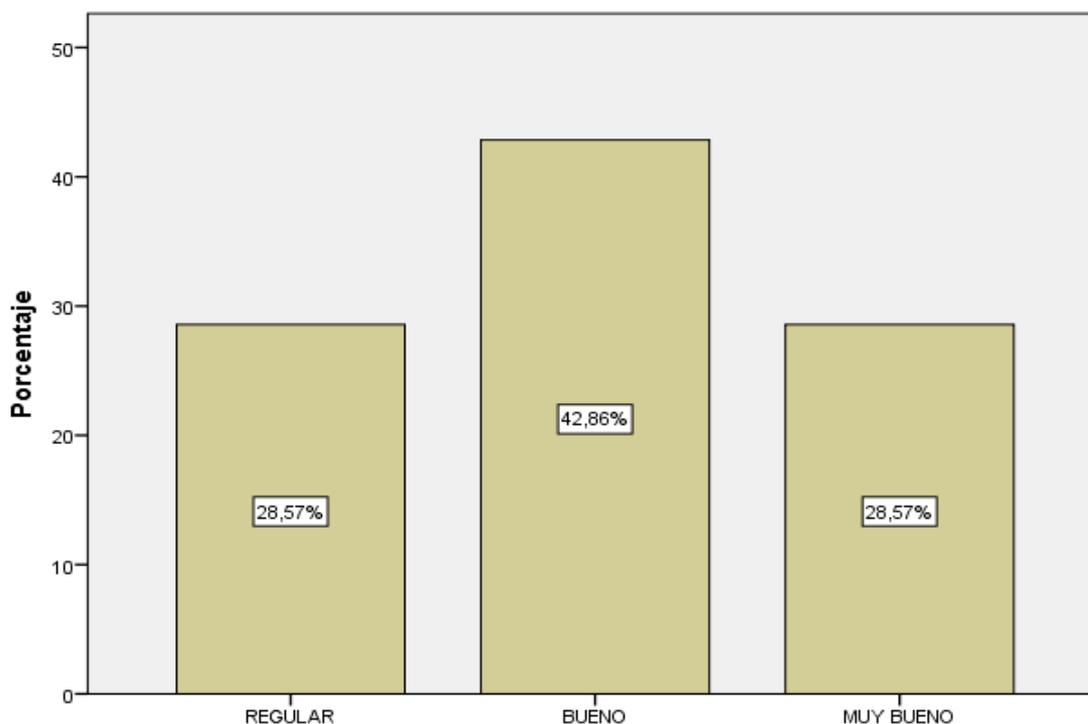


Figura N° 15: Procesos que desarrolla su empresa

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 28,57% considera que sus procesos que desarrolla son regular, el 42,86% que es bueno y el 28,57% considera que su proceso que desarrolla es muy bueno.

**Tabla N°19.** Marketing que viene desarrollando su empresa.

|       |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|-------|---------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | REGULAR | 2          | 28,6       | 28,6                 | 28,6                    |
| o     | BUENO   | 3          | 42,9       | 42,9                 | 71,4                    |

|           |   |       |       |       |
|-----------|---|-------|-------|-------|
| MUY BUENO | 2 | 28,6  | 28,6  | 100,0 |
| BUENO     | 3 | 42,9  | 42,9  | 100,0 |
| REGULAR   | 2 | 28,6  | 28,6  | 100,0 |
| Total     | 7 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Resultados de la aplicación de la encuesta.

Se encuestó a 7 restaurantes campestres donde se dice que 2 restaurantes su marketing es regular y 3 restaurantes consideran que es bueno y 2 restaurantes se califican como muy bueno.

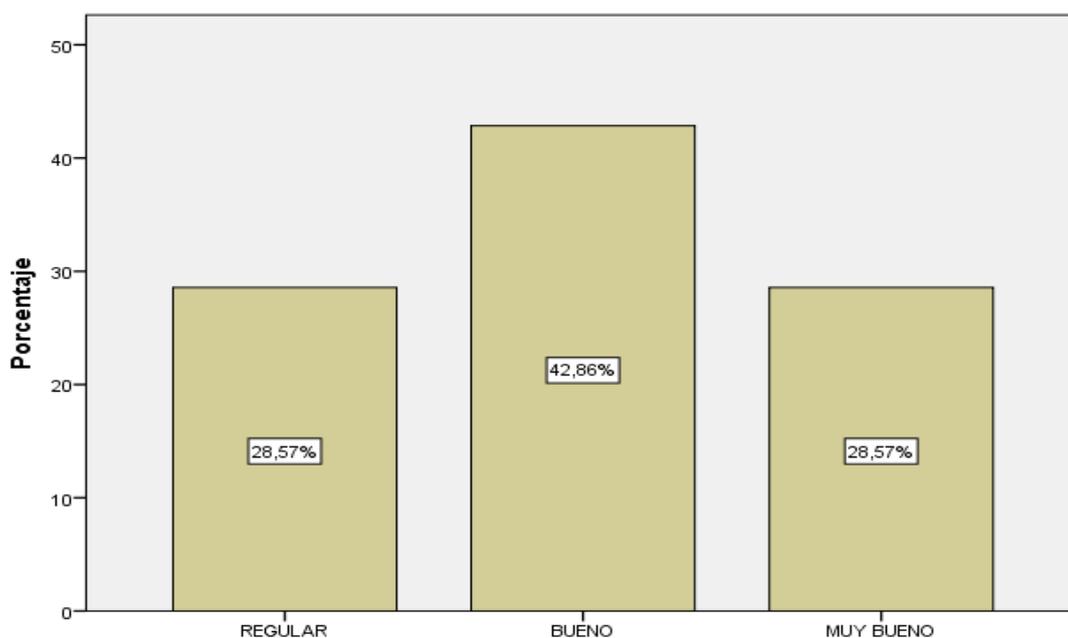


Figura N° 16: Procesos que desarrolla su empresa

En la encuesta realizada a los 7 restaurantes Campestres del distrito de Cajamarca, se obtiene que de un total del 100 %, el 28,57% considera que su marketing es regular, el 42,86% que es bueno y el 28,57% considera que su marketing muy bueno.

## ANEXO B

Guía de entrevista para los Gerentes de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca.

1. ¿Cómo nació la idea de empezar el restaurante?
2. ¿Cuántos años tiene su restaurante en el mercado?
3. ¿Con cuántos trabajadores empezó?
4. ¿Cuántos trabajadores cuenta hoy en día?
5. ¿Cuántos platos ofrecía cuando se inició?
6. ¿Cuántos platos ofrece ahora?
7. ¿Ha tenido alguna época de crisis económica fuerte?
8. ¿Cómo la supero?
9. ¿Cómo se diferencia de sus competidores?
10. ¿Ha recibido capacitaciones en temas administrativos por parte de alguna institución privada o pública?

| <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <b>RESTAURANT</b><br/> <b>PREGUNTA</b> </div> | <b>EL BOÑON</b>  | <b>LA NORIA</b>  | <b>EL SARCO</b>   | <b>LA CAMPIÑA</b>  | <b>D'MARIE</b>  | <b>EL TIESTO</b>  | <b>CASTOPE</b>  |
|--|--|--|---|--|---|---|---|
| 1. ¿Cómo nació la idea de empezar el restaurante?  | Por la necesidad de generar ingresos, ya que tuve hijos y no había como mantenerlos busque la mejor opción para salir adelante | Vi la manera de ofrecer un lugar agradable para las personas a que pasen buenos momentos familiares y die porque no un restaurante campestre y así fue mi inicio | Necesitamos un lugar más amplio y recreativo por ello decidimos abrir nuestro local como El Zarco campestre | En Cajamarca no había restaurantes campestres y me surgió la idea de iniciar el negocio e innovar. | Nosotros contamos con un terreno muy amplio, y a mi esposo que quiero hacer algo producir ms tierras y u día me dijo ya está inicia y así fue como iniciamos. | Compré el local y dije tengo que invertir en algo y con el apoyo de mi familia empezamos con el restaurante campestre y está cerca de la ciudad | Teníamos un local en baños y vimos que mucha gente de Cajamarca iba hasta baños y decidimos abrir el local aquí |

|  |                      |                                      |                               |  |  |  |   |
|--|----------------------|--------------------------------------|-------------------------------|--|--|--|---|
| 2. ¿Cuántos años tiene su restaurante en el mercado? | 30 años              | Con más de 9 años                    | Más de 28 años                | Más de 19 años en el mercado Cajamarquino  | ya con 10 años en el mercado   | Ya estamos en el mercado con más de 10 años      | aproximadamente 10 años en el mercado del distrito de Cajamarca |
| 3. ¿Con cuántos trabajadores empezó?                 | con 2 mi esposa y yo | con 3                                | con 4                         | Con 3  | Con 4 la empresa es familiar   | con tres es familiar el negocio que tenemos      | con 3   |
| 4. ¿Cuántos trabajadores cuenta hoy en día?          | con 14 trabajadores  | fin de semana 12 y normalmente con 8 | con 12 y fin de semana con 18 | con 9 y eventos y feriados con 18 a 20 según la demanda de clientes que tengamos | 16 trabajadores de la zona ya que me es más fácil lidiar con ellos y pensamos en crecer más. | con 9 es una empresa familiar como ya le comenté | con 24  |

|  |  |  |                                  |   |   |                                      |                 |
|--|--|--|----------------------------------|---|---|--------------------------------------|-----------------|
| 5. ¿Cuántos platos ofrecía cuando se inició?           | con 2 chancho al palo y cordero al palo      | tan solo con platos típicos de la zona | 6 platos                         | con 6 platos                                  | Con 6 a 7 platos tipos de la zona   | con un promedio de 5 platos          | con 8           |
| 6. ¿Cuántos platos ofrece ahora?                       | con 14 platos                                | con una variedad de más de 20 platos   | con más de 30 con mucha variedad | Más de 30 platos en diferentes presentaciones | Ofrecemos más de 30 platos como plato bandera tenemos las cecinas chilpadas de nuestros propios becerros. | con una variedad de más de 20 platos | 30 a más platos |
| 7. ¿Ha tenido alguna época de crisis económica fuerte? | Si, en el año 2014 por el tema de la minería | si                                     | si                               | Si, fue muy duro                              | Si en el 2013-2014  | si                                   | Si              |

|   |  |  |   |   |   |   |  |
|---|--|--|---|---|---|---|--|
| 8. ¿Cómo la supero?   | Centrándonos más en los turistas, que en la gente de Cajamarca | con apoyo familiar y de créditos bancario                                  | con la ayuda de mi familia y financiera | Con ayuda financiera de un banco                          | Siempre con la ayuda de Dios siempre le pido a él | con la ayuda de mi familia  | con reinversión en el sector privado (préstamo bancario)                                       |
| 9. ¿Cómo se diferencia de sus competidores?   | la buena atención, calidad, sabor único y precios bajos        | por mi buena atención, el establecimiento y la comida que es muy agradable | por el buen trato                       | Por el trato a mis clientes de mi personal, por la sazón. | Por el buen trato                                 | Por mi infraestructura que es muy acogedora, el trato hacia mis clientes y la sazón | Somos una empresa que brinda productos de calidad, variedad de platos y atención especializada |
| 10. ¿Ha recibido capacitaciones en temas administrativos por parte de alguna institución privada o pública? | no ninguna   | no hasta el momento  | no ninguna                              | No ninguna  | Si, de una empresa privada de Lima                | No, ninguna   | no hasta el momento  |

| NOMBRE<br>COMERCIAL | NOMBRES DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS Y ENCUESTADAS                                   |
|---------------------|---|
| CASTOPE             | Saúl Lucano Cóndor (Administrador)  |
| D´marie             | Nore Mirella Silva Abanto (Gerente)   |
| La Noria            | María del Mar Mejía Huamán (Administradora)   |
| La Campiña          | Jhuly Chávez Rojas (Administradora)   |
| El Boñon            | Gregorio Boñon (Gerente)<br><br>Juan Gabriel Boñon Faichin (Administrador)            |
| El tiesto           | Amelia Roxana Aquino Salazar (Administradora)<br><br>Félix Aquino Escalante (Gerente) |
| El zarco            | Héctor León (Gerente)   |

## ANEXO C

### LISTA DE RESTAURANTES

| NOMBRE<br>COMERCIAL | RAZON<br>SOCIAL | TELEFONO     | DIRECCION  |
|---------------------|-----------------|--------------|--|
| CASTOPE             | 206001702450    | (076) 287870 | Cajamarca 06001,<br><i>VIA DE EVITAMIENTO CAJAMARCA</i>            |
| D´marie Posada      | 10266073521     | 964 775 957  | km 4 carretera -Jesús, Cajamarca                                   |
| La Noria            | 10266965899     | 943 747 359  | Carretera a Otuzco Km 5.5, Cajamarca                               |
| La Campiña          | 20602938014     | 976 391 363  | Av. Hoyos Rubio #2015, Cajamarca 06000                             |
| El Boñon            | 10266116140     | 976 665 273  | Cajamarca 06003, Jr. Luz Divina N° 204-Huacariz-<br>Valle Hermoso. |
| El tiesto           | 20529534052     | (076) 365417 | n 298, Antonio Astopilco, Cajamarca                                |
| El zarco            | 20411022413     | (076) 341085 | Cajamarca 06001  |

**ANEXO C** Titulo La Gestión Empresarial en los Restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca, 2018.

| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA   | OBJETIVOS   | VARIABLES  | POBLACIÓN Y MUESTRA  | DISEÑO   | TÉCNICAS E INSTRUMENTO  | ESTADÍSTICA            |
|--|---|--|--|--|---|------------------------|
| <p><b>Pregunta general</b><br/>¿De qué manera la gestión empresarial influye en los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?</p>   | <p><b>Objetivo general</b><br/>Determinar si la gestión empresarial influye en los restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca ,2018.</p>   | <p><b>Variable 1</b><br/>Gestión Empresarial</p> | <p><b>Población:</b><br/>7 restaurantes Campestres del Distrito de Cajamarca</p> | <p><b>Método:</b><br/>* <b>Descriptiva</b></p> <p><b>Nivel investigativo:</b><br/>* Descriptivo</p> <p><b>Tipo de investigación:</b><br/>de<br/>Enfoque cuantitativo</p> <p><b>Diseño:</b><br/>No experimental</p> | <p><b>Técnicas:</b><br/>* Entrevista<br/>* Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b><br/>- Encuesta<br/>- Entrevista</p> | <p>Excel y SPSS 25</p> |
| <p><b>Preguntas Específicas</b></p> <p>*¿De qué modo la gestión empresarial influye en la planeación de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?</p> <p>*¿De qué modo la gestión empresarial influye en la organización de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?</p> <p>*¿De qué modo la gestión empresarial influye en la dirección de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca, 2018?</p> <p>*De qué modo la gestión empresarial influye en el control de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018?</p> | <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>* Determinar si la gestión empresarial influye en la planeación de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018.</p> <p>*Determinar si la gestión empresarial influye en la organización de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018.</p> <p>*Determinar si la gestión empresarial influye en la dirección de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018.</p> <p>* Determinar si la gestión empresarial influye en el control de los restaurantes campestres del distrito de Cajamarca ,2018.</p> |  | <p><b>Muestra:</b><br/>7 administradores y gerentes</p>                          |  |   |                        |

