

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN
AGRONEGOCIOS**



**“INFLUENCIA DEL GÉNERO EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS
NEGOCIOS DEL SECTOR CULINARIO EN LA CIUDAD BAMBAMARCA”**

T E S I S

Para Optar el Título Profesional de:

INGENIERO EN AGRONEGOCIOS

Presentado por la Bachiller:

EDITA ADELAIDA IDROGO SOLANO

ASESOR

Dr. ISIDRO RIMARACHÍN CABRERA


CAJAMARCA – PERÚ

2024

CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador: EDITA ADELAIDA IDROGO SOLANO
DNI: 48314188
Escuela Profesional/Unidad UNC: INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS
2. Asesor: ISIDRO RIMARACHÍN CABRERA
Facultad/Unidad UNC: CIENCIAS AGRARIAS
3. Grado académico o título profesional
 Bachiller Título profesional Segunda especialidad
 Maestro Doctor
4. Tipo de Investigación:
 Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional
 Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación: "INFLUENCIA DEL GÉNERO EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL SECTOR CULINARIO EN LA CIUDAD DE BAMBAMARCA"
6. Fecha de evaluación: 29/05/2024
7. Software antiplagio: TURNITIN URKUND (OURIGINAL) (*)
8. Porcentaje de Informe de Similitud: 16%
9. Código Documento: oid: 3117: 358035727
10. Resultado de la Evaluación de Similitud:
 APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 29/05/2024

<i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i>
 _____ Isidro Rimarachín Cabrera DNI: 26676820

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

"NORTE DE LA UNIVERSIDAD PERUANA"

Fundada por Ley N° 14015, del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

Secretaría Académica



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Cajamarca, a los diecinueve días del mes de enero del año dos mil veinticuatro, se reunieron en el ambiente 2C - 202 de la Facultad de Ciencias Agrarias, los miembros del Jurado, designados según **Resolución de Consejo de Facultad N° 218-2023-FCA-UNC, de fecha 15 de mayo del 2023**, con la finalidad de evaluar la sustentación de la TESIS titulada: **"INFLUENCIA DEL GÉNERO EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL SECTOR CULINARIO EN LA CIUDAD DE BAMBAMARCA"**, realizada por la Bachiller **EDITA ADELAIDA IDROGO SOLANO** para optar el Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las diecisiete horas y treinta minutos, de acuerdo a lo establecido en el **Reglamento Interno para la Obtención de Título Profesional de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cajamarca**, el Presidente del Jurado dio por iniciado el Acto de Sustentación, luego de concluida la exposición, los miembros del Jurado procedieron a la formulación de preguntas y posterior deliberación. Acto seguido, el Presidente del Jurado anunció la aprobación por unanimidad, con el calificativo de dieciséis (16); por tanto, la Bachiller queda expedita para proceder con los trámites que conlleven a la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EN AGRONEGOCIOS**.

A las dieciocho horas y cincuenta minutos del mismo día, el Presidente del Jurado dio por concluido el Acto de Sustentación.

MBA Ing. Santiago Demetrio Medina Miranda
PRESIDENTE

Ing. José Lizandro Silva Mego
SECRETARIO

Ing. Mg. Sc. Jhon Anthony Vergara Copacandori
VOCAL

Dr. Isidro Rimarachin Cabrera
ASESOR

A:
Dios Todopoderoso,

*Mi madre, hermana, esposo y amigos por su apoyo moral; a mi asesor por compartir
sus conocimientos*

Agradecimiento

A mi madre Cresencia Solano Medina,

a mi hija y a un hermano en especial,

por su apoyo permanente y comprensión en todo tiempo

para lograr mis objetivos.

A mi asesor Dr. Isidro Rimarachín Cabrera

Por su apoyo incondicional y motivación constante

Aquellas personas que contribuyeron con la recolección de datos,

lo que me facilitó la realización de esta tesis

Índice General

Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Índice General.....	vi
Índice de Figuras	ix
Índice de anexos	viii
I. Introducción	01
1.1. Descripción del problema.....	02
1.2. Formulación del problema.....	04
1.3. Justificación.....	04
1.4. Objetivos.....	06
1.4.1. Objetivo general	06
1.4.2. Objetivos específicos.....	06
1.5. Hipótesis	07
II. Revisión de Literatura	07
2.1. Antecedentes.....	07
2.2. Marco teórico.....	11
2.2.1. El proceso administrativo.....	11
2.2.1.1. Planeación.....	11
2.2.1.2. Organización.....	13
2.2.1.3. Dirección.....	14
2.2.1.4. Control	15
2.2.2. Teorías sobre el género.....	16

2.2.2.1. Concepto de género	17
2.2.2.2. Rol de género	17
2.3. Definición de términos	18
III. Materiales y Métodos	21
3.1. Ubicación.....	21
3.2. Materiales	21
3.3. Metodología.....	22
IV. Resultados y Discusión	24
4.1. Datos generales del propietario	24
4.2. Datos del negocio	27
4.2.1. Datos generales.....	27
4.2.2. Datos sobre la administración	37
4.2.2.1. Planeación.....	37
4.2.2.2. Organización.....	44
4.2.2.3. Dirección.....	47
4.2.2.4. Control	51
4.3. Datos sobre el género	54
4.4. Comparación de resultados según el género	60
4.4.1. Comparación del proceso administrativo según el género	60
4.4.1.1. Planeación.....	62
4.4.1.2. Organización.....	67
4.4.1.3. Dirección.....	71
4.4.1.4. Control	75

4.4.2. Comparación de la productividad según el género.....	78
4.4.3 Teorías de género	81
V. Conclusiones	86
VI. Recomendaciones.....	88
VII. Bibliografía.....	89
Anexos.....	97
<i>Anexos 1.</i> Cuestionario aplicado a los propietarios de los establecimientos culinarios.	97
<i>Anexos 2.</i> Alfa de Cronbach aplicado al cuestionario de los productores.....	110
<i>Anexos 3.</i> Fotografía de representantes de establecimientos culinarios encuestados	112

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Religión de los propietarios de los centros culinarios	24
<i>Figura 2.</i> Estado civil de los propietarios de los centros culinarios	25
<i>Figura 3.</i> Localización de los centros culinarios	25
<i>Figura 4.</i> Sexo de los propietarios de los centros culinarios	26
<i>Figura 5.</i> Nivel Educativo de los propietarios de los centros culinarios	27
<i>Figura 6.</i> Tipo de establecimiento	29
<i>Figura 7.</i> Forma de pago en el establecimiento culinario	29
<i>Figura 8.</i> Percepción de la aptitud de la ubicación del establecimiento.....	30
<i>Figura 9.</i> Percepción de la mejor ubicación del establecimiento	31
<i>Figura 10.</i> Aforo del establecimiento culinario.....	31
<i>Figura 11.</i> Número de clientes diarios que atiende en el establecimiento	32
<i>Figura 12.</i> Horarios de atención (turnos) en los establecimientos culinarios	33
<i>Figura 13.</i> Servicio recreativo en los establecimientos	33
<i>Figura 14.</i> Establecimientos culinarios que cuentan con zona de estacionamiento.....	34
<i>Figura 15.</i> Capacidad que tiene el establecimiento culinario para estacionamiento de vehículos.....	35
<i>Figura 16.</i> Número de empleados que cuentan los establecimientos culinarios	36
<i>Figura 17.</i> Establecimientos culinarios que cuentan con certificado de manipulación de alimentos	37
<i>Figura 18.</i> Establecimientos culinarios que están inscritos en registros públicos.....	38
<i>Figura 19.</i> Propietarios que cuentan con conocimiento de visión de negocio	38
<i>Figura 20.</i> Establecimientos culinarios que cuentan con visión de negocio	39
<i>Figura 21.</i> Propietarios de establecimientos culinarios que conocen de misión de negocio	40

Figura 22. Establecimientos culinarios que cuentan con una misión de negocio formulada	40
Figura 23. Conocimiento de los Objetivos estratégicos por parte de los propietarios de los establecimientos	41
Figura 24. Establecimientos culinarios que cuentan con objetivos estratégicos.....	41
Figura 25. Establecimientos culinarios que cuentan con objetivos específicos.....	42
Figura 26. Establecimientos culinarios que cuentan con objetivos realistas	42
Figura 27. Establecimientos culinarios que cuentan con objetivos que buscan la participación de todos los integrantes de la empresa	43
Figura 28. Establecimientos culinarios que dentro de los objetivos buscan la integración de la empresa.....	44
Figura 29. Establecimientos culinarios que cuentan con una especialización en el negocio	45
Figura 30. Centralización de la toma de decisiones en los establecimientos culinarios	45
Figura 31. Establecimientos culinarios que cuenten con supervisores que controlen el desarrollo de tareas.....	46
Figura 32. Número de empleados que tiene a su cargo en el establecimiento culinario.....	47
Figura 33. Nivel de motivación de los trabajadores en los establecimientos culinarios.....	48
Figura 34. Existe supervisión de la empresa en los establecimientos culinarios	49
Figura 35. Nivel de supervisión de la empresa en los establecimientos culinarios	50
Figura 36. Establecimientos culinarios que cuenta con un líder asertivo	50
Figura 37. Tipo de liderazgo en el establecimiento culinario que cuenta con un líder asertivo	51
Figura 38. Nivel de control de la empresa en el establecimiento culinario	52
Figura 39. Establecimientos culinarios que cuentan con una evaluación de desempeño ...	53
Figura 40. Establecimientos culinarios que toman acciones correctivas cuando es necesario	54

Figura 41. Género del administrador en los establecimientos culinarios.....	55
Figura 42. Establecimientos culinarios que las mujeres ocupan altos cargos.....	55
Figura 43. Actividades que cumplen los hombres en los establecimientos culinarios	56
Figura 44. Actividades que cumplen las mujeres en los establecimientos culinarios.....	57
Figura 45. Limitaciones que tienen los hombres en establecimientos culinarios	58
Figura 46. Limitaciones que tienen las mujeres en establecimientos culinarios.....	58
Figura 47. Oportunidades que tienen los hombres en desmedro de las mujeres en establecimientos culinarios	59
Figura 48. Oportunidades que tienen las mujeres en desmedro de los hombres en establecimientos culinarios	60
Figura 49. Localización de establecimientos culinarios según el género del administrador	6
	1
Figura 50. Tipo de establecimientos culinarios según el género del administrador	61
Figura 51. Forma de pago de los establecimientos culinarios según el género del administrador.....	62
Figura 52. La planeación según género y tipo de establecimiento	64
Figura 53. Planeación según el género del administrador.....	65
Figura 54. Establecimientos culinarios que cuentan con conocimiento de visión según el género del administrador.....	66
Figura 55. Establecimientos culinarios que conocen de misión según el género del administrador.....	66
Figura 56. Establecimientos culinarios que cuentan con conocimiento de objetivos estratégicos según el género del administrador	67
Figura 57. Especialización de los establecimientos culinarios según el género del administrador.....	68
Figura 58. Centralización de la toma de decisiones según el género en los establecimientos culinarios	69

Figura 59. La especialización según el género y tipo de establecimiento	70
Figura 60. La centralización según el género y tipo de establecimiento	71
Figura 61. La supervisión y la motivación según el género y el tipo de establecimiento...	73
Figura 62. Tipo de liderazgo según el género del administrador	75
Figura 63. Evaluación de desempeño y acciones correctivas según género y tipo de establecimiento.....	76
Figura 64. Nivel de control de la empresa según el género del administrador	78
Figura 65. Número de clientes que atienden por día según el género del administrador en los establecimientos culinarios.....	79
Figura 66. Capacidad de local según el género del administrador en los establecimientos culinarios	80
Figura 67. Número de empleados según el género del administrador en los establecimientos culinarios	80
Figura 68. Ocupan altos cargos las mujeres en la empresa según el género del administrador	81
Figura 69. Actividades que cumplen los hombres en la empresa según el género del administrador.....	82
Figura 70. Actividades que cumplen las mujeres en la empresa según el género del administrador.....	84
Figura 71. Limitaciones que tienen los hombres en la empresa según el género del administrador.....	84
Figura 72. Limitaciones que tienen las mujeres en la empresa según el género del administrador.....	85

Resumen

En Bambamarca, existen alrededor de 140 establecimientos culinarios, cuyos propietarios son mayormente mujeres, las cuales administran el 82% de ellos, principalmente restaurantes y puestos de comida al paso. Esta investigación busca determinar la influencia del género en la administración de los establecimientos culinarios de Bambamarca, en el 2022. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Los datos se procesaron en Microsoft Excel y SPSS. La muestra fue 57 establecimientos de una población de 140. Se concluyó que el género sí influye en la administración de los negocios del sector culinario de Bambamarca, siendo el género masculino el que más domina y aplica la teoría administrativa; por ejemplo, el 12% de varones aplican la planeación y las mujeres solo 5%; el 21% de varones conoce sobre organización y las mujeres solo 14%. También corresponde al género masculino los mayores niveles de venta y producción.

Palabras clave: Género, administración, control de calidad, coordinación.

Abstract

In Bambamarca, there are around 140 culinary establishments, whose owners are mostly women, who manage 82% of them, mainly restaurants and food stalls on the go. This research seeks to determine the influence of gender in the administration of culinary establishments in Bambamarca, in 2022. The technique used was the survey and the instrument the questionnaire. The data was processed in Microsoft Excel and SPSS. The sample consisted of 57 establishments out of a population of 140. It was concluded that gender does influence business administration in the culinary sector of Bambamarca, with the male gender being the one that most dominates and applies administrative theory; For example, 12% of men apply planning and only 5% of women; 21% of men know about organization and women only 14%. The highest levels of sales and production also correspond to the male gender.

Keywords: Gender, administration, quality control.

I. Introducción

En la Región Cajamarca y especialmente en la ciudad de Bambamarca no existen trabajos de investigación sobre el enfoque de género en la actividad comercial especialmente en los servicios culinarios. Por lo que, se considera relevante estudiar la influencia del género en la administración de los negocios del sector culinario con la finalidad de superar la invisibilidad del rol productivo que cumple la mujer. Así mismo se considera importante conocer el aporte del género femenino en la estructura de los ingresos económicos familiares. Este abordaje intenta poner en evidencia los diferentes roles que desempeña la mujer como son: rol reproductivo, rol social, rol doméstico, rol económico y político. Pues la mujer, por lo general ha sido relegada al rol doméstico. Ramos y Rimarachín (2016) aduce que el 100% de mujeres de Cajabamba y San Marcos afirmó realizar labores de la casa, frente a un 42% de varones, el 98% y 95% de mujeres realiza labores agrícolas y pecuarias, respectivamente, frente al 95% y 98% de varones, y finalmente el 26% de mujeres afirma su responsabilidad de generar ingresos económicos frente a un 95% de varones.

Los negocios del sector culinario tradicionalmente son administrados por varones; sin embargo, existen experiencias cuando la administración lo asume el género femenino, se agregan características inherentes a la actividad como son: sazón, trato al cliente, y otros detalles propios del género femenino.

En la ciudad de Bambamarca existe un vacío de conocimiento sobre la influencia del género en la administración de los negocios del sector culinario. Por lo que, el presente estudio de investigación resulta ser relevante porque puede proporcionar información valiosa sobre cómo los gerentes de restaurantes hombres y mujeres difieren en su enfoque de la gestión y cómo estas diferencias pueden afectar al desempeño del restaurante.

1.1 Descripción del Problema

En la ciudad de Bambamarca existen alrededor de 140 establecimientos culinarios, de los cuales 53 son restaurantes, 19 son juguerías, 18 puestos de mercados, 21 puestos ambulantes, 12 cevicherías, 11 pollerías, 6 cafeterías.

El objetivo de este trabajo es determinar la influencia del género en la administración de los negocios del sector culinario en la ciudad de Bambamarca. Sabiendo que la administración se subdivide en cuatro grandes pilares: planeación, organización, dirección y control; y considerando la división clásica del género: varón, mujer.

Hay muchos factores relacionados con el éxito empresarial, y algunos han sido probados empíricamente y otros sólo se deducen de la literatura. En este sentido, las investigaciones han sido consensuados para establecer factores de éxito empresarial que, en general, se configuran en 3 niveles: Nivel individual / Emprendedor, donde encontramos los patrones de personalidad y comportamiento; Nivel Organizacional Factores Internos, donde encontramos las capacidades y habilidades de gestión y prácticas operativas; y el Nivel Marketing / Factores Externos, donde encontramos el campo de actividad, los socios, la constitución legal, etc. Dentro del nivel individual, tenemos los valores, creencias, costumbres, posición social, grado de instrucción y cualquier singularidad del administrador o emprendedor, como su edad y género. Enfatizando específicamente la autoeficacia del empresario, es decir, las habilidades y las capacidades inherentes, como el principal factor de éxito en los negocios. Estos autores siguen una línea que apoya al empresario como el motor central del negocio y en gran parte responsable del crecimiento de la economía (Silva y Banda, 2016).

Respecto a la influencia del género del administrador o emprendedor en el éxito de un negocio existe un vacío de conocimiento en la provincia de Hualgayoc Bambamarca, de igual modo en la región Cajamarca y a nivel del país. A nivel del mundo existen pocos estudios sobre el tema. Barbieri y Mashenga (2008), por ejemplo, concluyen que los propietarios varones tienen ventas brutas anuales mayores que las mujeres (p. 179); es decir, su forma de administrar resulta en mayores ganancias. Esto en los negocios de agroturismo de Estados Unidos.

Eagly y Carli (2007) afirman que:

Los roles masculinos y femeninos de liderazgo se diferencian en dos aspectos básicamente, uno es el que ellos llaman comunal y el otro el de poder. De acuerdo con estos autores, las mujeres estarían más orientadas hacia las relaciones interpersonales, serían más afectivas, emocionales y sensibles, mientras que los hombres acudirían más al control, a la agresividad, a la dominación, a la ambición y al individualismo. (p. 188)

Echavarri et al. (2007) encontraron también diferencias de género respecto a la forma de resolver problemas complejos: “mientras que los varones utilizan más el razonamiento (espacial y abstracto), las mujeres recurren más al uso de estrategias verbales” (p. 327).

Según Kalleberg y Leicht (1991) ambos sexos “son igualmente confiados y creen que tienen la capacidad de influir en los resultados del negocio. En cuanto al éxito de estas empresas tampoco hay diferencia entre los varones y las mujeres con respecto al crecimiento de las utilidades” p.157.

Sin embargo, Loscocco et al. (1991) menciona que “las mujeres generan menores volúmenes de ventas y obtienen menos ingresos a sus homólogos masculinos” (p. 2).

En la ciudad de Bambamarca, existen 140 negocios de alimentos, administrados algunos por varones y otros por mujeres, diferentes en: antigüedad, calidad de servicio, nivel de posicionamiento y grado de éxito.

El presente trabajo puede contribuir al avance de la comprensión teórica sobre la influencia del género en la administración de restaurantes y ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar la eficiencia y la eficacia de los restaurantes en Bambamarca, así como contribuir a la equidad de género en el marco de un desarrollo sostenible de la ciudad. Además, los resultados de la investigación pueden ser útiles para los gerentes de restaurantes en otras ciudades y países, ya que pueden aplicar estas recomendaciones a sus propios negocios.

Sobre las bases de múltiples investigaciones se asienta la hipótesis de que “las empresas gestionadas por mujeres tienen diferentes resultados a las gestionadas por hombres” (Diéguez et al., 2010 p. 85). El planteamiento más recurrido es que “las mujeres empresarias tienen peores resultados que los hombres. Este tema ha sido ampliamente analizado desde los años noventa y es considerado como uno de los mitos en relación a las mujeres empresarias” (Menzies et al., 2004 p. 96).

1.2 Formulación del Problema

¿Cuál es la influencia del género en la administración de los negocios del sector culinario en la ciudad de Bambamarca?

1.3. Justificación

Justificación Teórica:

La teoría sugiere que el género puede influir en la forma en que los gerentes toman decisiones y administran los negocios. Un estudio empírico en la ciudad de Bambamarca puede proporcionar información valiosa sobre cómo los gerentes de restaurantes hombres y

mujeres difieren en su enfoque de la gestión y cómo estas diferencias pueden afectar al desempeño del restaurante.

Justificación Práctica:

La investigación puede contribuir al avance de la comprensión teórica sobre la influencia del género en la administración de restaurantes y ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar la eficiencia y la eficacia de los restaurantes en Bambamarca, así como contribuir a la equidad de género en el marco de un desarrollo sostenible de la ciudad. Además, los resultados de la investigación pueden ser útiles para los gerentes de restaurantes en otras ciudades y países, ya que pueden aplicar estas recomendaciones a sus propios negocios.

Justificación Metodológica:

El estudio podría llevarse a cabo mediante la recopilación de datos sobre una variedad de factores, como las prácticas de contratación, la toma de decisiones financieras y la satisfacción del cliente, en una muestra representativa de restaurantes en Bambamarca. La información podría analizarse mediante análisis de regresión y pruebas de t-Student para determinar si existen diferencias significativas entre los gerentes hombres y mujeres. Los resultados de la investigación podrían presentarse en conferencias y publicarse en revistas académicas, lo que contribuiría al avance de la comprensión teórica sobre la influencia del género en la administración de restaurantes.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la influencia del género en la administración de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca.

1.4.2 Objetivos Específicos

Determinar cómo influye el género en la planeación de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca.

Determinar cómo influye el género en la organización de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca.

Determinar cómo influye el género en la dirección de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca.

Determinar cómo influye el género en el control de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca.

1.5. Hipótesis

Sí existe influencia de género en la administración de los negocios del sector culinario en la ciudad de Bambamarca.

II. Revisión de Literatura

2.1 Antecedentes

De acuerdo con las investigaciones previas encontradas, se pudo determinar que la mayoría fueron llevadas a cabo en Europa con una participación del 43%, seguido por un 35% de investigaciones en América del Norte y 22% en Asia. Por otra parte, Estados Unidos es el país que ha tenido una mayor actividad de investigación con respecto al tema de género y desempeño organizacional con 7 (30%) artículos sobre el total de las investigaciones. Además, 52% de las investigaciones sí encontró una relación entre el género del gerente y el desempeño organizacional o alguno de los elementos, mientras que el 48% restante no encontró diferencias de género en el desempeño organizacional, sin caracterizar factores específicos que diferencien a hombres y mujeres en cargos gerenciales. (García et al., 2020, p. 16)

Se han publicado numerosas investigaciones que encontraron correlación entre la participación de la mujer en los consejos de administración y las prácticas filantrópicas, el compromiso ambiental, la transparencia, el desarrollo sostenible y, en forma más amplia, la aplicación de la responsabilidad social empresaria (RSE). De estos trabajos se ha inferido que las mujeres poseen características específicas que las convierten en mejores líderes para gestionar empresas socialmente responsables. (Licandro y Correa, 2022, p.265)

Se ha señalado además que las mujeres están más preocupadas por la naturaleza y los temas ambientales y que son agentes de gestión de los recursos naturales. Por otra parte, se sostiene que las mujeres que integran consejos de administración, por tener

experiencias fuera del ámbito empresarial, pueden aportar una perspectiva diferente a la de los hombres, en particular sobre los temas sociales, porque muchas de ellas destacan por involucrarse en los problemas de sus comunidades. (Licardo y Correa, 2022, p. 265)

Zapata y Buechler (2000), en un estudio realizado sobre Género, Irrigación y Cultura del Agua en el distrito de Riego Alto Rio Lerma, Guanajuato, México, enuncia que:

Si bien es cierto que los roles tradicionales aprendidos como parte de la educación y la identidad de los géneros en las comunidades rurales son difíciles de cambiar, dado que las condiciones de vida se están modificando, está empezando a producirse un reordenamiento de los roles tradicionales y la decisión genérica del trabajo. (p. 6)

Ljunngren y Kolvereid (1996), analizaron las diferencias de motivación de varones y mujeres que inician una empresa, en base a cuatro factores, dos expectativas personales (autonomía y desafío) y dos expectativas económicas (riesgo y rentabilidad); y hallaron que “las mujeres puntuaron significativamente más alto que los hombres en el factor de autonomía, pero no se encontraron diferencias de género en los otros tres factores” (p. 9).

La tendencia en el análisis del comportamiento de la mujer administradora se basa fundamentalmente en la comparación con el comportamiento de los administradores varones. Sobre la base de múltiples investigaciones se asienta la hipótesis de que las empresas gestionadas por las mujeres tienen diferentes resultados a las gestionadas por hombres. Al respecto Verheul y Thurik (2004) concluyen que “los empresarios femeninos y masculinos difieren con respecto a su perfil personal y comercial: inician y dirigen negocios en diferentes sectores, desarrollan diferentes productos, persiguen diferentes objetivos y estructuran sus negocios de manera diferente” (p. 1).

El planteamiento más recurrido es que las mujeres empresarias tienen peores resultados que los hombres. Así por ejemplo Sabarwall y Terrel (2008) afirma que:

Las empresarias tienen una escala de operaciones significativamente menor (medida por los ingresos por ventas) y son menos eficientes en términos de Productividad Total de los Factores (PTF), aunque esta diferencia es muy pequeña. Sin embargo, generan la misma cantidad de ganancias por unidad de ingreso que los hombres. (p. 1)

Generalmente la explicación se vincula al tamaño de las empresas, a su ubicación en ciertos sectores de actividad, y a factores institucionales. Así se sugiere que son las pequeñas empresas las que obtienen peores resultados, y aquellas que se sitúan en sectores o industrias de bajos rendimientos. (Loscocco et al., 1991 p. 2)

Al ser estos los segmentos en los que operan mayoritariamente las mujeres, debido a que son los que presentan menores barreras institucionales de entrada a las mismas, tanto en términos de formales como informales, la combinación se traduce en menores resultados para estas.

La investigación sobre pequeñas y medianas empresas (PYME) generalmente ha encontrado que las PYME propiedad de mujeres tienen un desempeño inferior al de las PYME propiedad de hombres. Además, este bajo rendimiento generalmente persiste después de controlar variables como la industria, la antigüedad de la empresa y el tamaño de la empresa. Sin embargo, los estudios anteriores normalmente han limitado su evaluación del desempeño a las ventas o las ganancias (o el crecimiento de las ventas o las ganancias) sin controlar las diferencias en el riesgo. Nuestros resultados indican que, si bien las ganancias son significativamente más altas para las pymes controladas por hombres, también lo es la variación de las ganancias (riesgo). Después de ajustar por riesgo, no encontramos diferencias

significativas entre los desempeños de las PYMES controladas por hombres y mujeres. (Watson y Robinson, 2003, p. 773)

Así “muchas de las investigaciones realizadas hasta el momento establecen que la consecución de beneficios y el crecimiento queda en segundo plano en las empresas con titularidad femenina frente a valores sociales y medidas cualitativas de éxito” (Buttner y Moore, 1997; Diaz, 2007).

García et al. (2019) en un estudio sobre género y desempeño organizacional en Santiago de Cali, afirma lo siguiente:

Esta investigación se ha fundamentado teóricamente en estudios de ámbito mundial entre los años 2012 y 2017, relacionados con el análisis de la relación género-desempeño organizacional. Esto permitió contrastar la teoría general con el contexto de las pymes en Santiago de Cali, hallando algunos matices especiales propios del entorno local. Se encontró que las afirmaciones realizadas previamente en la teoría sobre un mayor desempeño de los gerentes masculinos en términos financieros, de internacionalización, de innovación, de marketing, de gestión administrativa y de administración de los recursos humanos, han sido revalidadas en el contexto local colombiano. (García et al., 2019, p. 22)

2.2 Marco Teórico

2.2.1 El Proceso Administrativo

Según Koontz y Weihrich (2002) el proceso administrativo comprende “las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que implican relaciones humanas y tiempo” (p. 27).

2.2.1.1 Planeación. La planeación es el primer pilar del proceso administrativo y podemos definir de la siguiente manera:

Hacer la elección de las decisiones más adecuadas acerca de lo que se habrá de realizar en el futuro. Con los elementos planteados es posible definir a la planeación como: la determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro. (Marin y Atencio, 2008, p.164)

La planeación, pues, implica la formulación de: visión, misión, objetivos, estrategias y tácticas. A continuación, haremos una breve descripción de cada una de ellas.

a) Visión. La visión es un enunciado que “articula un panorama futuro realista, creíble y atractivo para la organización” (Rivera, 1991, p. 2). La visión es pues un estado futuro deseable, mejor que el presente en muchos aspectos importantes de la empresa.

b) Misión. La misión organizacional es “el propósito por el cual una organización existe. En general, la misión organizacional de una empresa contiene información como, qué tipos de productos o servicios produce la organización, quienes son sus clientes, y qué valores importantes tiene” (Rivera, 1991, p. 5).

La misión se diferencia de la visión porque ésta señala un estado futuro, mientras que aquella se enfoca en el estado presente de la organización.

c) Objetivos Estratégicos. Algunos autores los denominan metas. Los objetivos son enunciados que establecen qué es lo que se va a lograr.

Los objetivos deben ser: Precisos, realistas, y deben buscar la participación y la integración.

d) Estrategias. Johnson y Scholes (2000) definen la estrategia como “la configuración de recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados y satisfacer las expectativas de los stakeholders” (p. 145).

Silva (2010) identifica tres tipos de estrategias, según el nivel en el que se implementan:

Estrategia Corporativa. Relacionada con el objetivo y alcance global de la organización para satisfacer las expectativas de los propietarios o principales stakeholders. En otros términos se refiere al ámbito de acción de la empresa o el mercado donde quiere incursionar.

Estrategia de Negocio. Muestra como competir en un determinado mercado utilizando variables como, la rentabilidad a largo plazo, crecimiento de la cuota de mercado, medidas de eficiencia, etc. Estas estrategias representan unidades organizativas conocidas como Unidades Estratégicas de Negocios (UEN) preparadas para lograr fines estratégicos. Su función radica en definir la ventaja competitiva con la que se desea trabajar.

Estrategias Operativas. Sirven para determinar cómo se utilizarán los recursos en el nivel operativo. De este modo encontramos a las estrategias de producción, marketing, finanzas y otras. (p.155)

e) Políticas. Según Ronda (2004) las políticas son:

Enunciados o acuerdos generales sobreentendidos que canalizan el pensamiento y la acción en la toma de decisiones; establecen los límites o rangos mediante los cuales hay que tomar una decisión. Este paso persigue el objetivo de lograr la coherencia y la integración necesaria en la ejecución y control de los aspectos estratégicos de la organización. Para ello se tienen en cuenta los siguientes pasos:

Análisis de los aspectos estratégicos y los factores claves de éxito.

Valoración de los objetivos estratégicos y las estrategias.

Valoración de las normas, procedimientos y regulaciones relacionadas con la actividad de la organización.

Definición y aprobación de las políticas. (p. 48)

2.2.1.2 Organización. Organización “deriva del término griego órgano y alude a instrumentos para obrar descomponiéndose a su vez en otros términos, que indican acción, obra y trabajo o disposición. Equivale también en latín a ordenación (ordinatio) y disposición (dispositio)” (Hernández 2013, p.10).

Organizar es “agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir” (Stoner et al.,1996 p. 12).

Según Marin (2012) la organización se puede dividir en cuatro aspectos:

Diseño de puestos: especialización, formalización, preparación y adoctrinamiento.

Diseño de la superestructura: departamentalización y tramo de autoridad. Diseño de

vínculos laterales: planificación y control y dispositivos de enlace. Diseño de la

toma de decisiones: centralización y descentralización. (p.49)

Miller (1986) plantea que la estructura organizacional se configura a partir de cuatro dimensiones:

(1) Estructura de actividades (que incluye especialización y formalización), (2) concentración de autoridad (que es en realidad una medición de la centralización del poder de toma de decisiones), (3) línea de mando (uso de muchos supervisores de línea en lugar de controles formales impersonales del desempeño de la tarea), (4) tamaño del componente de apoyo. (p.542)

2.2.1.3 Dirección. De acuerdo a Koontz y Weihrich (2002) la dirección consiste en “coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización, en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados”, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y supervisión (p. 386).

a) Motivación. Gonzáles (2008) afirma que es un proceso interno y propio de cada persona que “refleja la interacción establecida entre el sujeto y el mundo y sirve para regular la actividad del individuo, su conducta” (p. 51), orientándola hacia un propósito u objetivo y meta que él considera necesario y deseable. La motivación es una mediación, un punto o lugar intermedio entre la personalidad del individuo y la forma de la realización de sus actividades, es por ello que requiere también esclarecer el de su eficiencia lo que dirige hacia el logro de dichas actividades de manera que tenga éxitos en su empeño.

b) Supervisión. Christo et al (2019) definiendo a la supervisión formula lo siguiente: El contenido del trabajo de supervisión no puede definirse completamente a priori, sino construirse con la situación. Tanto o más que otros trabajadores, los supervisores se ocupan de la variabilidad de la producción en la interacción de las dimensiones técnica, humana y social, así como de las diferentes racionalidades provenientes de los diferentes servicios que componen el sistema

organizativo, haciendo que la interfaz entre el entorno, a menudo embarazoso y fluctuante, y la organización del trabajo. (p. 3)

c) Liderazgo y Dirección. El liderazgo es un proceso de interacción entre individuos en el cual una de ellas es el conductor, haciendo uso de su influencia personal y poder, las energías, potencialidades y actividades de un grupo, para alcanzar una meta común a fin de transformar tanto a la empresa como a las personas que están dentro de ella.

El líder es pues aquel que conduce a un grupo de personas en una determinada dirección sin coerción alguna. Kotter (1990), al respecto, señala que “los buenos líderes motivan a las personas de muchas maneras. En primer lugar, siempre articulan la visión de la organización de forma que acentúe los valores de la audiencia a la que se dirigen” (p.11).

El líder “tiene una influencia demostrable sobre la eficacia en la realización total del grupo” con el cuál interactúa (Palomo 2007, p.19).

Según Ramírez (2002) el líder es una persona cuya función es: “dar órdenes e instrucciones, asignar tareas y supervisar el trabajo y lograr aceptación y entusiasmo en los subalternos” (p. 232).

2.2.1.4 Control

a) Concepto de Control. El control es un proceso mediante el cual la administración se cerciora si lo que ocurre concuerda con lo que supuestamente debiera ocurrir, de lo contrario, será necesario que se hagan los ajustes o correcciones necesarios.

b) Funciones. Según Chiavenato (1999), el control “es una función administrativa: es la fase del proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño y toma la acción correctiva cuando se necesita. De este modo, el control es un proceso esencialmente regulador” (p. 349). Es en definitiva una función administrativa, ya que conforma parte del

proceso de administración, que permite verificar, constatar, palpar, medir, si la actividad, proceso, unidad, elemento o sistema seleccionado está cumpliendo y/o alcanzando o no los resultados que se esperan.

2.2.2 Teorías sobre el Género y los Negocios

Hablando sobre género y los negocios Eagly y Carli (2007) afirman que:

Los roles masculinos y femeninos de liderazgo se diferencian en dos aspectos básicamente, uno es el que ellos llaman comunal y el otro el de poder. De acuerdo con estos autores, las mujeres estarían más orientadas hacia las relaciones interpersonales, serían más afectivas, emocionales y sensibles, mientras que los hombres acudirían más al control, a la agresividad, a la dominación, a la ambición y al individualismo. (p. 188)

Echavarri (2007) encontró también “diferencias de género respecto a la forma de resolver problemas complejos: mientras que los varones utilizan más el razonamiento (espacial y abstracto), las mujeres recurren más al uso de estrategias verbales” p. 327.

Kalleberg y Leicht (1991) ambos sexos “son igualmente confiados y creen que tienen la capacidad de influir en los resultados del negocio. En cuanto al éxito de estas empresas tampoco hay diferencia entre los varones y las mujeres con respecto al crecimiento de las utilidades” p. 157.

Sin embargo, Loscocco et al. (1991), menciona que “las mujeres generan menores volúmenes de ventas y obtienen menos ingresos a sus homólogos masculinos” (p. 65).

Si hablamos de resultados económicos, Barbieri y Mashenga (2008), por ejemplo, concluye que “los propietarios varones tienen ventas brutas anuales mayores que las mujeres; es decir, su forma de administrar resulta en mayores ganancias. Esto en los negocios de agroturismo de Estados Unidos” (p.2).

2.2.2.1 Concepto de Género. Definiendo al género, Rubín (1986) dice que “es el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana, y en el cual se satisfacen esas necesidades humanas transformadas” (p. 97).

También se considera el género como:

Una construcción cultural, social e histórica que, sobre la base biológica del sexo, determina normativamente lo masculino y lo femenino en la sociedad, y las identidades subjetivas y colectivas. También el género condiciona la valoración social asimétrica para hombres y mujeres y la relación de poder que entre ellos se establece. (Nieves 1993, p. 8)

2.2.2.2 Rol de Género. Bleichmar (1985), señala que el rol del género es:

Un concepto proveniente de la sociología, se refiere al conjunto de prescripciones y proscripciones para una conducta dada, las expectativas acerca de cuáles son los comportamientos apropiados para una persona que sostiene una posición particular dentro de un contexto dado. El rol del género es el conjunto de expectativas acerca de los comportamientos sociales apropiados para las personas que poseen un sexo determinado. Es la estructura social es la que prescribe la serie de funciones para el hombre y la mujer como propia o “naturales” de sus respectivos géneros. (p. 37)

Lamas (1986), respecto a esto, dice:

Los papeles sexuales, supuestamente debidos a una originaria división del trabajo basados en una diferencia biológica han sido descritos etnográficamente. Aunque en menor grado, también se ha buscado establecer qué tan variables o universales son, comparándolos transculturalmente. Estos papeles, que marcan la diferente participación de los hombres y de las mujeres en las instituciones sociales, políticas,

y religiosas, incluyen las actitudes, valores y expectativas que una sociedad dada conceptualiza como masculinos o femeninos. (p. 174)

2.3 Definición de Términos

Rol de Género

Es el conjunto de expectativas acerca de los comportamientos sociales apropiados para las personas que poseen un sexo determinado.

Administración

Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz

Dirección

Es el proceso de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales.

Control

Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes.

Organización

Consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, como se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.

Género

Es el conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas que la sociedad asigna a las personas de forma diferenciada como propias de hombres y mujeres.

Control de Calidad

Es el conjunto de los mecanismos, acciones y herramientas realizadas para detectar la presencia de errores en los productos.

Líder

Es el individuo de un grupo que ejerce una mayor influencia en los demás, se le considera jefe u orientador, este presenta la habilidad de convencer a otros de que trabajen con entusiasmo para lograr los objetivos definidos.

Motivación

Es la raíz dinámica del comportamiento; es decir. Los factores o determinantes internos que incitan a una acción.

Coordinación

Es la capacidad de ordenar elementos en apariencia dispares para lograr un objetivo determinado.

Política

Son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización.

Misión

Es el propósito, esencia y motivo de la empresa, determina la razón de ser de la empresa, pudiendo sufrir alteraciones a lo largo de los años.

Visión

Se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Planeación

Es la determinación de lo que va hacerse, incluye decisiones de importancia, como el establecimiento de políticas, objetivos, redacción de programas, definición de métodos específicos, procedimientos y el establecimiento de las células de trabajo y otras más.

Objetivos

Es el fin último al que se dirige una acción u operación, el resultado o sumatoria de una serie de metas y procesos.

Estrategias

Consiste en la serie de pasos o pautas que una compañía debe seguir para obtener los mayores beneficios.

III. Materiales y Métodos

3.1 Ubicación

Esta investigación se ha realizado en la región Cajamarca, provincia de Hualgayoc, distrito de Bambamarca.

El distrito de Bambamarca se encuentra a 2526 m.s.n.m. y se ubica en la zona oriental de la provincia de Hualgayoc, y es uno de los tres distritos de esta provincia. Tiene una superficie de 777.15 kilómetros cuadrados.

3.2. Materiales

3.2.1. Materiales de campo

Cuaderno de apuntes.

Cámara fotográfica.

Computadora.

3.2.2. Material y equipo de laboratorio

Materiales de escritorio

Lapiceros

Lapiceros

Memoria USB

Papel bond A4

Papelotes

Cuaderno de apuntes

Resaltadores

Folder Manila.

Cámara fotográfica.

3.2.3. Logísticos

Alimentación.

Movilidad.

Computadora.

Internet.

3.3. Metodología

3.1.1. Tipo de Investigación

Según la finalidad ésta investigación es del tipo aplicada y tecnológica. Según la estrategia teórico metodológicas es cualitativa y cuantitativa. Según los objetivos, es exploratoria, descriptiva y explicativa. Y según el origen de los datos (datos propios o datos disponibles) es una investigación primaria y secundaria. Según el control en el diseño de la prueba, es un trabajo no experimental.

3.1.2. Instrumentos y técnicas

La principal técnica que se ha utilizado para la recolección de datos es la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario. Además, también se ha usado el análisis documental utilizando fichas y registros.

3.1.3. Método

El método que ha sido utilizado es el método inductivo, deductivo, analítico y sintético.

3.1.4. Trabajo de campo.

La primera fase. Formulación del marco teórico y elaboración de cuestionario y guías de entrevista.

La segunda fase. Trabajo de campo. Esta fase está dividida en 2 sub fases: a) Visita a los establecimientos de expendio de comida y b) aplicación del cuestionario a los propietarios de los establecimientos.

La tercera fase. Procesamiento de la información y análisis de los resultados de la encuesta.

La cuarta fase. Elaboración del informe final.

IV. Resultados y Discusión

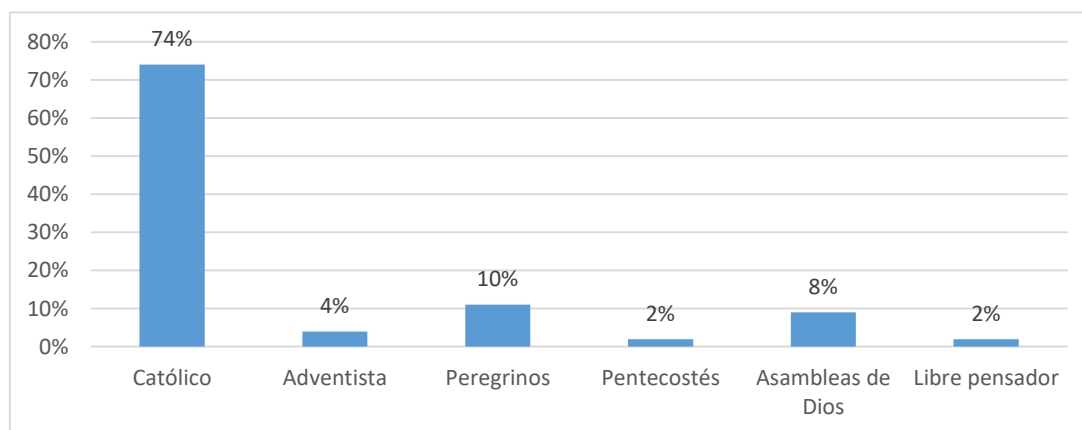
4.1 Datos Generales del Propietario

En este apartado se inicia analizando los datos generales de los centros culinarios de la ciudad de Bambamarca; nos referimos a datos como el género, religión, nivel educativo, estado civil.

Aquí se observa la religión que profesan los propietarios de los centros culinarios de la ciudad de Bambamarca. Se dice que Bambamarca es un pueblo predominantemente católico, pues el 74% de los encuestados dicen profesar esta religión. Y si se suma todas las personas que profesan la religión evangélica apenas llegan al 24%, el 2% restante son libre pensadores. (Ver Figura 1).

Figura 1

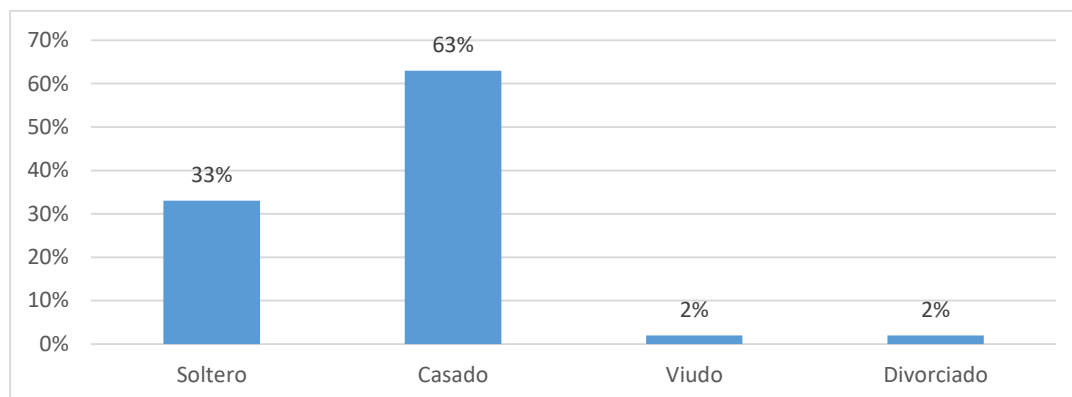
Religión de los propietarios de los centros culinarios



Los negocios en su mayoría cuentan con la ayuda de su cónyuge, el 63%. on ello se concluye que en general los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca están a cargo de parejas emprendedoras. Es una cantidad moderada los establecimientos dirigidos por solteros 33%. (Ver Figura 2).

Figura 2

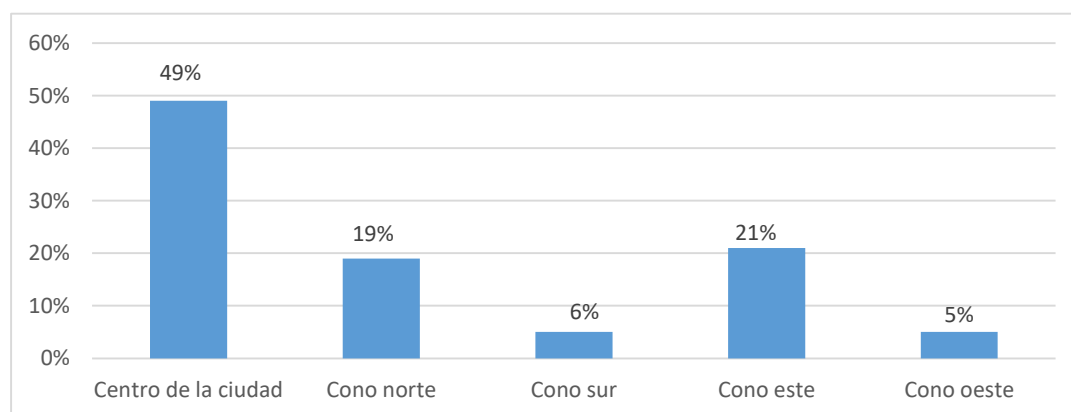
Estado civil de los propietarios de los centros culinarios



Se observa en la Figura 3 la localización de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, se aprecia que el 49% de negocios están ubicados en el centro de la ciudad. Ello indica que la mejor ubicación para un negocio es el centro esto se debe a la alta transitabilidad de las personas. El 21% de los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca están ubicados en el cono este. Muy de cerca con el 19% se encuentran los establecimientos ubicados al cono norte de la ciudad de Bambamarca. El 6% de establecimientos, está ubicados en el cono sur de la ciudad. Y el otro 5% de establecimientos están ubicados en el cono oeste de la ciudad.

Figura 3

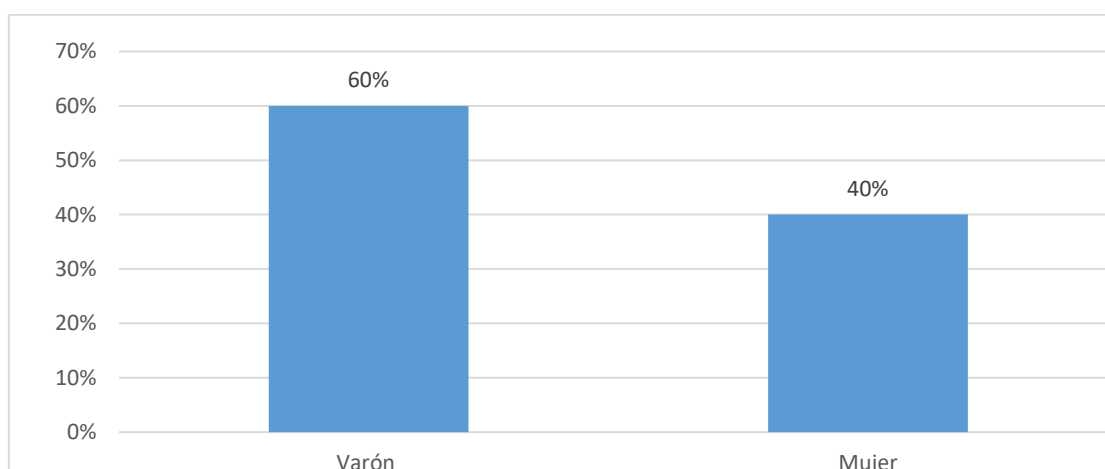
Localización de los centros culinarios



Si se analiza el género de los propietarios (ver Figura 4) de los centros culinarios de la ciudad de Bambamarca se observa que los negocios de comida están principalmente dirigidos por varones y sólo el 40% está dirigidos por mujeres. Este hecho resulta algo contradictorio por estos lugares ya que en el campo de la cocina en general se relaciona a las damas.

Figura 4

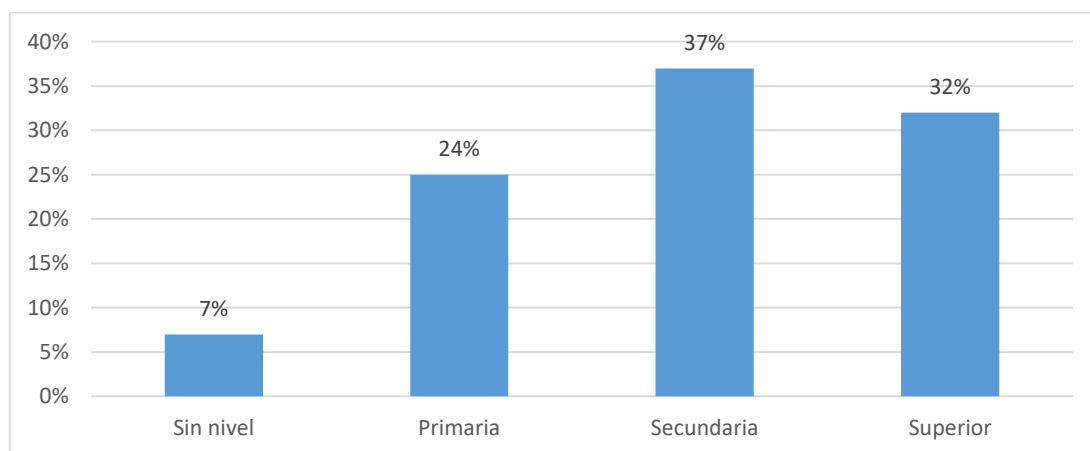
Sexo de los propietarios de los centros culinarios



Si se observa el nivel educativo de los propietarios de los centros culinarios de la ciudad de Bambamarca como se aprecia en la Figura 5, la mayor parte de propietarios han cursado estudios secundarios completos y luego han dejado de estudiar, solo el 32% cuenta con estudios superiores. Si se suma las personas sin nivel de estudios con las que tienen sólo primaria y sólo secundaria se tiene un total de 68%, que se enfrenta a un 32% que tienen estudios superiores. Ello hace deducir que el nivel de estudios no es muy determinante a la hora de emprender un negocio de comida. Y más aún si se tiene en cuenta que la mayoría que tienen estudios superiores no cuentan una carrera profesional relacionada al arte culinario.

Figura 5

Nivel Educativo de los propietarios de los centros culinarios



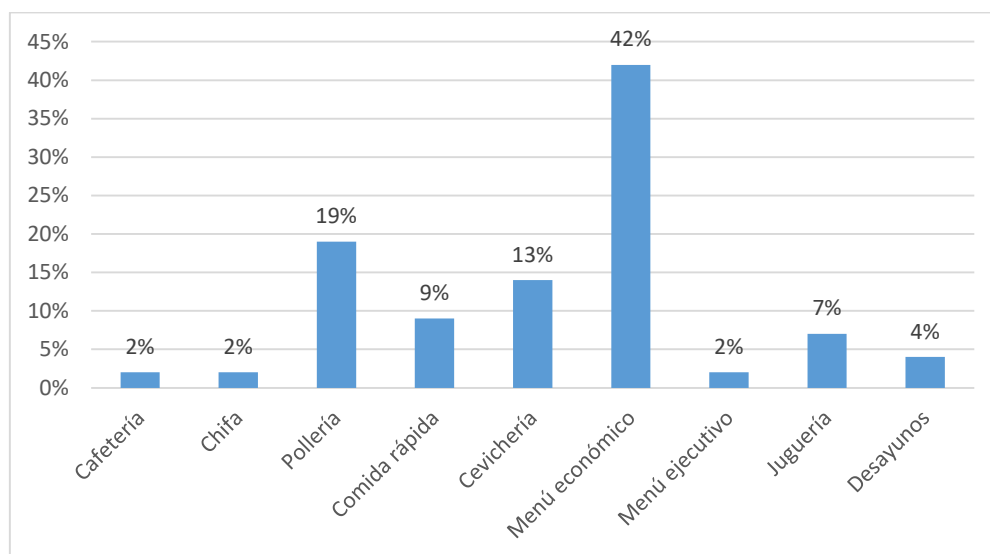
4.2 Datos del Negocio

4.2.1 Datos Generales

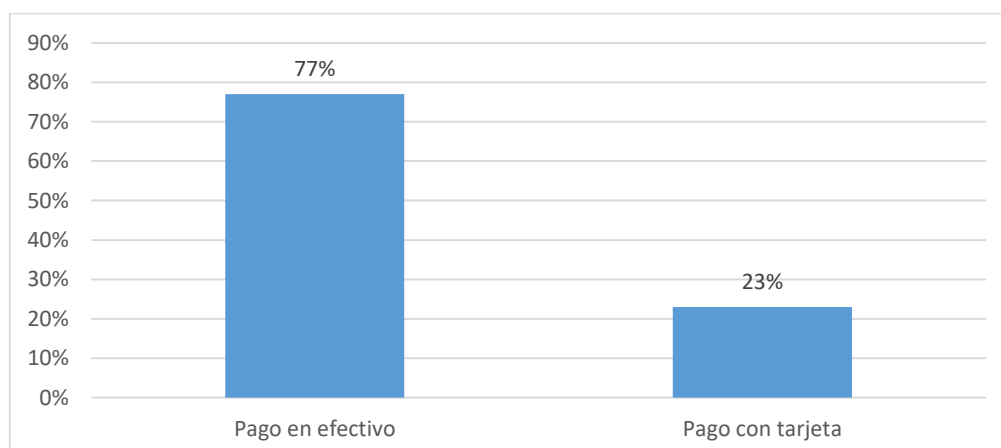
En este apartado se analiza los datos generales de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca se refiere a datos como: tipo de establecimiento, formas de pago, percepción de los propietarios acerca de la ubicación del negocio, aforo de los establecimientos, número de clientes que atienden a diario, horarios y turnos de atención, servicio de centros recreativos dentro del establecimiento, zona de estacionamiento y capacidad de los mismos, acceso para personas con discapacidad, personal de seguridad, número de empleados que cuenta el negocio, certificado de manipulación de alimentos, tipos de certificados con los que cuentan los establecimientos culinarios.

Como en la mayoría de ciudades el principal tipo de restaurantes en la ciudad de Bambamarca es el tipo de menú económico (42%), es decir se habla de establecimientos que ofrecen un grupo de platos que tienen un costo moderado al alcance de la mayoría de la población. En general consiste de una sopa, un segundo y refresco. En cuanto a segundos los platos más vendidos son platos a base de pollo, res, cerdo, pescado. En cuanto a sopas están a base de fideos, chochoca, arroz, shacta, quinua, sémola y en cuanto

a refrescos están a base de chicha morada, refrescos sintéticos, hierbas aromatizantes, le sigue los establecimientos que ofrecen el servicio de pollería que representa el 19% (menos de la mitad) si se compara con los restaurantes de menú económico. En estos lugares se ofrecen principalmente el pollo a braza, aunque también se ofrecen aguaditos, parrilladas, anticuchos. A las pollerías le siguen muy de cerca las cevicherías con un 13%, en estos lugares se venden platos a base de pescado y mariscos como son: ceviche mixto, ceviche a base de caballa, chicharrón de pescado, parihuelas, arroz con mariscos. El 9% de los establecimientos culinarios se dedican a la venta de comida rápida que consiste en salchipollos, hamburguesas, anticuchos (venta de comida al paso). El 7% de establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca ofrecen la venta de jugos en general están hechos a base de papaya, piña, fresa, lúcuma con leche, plátano, jugos especiales y jugos de frutos de temporadas (chirimoya, arándanos). El 4% de establecimientos venden desayunos como quinua, ponche, soya, champú, caldo verde, caldo de gallina. A los establecimientos que ofrecen desayunos le siguen muy de cerca 2% establecimientos que venden menú ejecutivo que consiste en la venta de platos a la carta, parrillas, tallarín saltado, chancho a la parrilla, estos establecimientos generalmente están dirigidos para oficinistas. Habiendo un empate técnico con el anterior con el 2% de establecimientos se dedican a la venta de comida china (chifas) que ofrecen sopas, wuantán, platos dulces: pollo con piña, pollo con durazno, pollo tipakay. (Ver Figura 6)

Figura 6*Tipo de establecimiento*

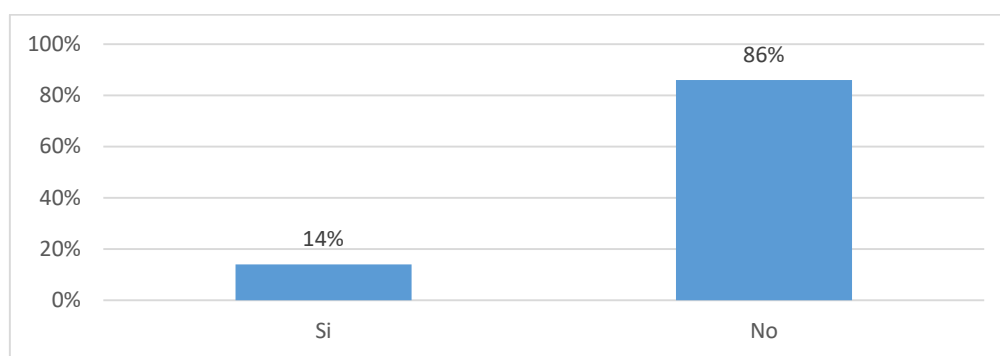
La forma de pago de los comensales en la ciudad de Bambamarca es el pago en efectivo lo que significa que son pocos (23%) los establecimientos que se encuentran equipados para atender con tarjetas de créditos o con pagos virtuales ya sea transferencia o yape. Se deduce que en Bambamarca aún está en un estado incipiente para la atención con tarjetas de crédito o con formas de pago virtual.

Figura 7*Forma de pago en el establecimiento culinario*

Como se evalúa en la Figura 8, la mayoría de propietarios de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca cuentan con una percepción negativa en cuanto a la ubicación de sus establecimientos que representa el 86%, indicando que sus establecimientos no están bien ubicados y solo unos cuantos si consideran que sus establecimientos están bien ubicados.

Figura 8

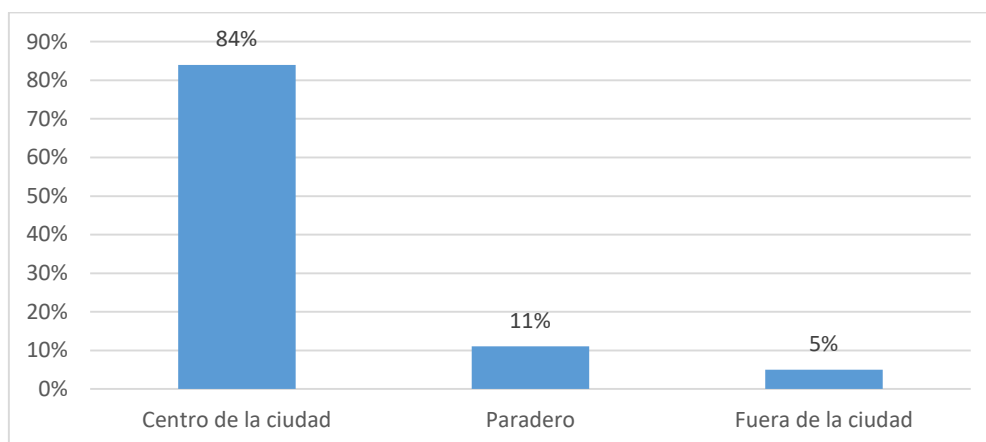
Percepción de la aptitud de la ubicación del establecimiento



Los propietarios de los establecimientos en su mayoría tienen una conceptualización que la mejor ubicación para obtener mayores ingresos y que cuentan con mayor tránsito continuo de clientes es el centro de la ciudad (84%). En este rubro se ubican los restaurantes que ofrecen menú ejecutivo, platos a la carta. Del mismo modo el 11% de propietarios de establecimientos consideran que la mejor ubicación para un negocio en el sector culinario es en un paradero esto se debe al alto tráfico de personas y vehículos y sólo el 5% de propietarios de los establecimientos encuestados en la ciudad de Bambamarca consideran que los espacios más atractivos y personalizados que atraen a la clientela es fuera de la ciudad, porque existen mejores vistas, mayor tranquilidad para los comensales. (Ver Figura 9)

Figura 9

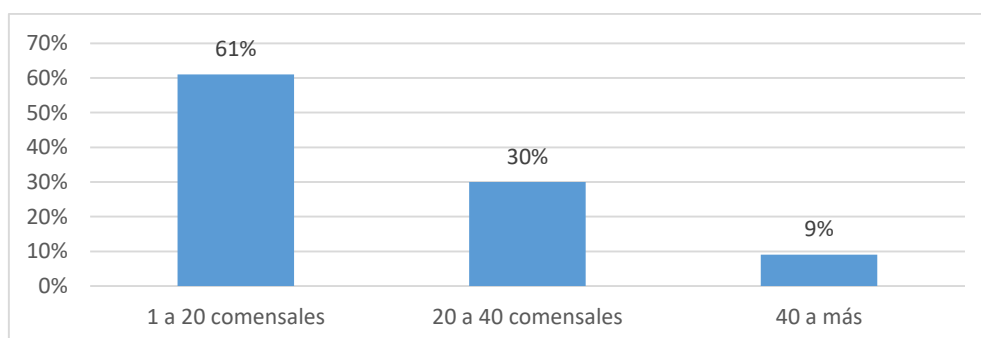
Percepción de la mejor ubicación del establecimiento



Se observa la máxima capacidad que tienen los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca (ver Figura10) se visualiza que la mayoría tienen una capacidad máxima de 1 a 20 comensales 61%. Con ello se concluye que los locales donde funcionan los restaurantes tienen un espacio reducido (hasta 30 m²). En comparación a lo anterior la mitad de los establecimientos cuentan con una capacidad máxima de 20 a 40 comensales (hasta 60 m²) equivalente al 30% de la población encuestada y sólo el 9% cuentan con un aforo de más de 40 comensales, es decir su área de expendio es mayor a 60 m². Ello indica que son pocos los establecimientos que cuentan con un espacio amplio para atender a sus comensales.

Figura 10

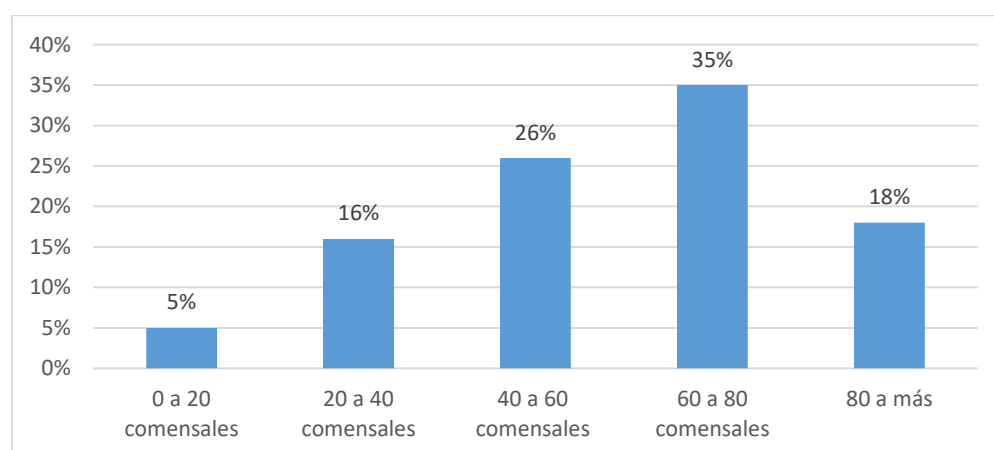
Aforo del establecimiento culinario



La mayor parte de establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, atienden entre 60 a 80 comensales por día 35% (ver Figura 11). Ahí se encuentran los establecimientos que ofrecen menú económico. El 26% de establecimientos atienden entre 40 a 60 comensales, en este rango se encuentran los establecimientos que ofrecen comida rápida. El 18% de negocios culinarios atienden a más de 80 comensales, aquí se encuentran los establecimientos de pollerías. El 16% de establecimientos que atienden de 20 a 40 comensales, aquí se encuentran los negocios que se dedican al rubro de desayunos, chifa, cafeterías, menú ejecutivo. El 5% de establecimientos atienden a menos de 20 comensales, en este rubro se encuentran las juguerías.

Figura 11

Número de clientes diarios que atiende en el establecimiento

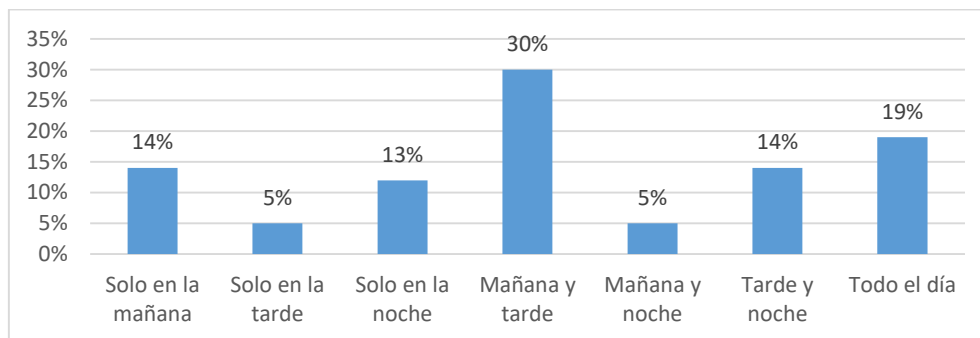


La mayor parte de establecimientos ofrecen el servicio de alimentación en el turno mañana y tarde; estos son precisamente los que expenden desayuno y almuerzo 30% (ver Figura 12). El 19% de establecimientos atienden en los 3 turnos, es decir ofrecen el servicio de desayuno, almuerzo y cena. El 14% de establecimientos atienden solo en la mañana, quiere decir que solo ofrecen desayuno. Del mismo modo con el 13% están los establecimientos que atienden tarde y noche (almuerzo y cena). Solo el 5% de establecimientos atienden solo en la noche (cena). Del mismo modo con el 5% están los

establecimientos que ofrecen el servicio de alimentación mañana y noche (desayuno y cena). Se concluye que la mayor parte de restaurantes se enfocan a ofrecer almuerzos, la razón es que en estas localidades el almuerzo es la comida principal del día.

Figura 12

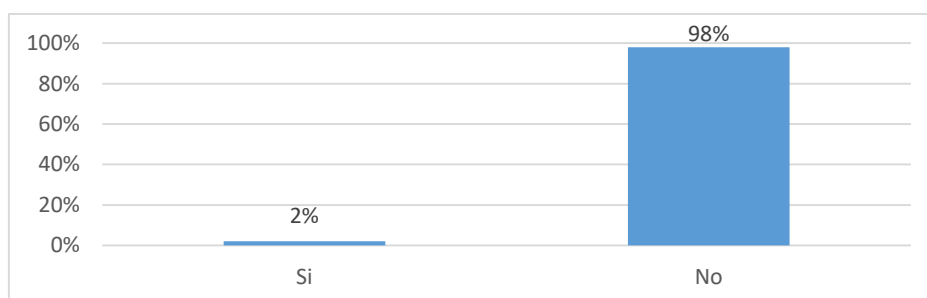
Horarios de atención (turnos) en los establecimientos culinarios



Los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca en su mayoría, se dedican exclusivamente a la venta de alimentos 98% (ver Figura 13), la parte recreativa está bastante descuidada debido a que son muy pocos los establecimientos que cuentan con el servicio recreativo como: juegos para niños, tobogán, canchita deportiva, mesa de juegos que equivale al 2% de la población encuestada. Ello indica que los propietarios solo se enfocan a la venta de comida y no ofrecen un servicio extra para diferenciarse o brindar un mejor servicio al cliente.

Figura 13

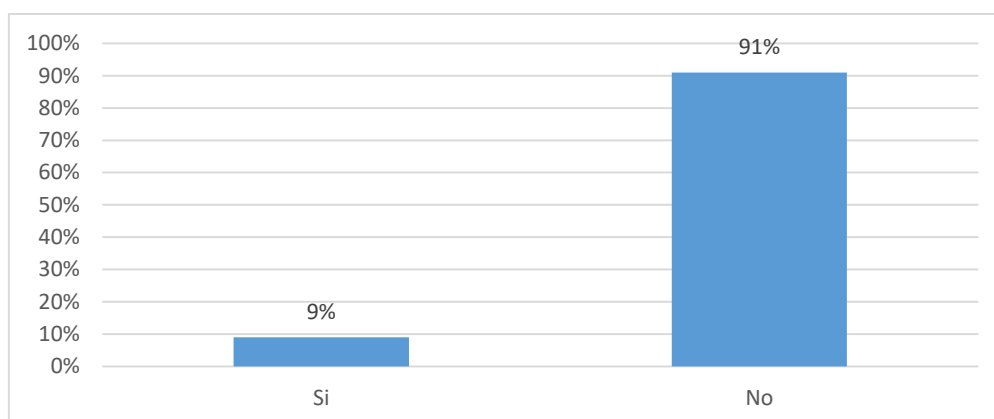
Servicio recreativo en los establecimientos



Se observa en el Figura 14, la mayoría de establecimientos no cuentan con una zona de estacionamiento 91%. Ello indica que la mayoría de establecimientos en nuestra ciudad cuentan con un espacio reducido de modo que es bastante desatinado pensar si quiera en contar con una zona de estacionamiento. Las personas que van con sus vehículos en general lo estacionan al frente del establecimiento generando desorden vial en las calles de la ciudad. Sólo el 9% de los establecimientos si cuentan con una zona de estacionamiento vehicular. Ello indica que los propietarios cuentan con una visión más amplia de negocio.

Figura 14

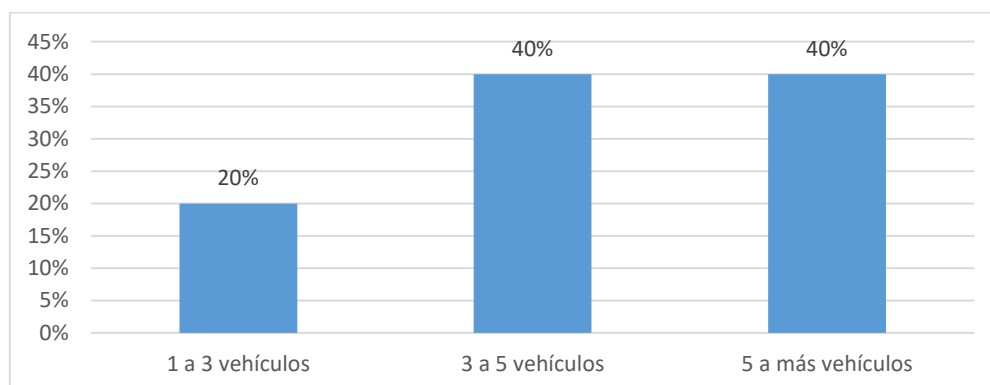
Establecimientos culinarios que cuentan con zona de estacionamiento



De los establecimientos que cuentan con una zona de estacionamiento el 40% tienen la capacidad de estacionamiento de 3 a 5 vehículos. El otro 40% tiene la capacidad para estacionar más de 5 vehículos tal como se visualiza en la Figura 15. Como ya se indicó antes, esto se debe al reducido espacio de los locales.

Figura 15

Capacidad que tiene el establecimiento culinario para estacionamiento de vehículos



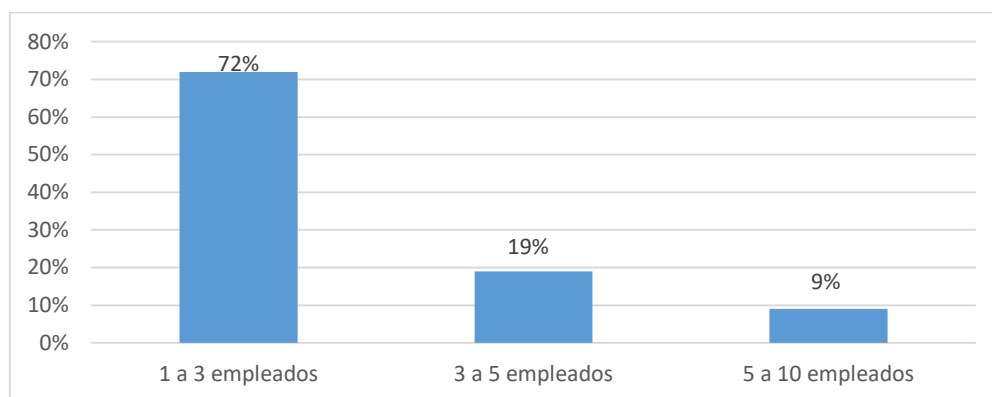
Se indica que en la ciudad de Bambamarca está todavía incipiente porque ninguno de los restaurantes cuenta con acceso para discapacitados. Quizás en el futuro con las regulaciones adecuadas del estado y de la municipalidad se llegue a un avance en este aspecto de inclusión social.

En cuanto a la seguridad los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca ninguno cuenta con personal de seguridad. Ello se debe en que los propietarios de los establecimientos son confiados porque en la zona no existen robos como en las ciudades grandes, solo cuentan con cámaras de seguridad para vigilar cualquier situación extraña.

Los negocios en su mayoría cuentan con el apoyo de 1 a 3 empleados 72% (ver Figura 16). El 19% de establecimientos cuentan de 3 a 5 empleados. Solo el 9% de negocios cuentan de 5 a 10 empleados. Con ello se concluye que en la ciudad de Bambamarca todos los negocios de comida son MYPES, ya que tienen como máximo 10 empleados.

Figura 16

Número de empleados que cuentan los establecimientos culinarios

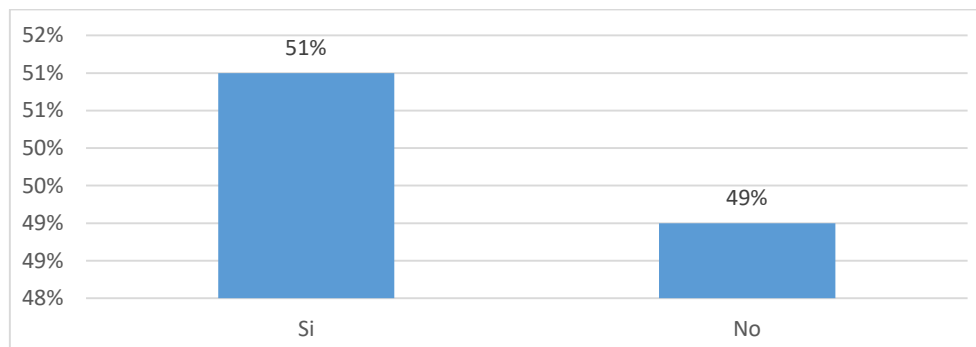


En cuanto a certificado de manipulación de alimentos en la ciudad de Bambamarca aún existe gran informalidad 51% si cuenta con un certificado. Muy de cerca le sigue los establecimientos que no cuentan con un certificado de manipulación de alimentos 49%. Esto se debe a la poca supervisión por parte de las autoridades y la poca exigencia por del público. (Ver Figura 17).

El único documento o certificado de manipulación de alimentos que cuenta los establecimientos es el que es otorgado por el hospital (constancia sanitaria), ningún establecimiento cuenta con certificado de buenas prácticas de manufactura, Digesa, gestión de calidad, gestión de medio ambiente, gestión alimentaria. Ello indica que no existe interés en mejorar en cuanto a brindar un servicio de calidad al cliente (manipulación de alimentos

Figura 17

Establecimientos culinarios que cuentan con certificado de manipulación de alimentos



4.2.2 Resultados de la relación género y administración del negocio

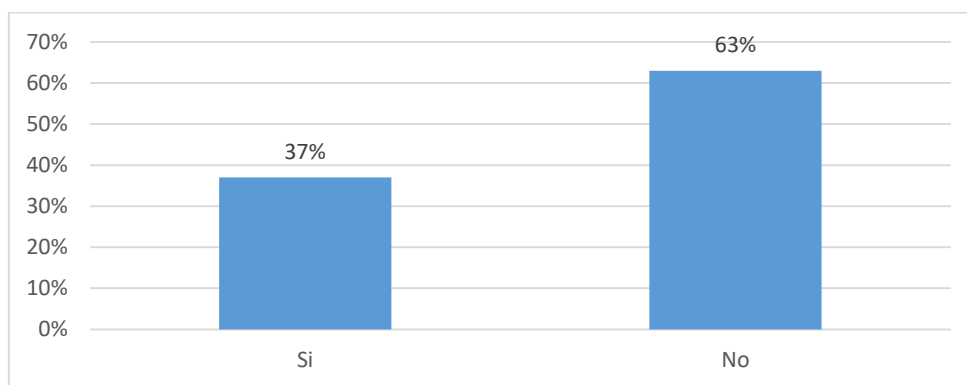
En este apartado se analizará datos sobre la administración, nos referimos a datos como: la planeación, organización, dirección y control.

4.2.2.1 Planeación. En este apartado se analiza datos sobre la planeación, se refiere a datos como: establecimientos culinarios inscritos en registros públicos, propietarios de establecimientos que cuenten con conocimiento de visión de negocio, establecimientos culinarios que cuenten con una visión de negocio, establecimientos culinarios que conocen de misión de negocio, negocios que cuenten con misión, establecimientos culinarios que cuenten con conocimiento de objetivos estratégicos, establecimientos culinarios que cuenten con objetivos estratégicos, negocios culinarios que cuenten con objetivos específicos, la percepción del realismo de los objetivos según los propietarios, establecimientos culinarios que cuenten con objetivos que buscan la participación de todos los integrantes de la empresa, establecimientos culinarios que dentro de los objetivos buscan la integración de la empresa, establecimientos que cuentan con estrategias corporativas, establecimientos culinarios que constan de estrategias de negocio, establecimientos culinarios que constan de estrategias operativas, establecimientos que cuentan con políticas.

Los negocios en su mayoría 63% no se encuentran inscritos en registros públicos (ver Figura 18). Sin embargo existe un reducido número de negocios formalizados 37% entre ellos están: las pollerías, restaurantes ubicados en centro de la localidad. Se concluye que en la ciudad de Bambamarca existe escaso interés por formalizar sus negocios.

Figura 18

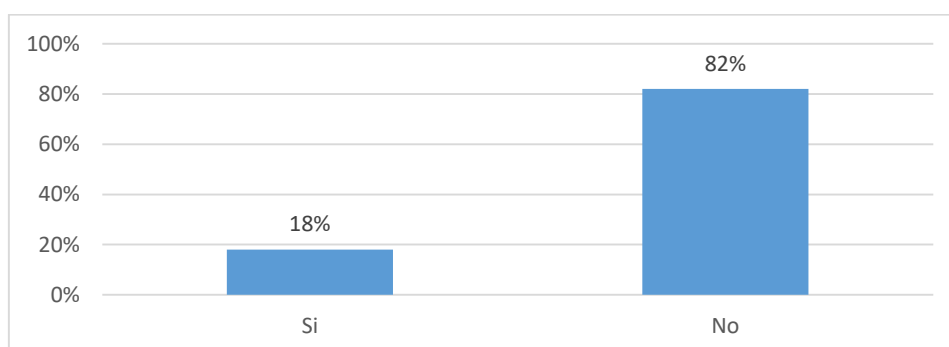
Establecimientos culinarios que están inscritos en Registros públicos



Se observa en la Figura 19 la mayoría de propietarios de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca no tienen conocimiento de una visión de negocio 82%. Eso indica que no tienen una idea hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué quieren convertirse en el futuro. Sólo el 18% de la población encuestada, sí cuentan con una visión de negocio.

Figura 19

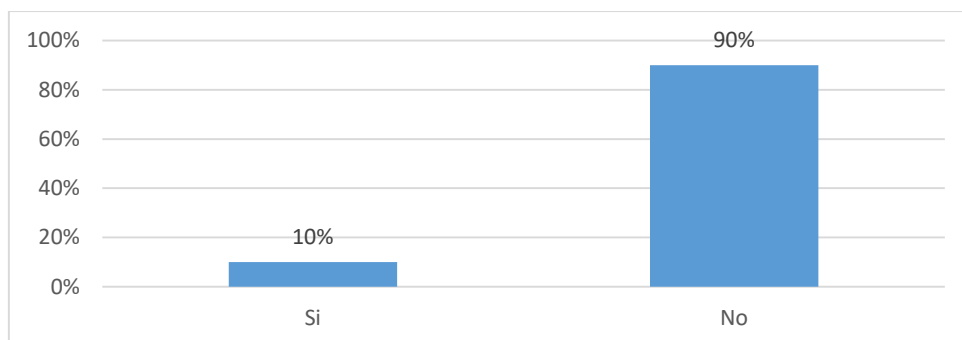
Propietarios que cuentan con conocimiento de visión de negocio



Como se ve en el Figura anterior (ver Figura 20), son muy pocos los propietarios que tienen conocimiento de visión de negocio. De ello solo un escaso 10% tiene plasmado su visión de negocio, lo que da a entender que existe un reducido interés por la planeación en la ciudad de Bambamarca.

Figura 20

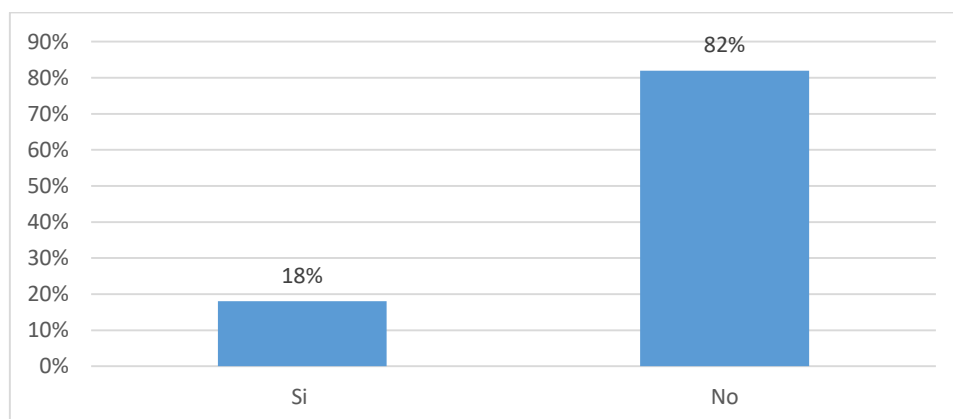
Establecimientos culinarios que cuentan con visión de negocio



Al igual que en el caso de la visión de negocio, la mayoría de propietarios de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, el 82% no cuentan con conocimiento de misión de negocio. Es decir no cuentan con conocimiento del motivo del porqué existe dicha empresa, sus valores, la razón de ser del negocio, público objetivo y su ámbito geográfico de acción. Sólo el 18% de los establecimientos encuestados, tienen idea de qué se trata la misión de negocio, es una cantidad bastante reducida.

Figura 21

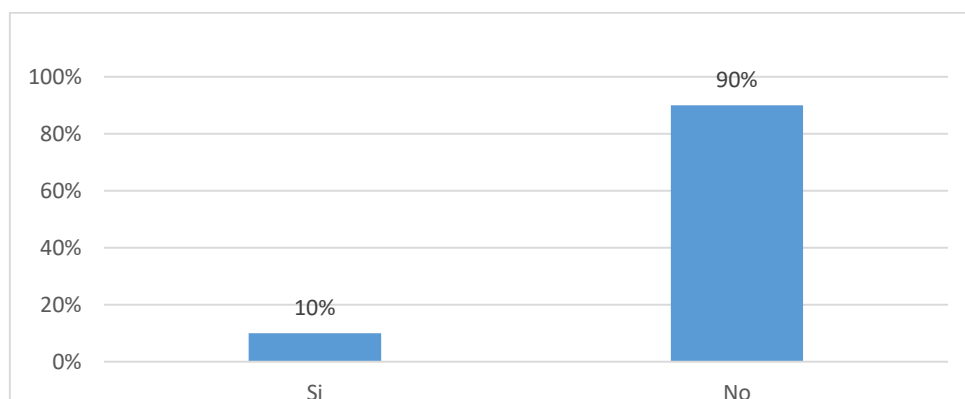
Propietarios de establecimientos culinarios que conocen de misión de negocio



Se observa en la Figura anterior (ver Figura 21), son muy pocos los propietarios que tienen conocimiento de misión de negocio. De ello solo un escaso 18% tiene plasmado su misión de negocio, lo que da entender que existe un reducido interés por la planeación en la ciudad de Bambamarca. (Ver Figura 22)

Figura 22

Establecimientos culinarios que cuentan con una de misión de negocio formulada

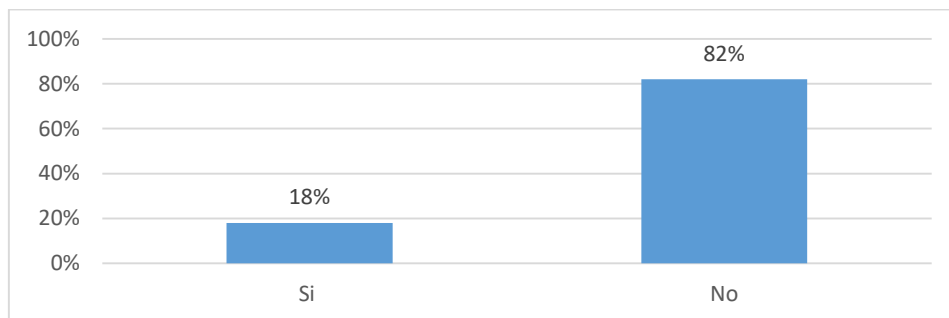


Al igual que en el caso de la visión y misión de negocio, la mayoría de propietarios de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, el 90% no cuentan con conocimiento de objetivos estratégicos. Es decir no cuentan con fines o metas desarrollados a nivel estratégicos y que el negocio pretende lograr. Sólo el 10% de los

establecimientos encuestados, tienen idea de qué se trata los objetivos estratégicos, es una cantidad bastante reducida. (Ver Figura 23)

Figura 23

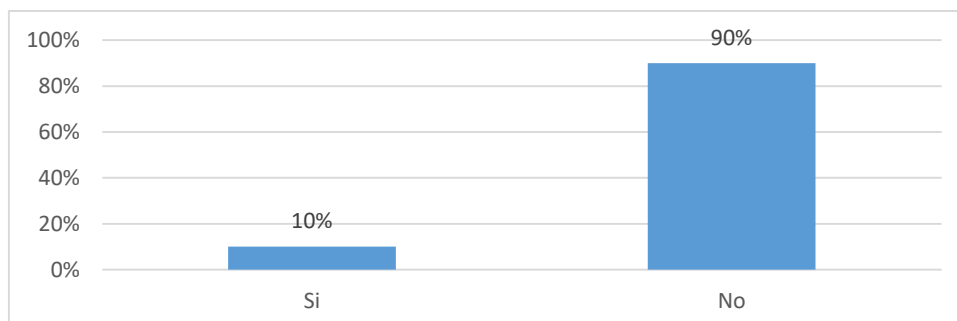
Conocimiento de los Objetivos estratégicos por parte de los propietarios de establecimientos



Como se observa en la Figura 23, son muy pocos los propietarios que tienen conocimiento de objetivos estratégicos. De ello solo un escaso 10% tiene plasmado sus objetivos estratégicos, lo que da entender que existe un reducido interés por la planeación en la ciudad de Bambamarca. (Ver Figura 24)

Figura 24

Establecimientos culinarios que cuentan con Objetivos estratégicos

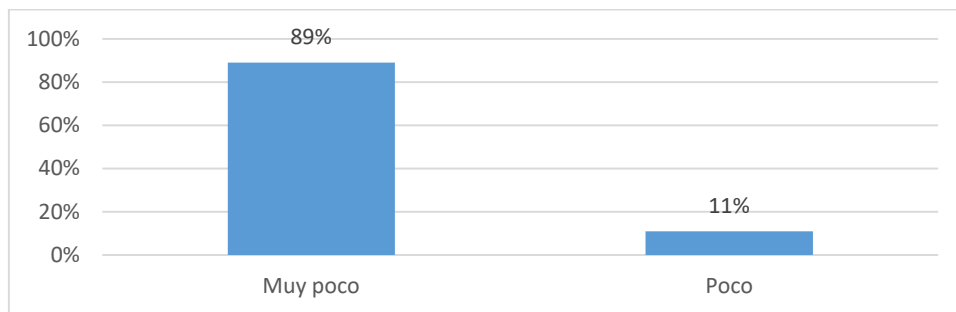


Al igual que en el caso de la visión, misión y objetivos estratégicos de negocio, la mayoría de propietarios de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, el 89% no cuentan con conocimiento de objetivos específicos. Es decir no cuentan con metas

concretas y medibles en un plazo determinado de tiempo. Sólo el 11% de los establecimientos encuestados, tienen idea de qué se trata los objetivos específicos, es una cantidad bastante reducida. (Ver Figura 25).

Figura 25

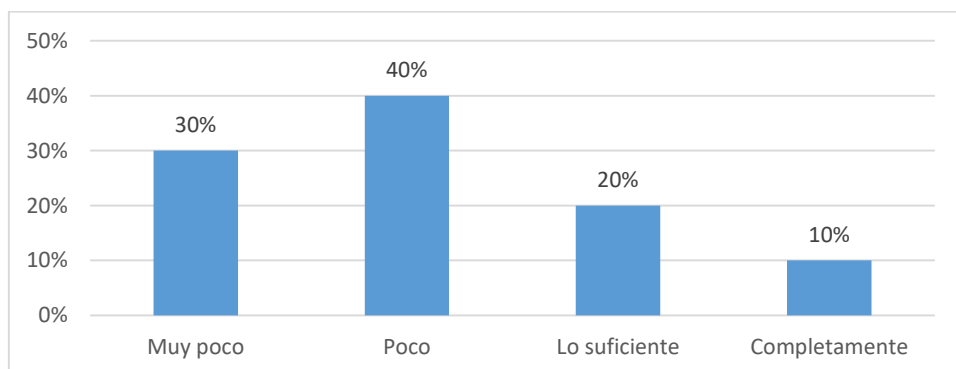
Establecimientos culinarios que cuentan con Objetivos específicos



Los objetivos deben ser realistas, es decir deben poder cumplirse. En este aspecto los propietarios que creen tener los objetivos poco realistas son el 40%. Los demás creen tener objetivos muy poco realistas 30%. El 20% de propietarios creen tener los objetivos lo suficientemente realistas. El 10% creen tener los objetivos muy realistas. (Ver Figura 26).

Figura 26

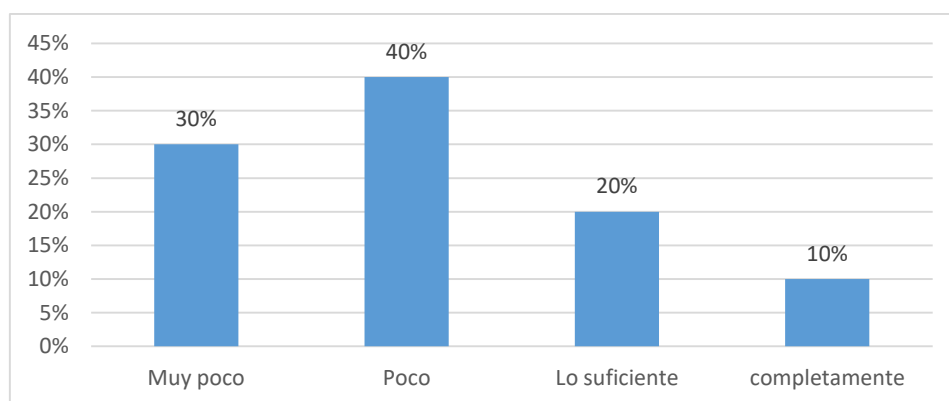
Establecimientos culinarios que cuentan con Objetivos realistas



Los objetivos deben buscar la participación de todos los integrantes de la empresa. En este aspecto son pocos los establecimientos que buscan la participación de los integrantes 40%. Los demás buscan muy poco la participación de los integrantes del negocio 30%. El 20% de establecimientos buscan lo suficientemente la participación. El 10% de establecimientos cuentan completamente con la participación de los integrantes del negocio (ver figura 27).

Figura 27

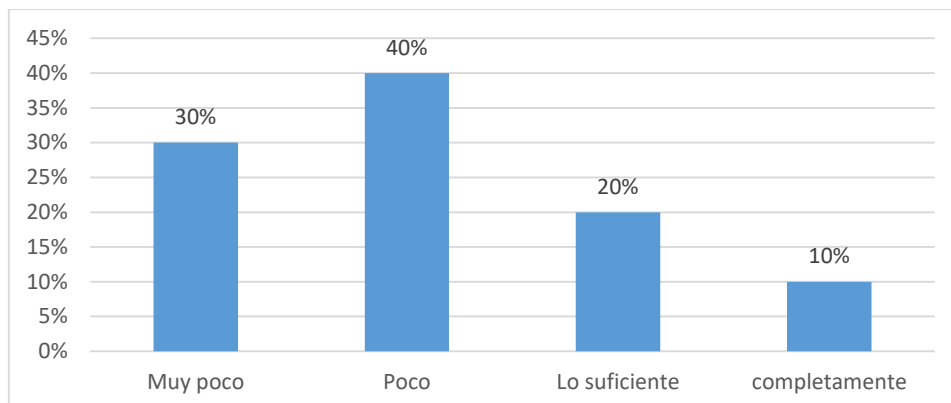
Establecimientos culinarios que cuentan con Objetivos que buscan la participación de todos los integrantes de la empresa



Igual como sucede con la participación de la empresa (Figura 27), en cuanto a la integración sucede algo similar es decir los objetivos en general no buscan la integración de la empresa, más están enfocados a conseguir solo ganancias, como se aprecia en la Figura 28 son pocos los establecimientos que buscan la integración de la empresa 40%. 30% de la población encuestada los objetivos muy poco buscan la integración. El 20% de los establecimientos buscan la suficiente integración. Solo el 10% de los objetivos buscan completamente la integración de la empresa.

Figura 28

Establecimientos culinarios que dentro de los objetivos buscan la integración de la empresa

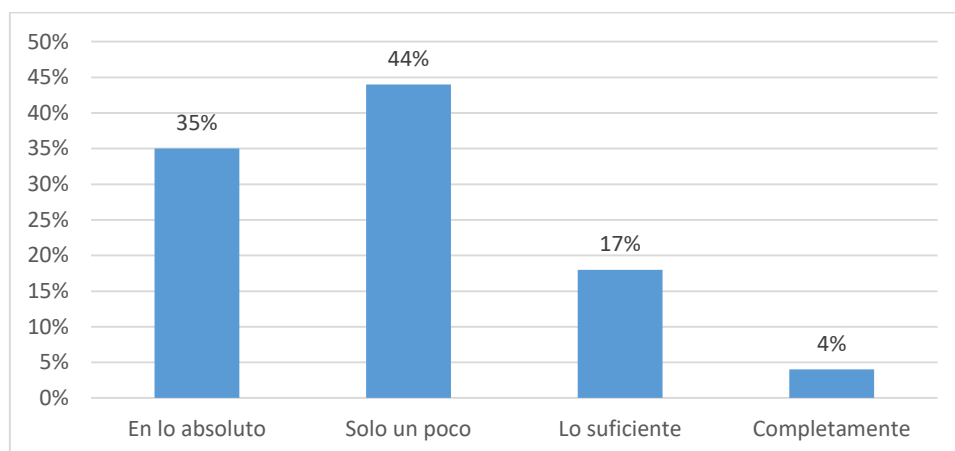


La planeación abarca también estrategias y políticas. Pero los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, en su totalidad no cuentan con estrategias corporativas, ni estrategias de negocio, ni estrategias operativas, ni con políticas. Ello implica que los negocios no tienen un rumbo definido por el cual seguir. Por lo tanto, en lo que respecta a la planeación, este trabajo se enfocará solamente en la misión, visión y objetivos.

4.2.2.2 Organización. En el aspecto de la especialización, es decir que cada uno de los trabajadores de los establecimientos cumple funciones específicas en el área que les corresponde. Se puede observar en la Figura 29, que la mayor parte de establecimientos culinarios cumplen solo un poco con la especialización (44%). Es decir, los trabajadores desarrollan actividades extras a las que han sido asignadas; por ejemplo, el propietario cumple la función de administrador y chef, los mozos desarrollan actividades extras como limpieza y cobranza. El 35% de los establecimientos no cuentan con una función específica. Es decir, se apoyan entre todos. El 17% de establecimientos tienen una especialización suficientemente organizada y solo el 4% de los establecimientos están completamente especializados.

Figura 29

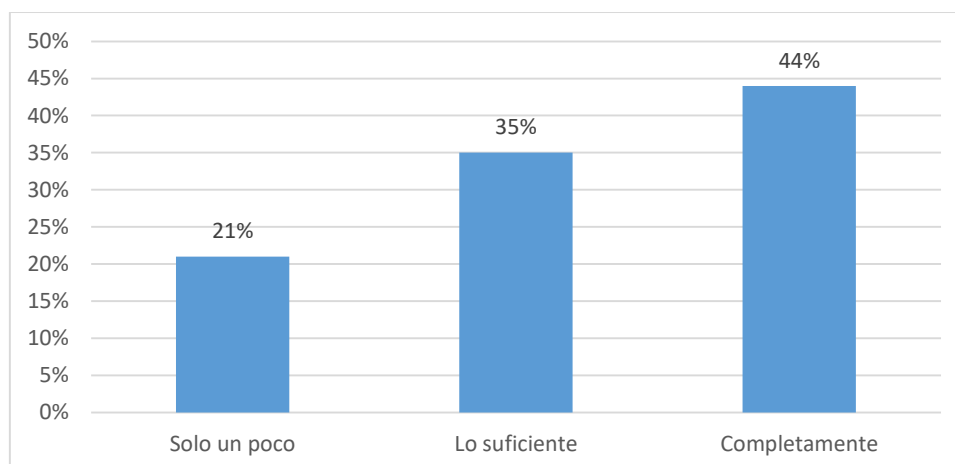
Establecimientos culinarios que cuentan con una especialización en el negocio



En el aspecto de la toma de decisiones dentro de la organización, se observa en la Figura 30, que en la mayor parte de establecimientos la toma de decisiones lo realiza completamente el líder del negocio 44%. Es decir que frente a las circunstancias en las que se encuentre el establecimiento, el único que toma decisiones sin consultar a otros, es el propietario. El 35% de propietarios lo realizan con el apoyo de su cónyuge. El 21% de propietarios solo un poco toman decisiones centralizadas dentro de los establecimientos.

Figura 30

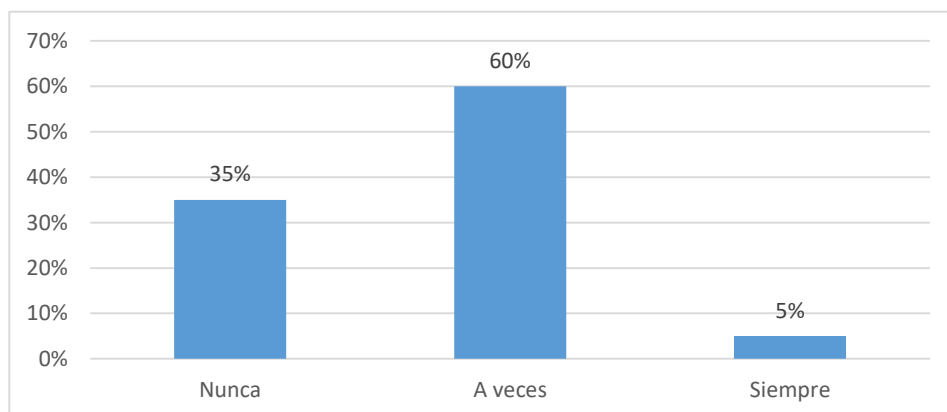
Centralización de la toma de decisiones en los establecimientos culinarios



Se refiere al responsable que hay dentro del establecimiento para revisar todos los aspectos de tiempo del cliente en el restaurante, tomar órdenes, guiar al equipo de trabajo. La mayoría de establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca 60% (ver Figura 31) a veces cuentan con un supervisor esto se lleva a cabo cuando existe gran demanda de alimentos como por ejemplo fiestas patronales, aniversarios, fiestas de promoción, pedidos. El 35% de establecimientos nunca cuentan con un supervisor, es decir que el mismo propietario lo realiza dicha actividad. Sólo el 5% de establecimientos en la ciudad de Bambamarca si cuentan con un supervisor permanente en el negocio.

Figura 31

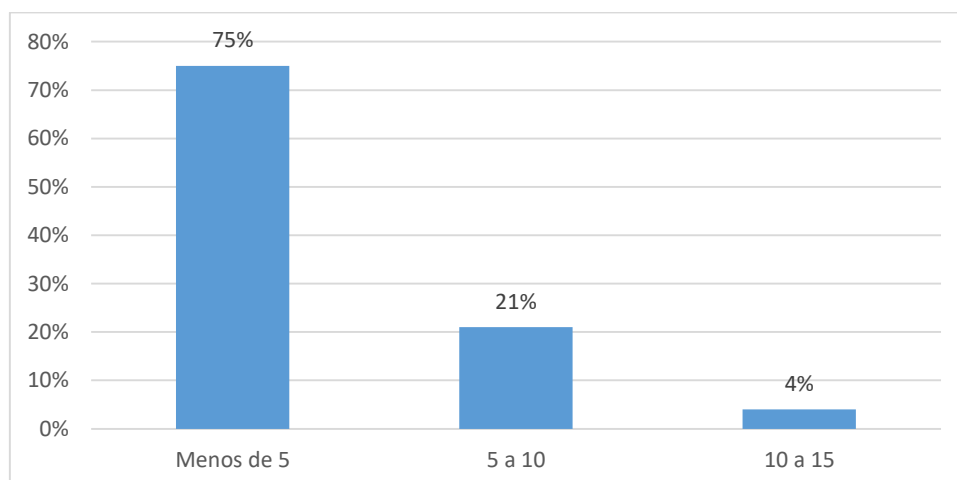
Establecimientos culinarios que cuenten con supervisores que controlen el desarrollo de tareas



Los negocios en su mayoría cuentan con el apoyo de menos de 5 empleados 75%. Esto coincide con el Figura 16. El 21% de establecimientos cuentan de 5 a 10 empleados. Solo el 4% de negocios cuentan con más 10 empleados. Con ello se concluye que en la ciudad de Bambamarca la mayoría de los negocios de comida son MYPES (ver figura 32).

Figura 32

Número de empleados que tiene a su cargo en el establecimiento culinario



4.2.2.3 Dirección. En este apartado se analiza datos sobre la dirección, datos como: nivel de motivación de los trabajadores, supervisión de la empresa, nivel de supervisión en los establecimientos culinarios, establecimientos que cuentan con un líder asertivo en la empresa, tipos de liderazgo en los establecimientos culinarios, nivel de control de la empresa, establecimientos culinarios que cuentan con una evaluación de desempeño a los trabajadores, establecimientos culinarios que toman acciones correctivas cuando es necesario.

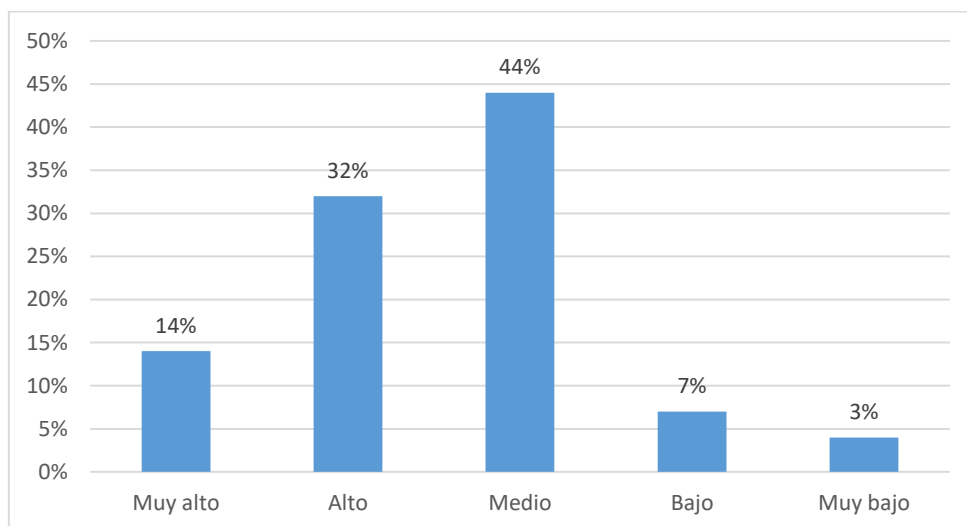
Se refiere a la capacidad que tiene la empresa para mantener a los empleados activos dentro del establecimiento y así poder conseguir el máximo rendimiento marcados por la organización. Es decir que en la ciudad de Bambamarca la mayor parte de establecimientos cuentan con empleados con un nivel de motivación medio. Esto se debe al poco salario que perciben los trabajadores 44% (ver Figura 33). El 32% de propietarios, consideran que el nivel de motivación de sus empleados es alto, esto se debe al buen trato que reciben. El 14% tienen un nivel de motivación muy alto. El 7% de establecimientos

cuentan con un nivel bajo de motivación y el 3% tienen un nivel de motivación muy bajo.

Esto hace que dichos negocios no alcancen sus metas propuestas, debido a que constantemente suelen renunciar los trabajadores.

Figura 33

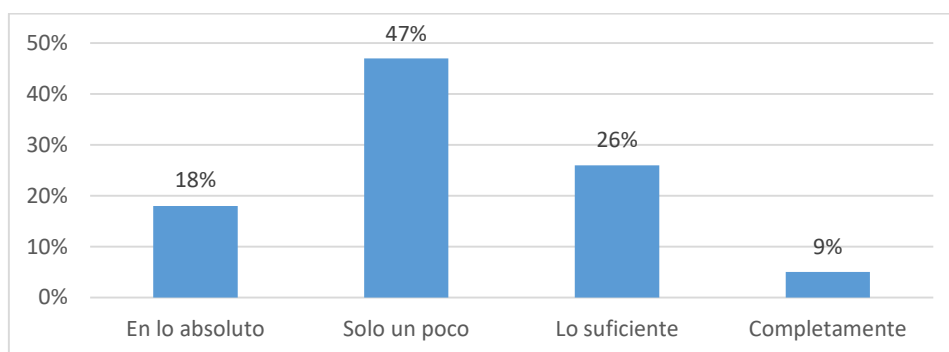
Nivel de motivación de los trabajadores en los establecimientos culinarios



Ahora se analizará la supervisión que existe en la empresa. La mayor parte de establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca 47% (ver Figura 34) solo un poco cuentan con supervisión. El 26% de establecimientos cuentan lo suficientemente con supervisión. El 18% nunca cuentan con supervisión de la empresa, es decir que el mismo propietario lo realiza dicha actividad. Sólo el 9% de establecimientos en la ciudad de Bambamarca si cuentan con supervisión en el negocio. Esto quiere que lo realizan los mismos propietarios; no cuentan con un personal especializado para llevar a cabo dicha actividad.

Figura 34

Existe supervisión de la empresa en los establecimientos culinarios

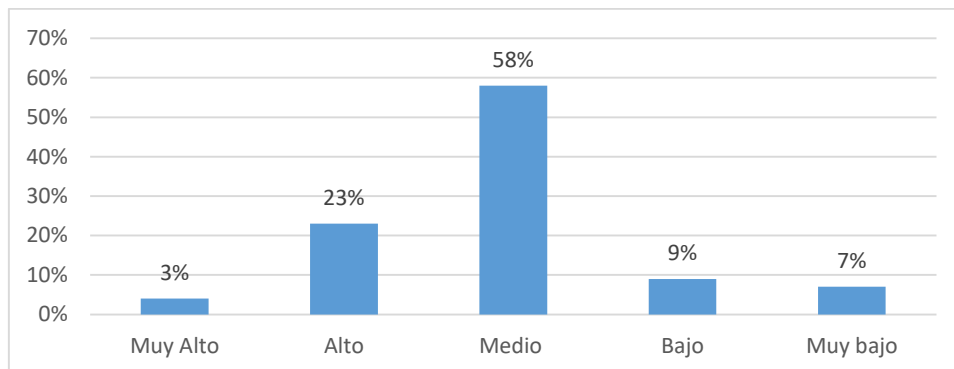


Al decir supervisión, se refiere a la actividad o conjunto de actividades que desarrolla una persona al fiscalizar o dirigir un trabajo en un grupo. Si se observa el nivel de supervisión en los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca la mayoría cuentan con un nivel medio de supervisión (ver Figura 35) 58%. Esto indica que los propietarios de los establecimientos no tienen mucho tiempo para controlar a cada momento las actividades de los trabajadores. El 23% cuentan con un alto nivel de supervisión, aquí se encuentran los establecimientos que cuentan con sucursales y están en constante supervisión, los propietarios asignan un encargado para fiscalizar los establecimientos. El 9% de establecimientos cuentan con un nivel de supervisión bajo. El

7% de establecimientos cuentan con un nivel muy bajo de supervisión y sólo el 3% cuentan con un nivel muy alto de supervisión.

Figura 35

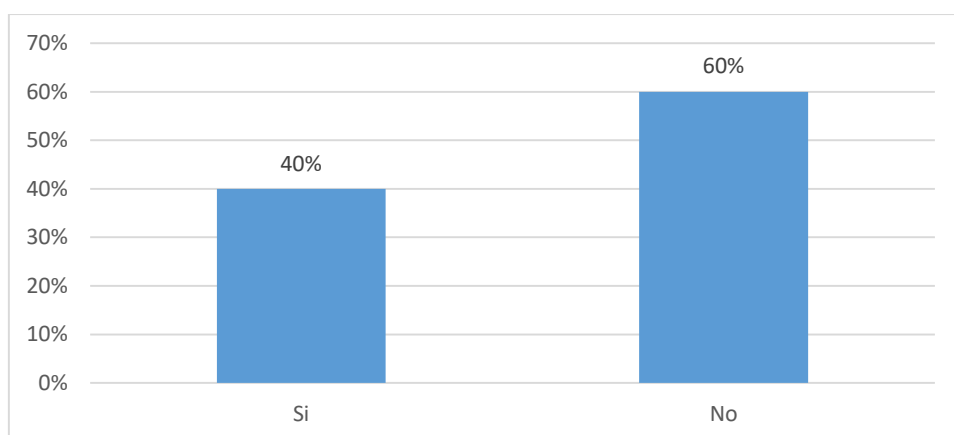
Nivel de supervisión de la empresa en los establecimientos culinarios



Un líder asertivo es aquel que tiene la habilidad de decir y hacer lo adecuado, en la forma adecuada y en el momento adecuado. En el Figura 36, se visualiza que la mayoría de establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca consideran no tener un líder asertivo 60%. El 40% de establecimientos consideran si tener un líder asertivo. Esto quiere decir que son pocos los establecimientos que consideran tener este tipo de líder.

Figura 36

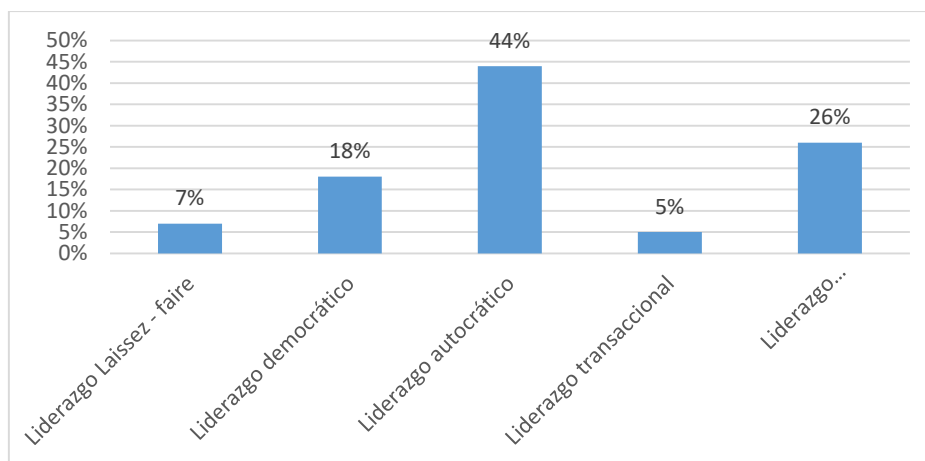
Establecimientos culinarios que cuenta con un líder asertivo



Según los tipos de liderazgo, en la ciudad de Bambamarca el 44% de la población encuestada considera tener un líder autocrático, esto quiere decir que es un líder autoritario, que llevan el control de la información de manera confidencial (ver Figura 37). El 26% considera tener un líder transformacional, ello indica que cuentan con un líder que alienta, motiva a los empleados, ayuda a crear, innovar para mejorar en la empresa. El 18% de los establecimientos culinarios consideran tener un líder democrático, se refiere a que involucra en la toma de decisiones a su personal, todo lo contrario al liderazgo autocrático. El 7% de establecimientos consideran tener un líder Laissez-faire; quiere decir que enseña que su personal sea independiente en la toma de decisiones. Sólo el 5% de los establecimientos consideran tener un líder transaccional, es decir que motivan a sus trabajadores mediante incentivos, según las ventas que tengan a diario o en fechas especiales.

Figura 37

Tipo de liderazgo en el establecimiento culinario que cuenta con un líder asertivo

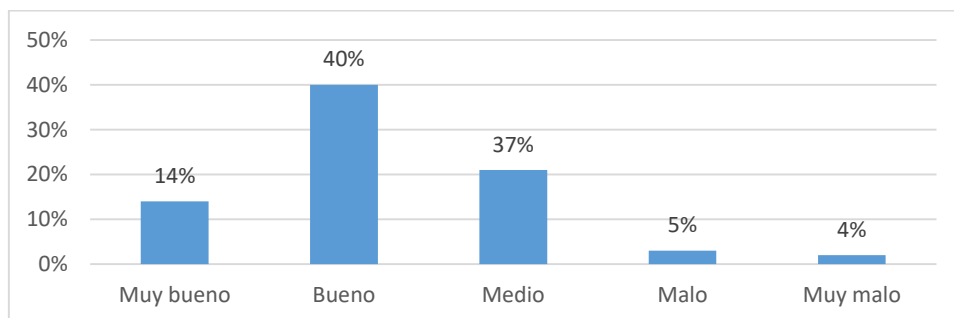


4.2.2.4 Control. En este apartado se observa datos sobre la dirección, datos como: nivel de control, establecimiento de estándares normas que debe cumplir y el cumplimiento de las mismas.

El control es un proceso mediante el cual la administración se cerciora si lo que ocurre concuerda con lo que supuestamente debiera ocurrir. En la Figura 38 se puede ver que la mayor parte de establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca cuentan con un nivel de control bueno 40%. Se refiere al establecimiento de estándares, normas que deben cumplir y el cumplimiento de los mismos. El 37% de los establecimientos consideran tener un nivel de control medio. Ello indica que tienen establecidos sus estándares y lo cumplen. El 14% de establecimientos consideran un nivel de control muy bueno, esto debe a que se establecen estándares, verifican su cumplimiento y en caso no se cumplan, se toman las medidas correctivas. El 5% de establecimientos consideran un nivel de control malo debido a que solo establecen estándares y usualmente verifican si se cumplen dichas actividades. El 4% consideran muy malo, es decir solo establecen estándares.

Figura 38

Nivel de control de la empresa en el establecimiento culinario

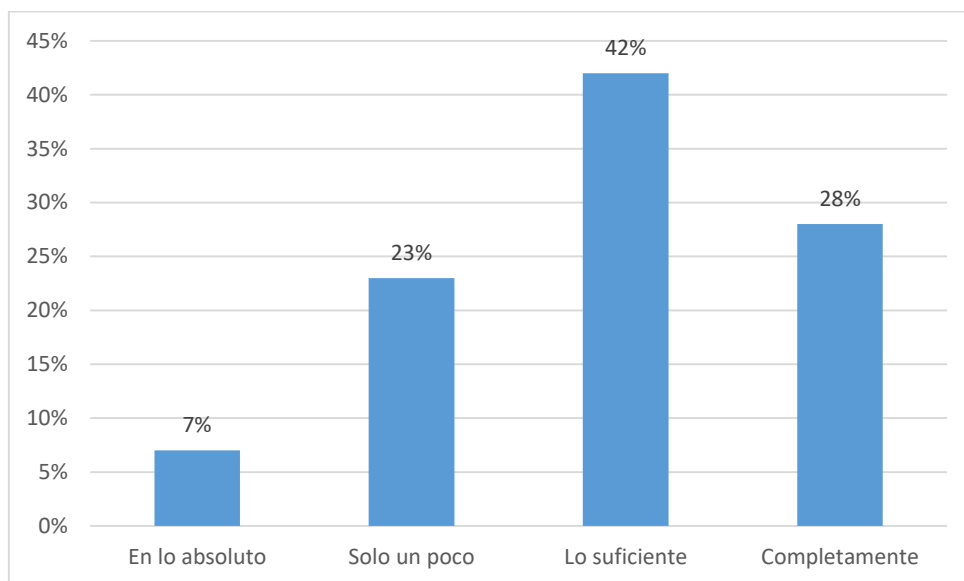


Ahora se analizará la evaluación de desempeño, en el Figura 39 se puede apreciar que el 42% de los propietarios de los establecimientos realizan una suficiente evaluación de desempeño a los trabajadores; es decir la actitud, disposición para colaborar en otras tareas, puntualidad, capacidad de aportar ideas, capacidad de recibir críticas; esto lo realizan mediante una entrevista personal. El 28% de propietarios de los establecimientos, realizan una evaluación completa a los trabajadores. El 23% de establecimientos evalúan

solo un poco el desempeño de sus trabajadores; es decir realizan una evaluación de forma visual y comentarios, no hacen uso de un formulario. Solo el 7% no realizan una evaluación.

Figura 39

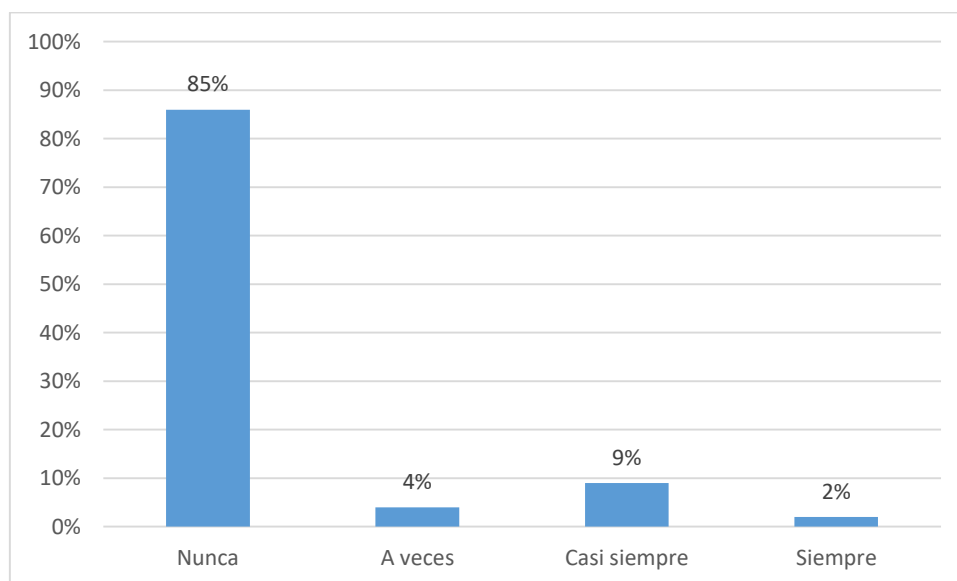
Establecimientos culinarios que cuentan con una evaluación de desempeño



Con respecto a la toma de acciones correctivas, el 85% de establecimientos nunca toman acciones correctivas o no saben qué hacer (ver Figura 40). El 9% casi siempre toman acciones correctivas en su personal, en comparación al 4% que a veces toman acciones debido a que algunos negocios son familiares y temen estropear el clima laboral. Solo el 2% de establecimientos siempre toman acciones correctivas cuando es necesario.

Figura 40

Establecimientos culinarios que toman acciones correctivas cuando es necesario



4.3 Datos sobre el Género

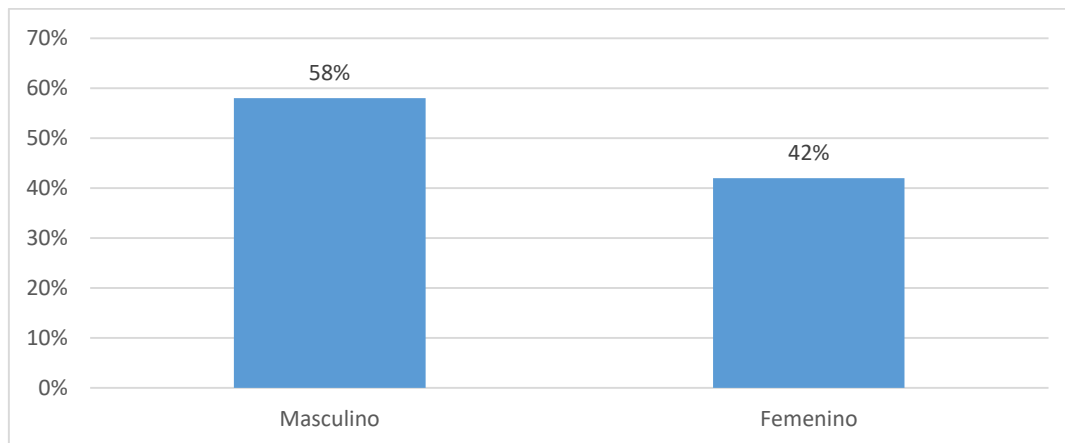
En este apartado se analiza los datos sobre el género en los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, se refiere a datos como: Género del administrador, establecimientos culinarios en que las mujeres ocupan altos cargos en la empresa, actividades que cumplen los hombres en los establecimientos culinarios, actividades que cumplen las mujeres dentro de los establecimientos, limitaciones que tienen los hombres que trabajan en los establecimientos culinarios, limitaciones que tienen las mujeres en los establecimientos culinarios, oportunidades que tienen los hombres en desmedro de las mujeres, oportunidades que tienen las mujeres en desmedro de los varones.

Se observa el género del administrador de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, se puede ver que la mayoría de negocios de comida están administrados por el sexo masculino 58% (ver Figura 41). Sólo el 42% de establecimientos están administrados por el sexo femenino. Esto quiere decir que a pesar de que en la zona

las mujeres son las que más se dedican a este rubro, los administradores en su mayoría son varones.

Figura 41

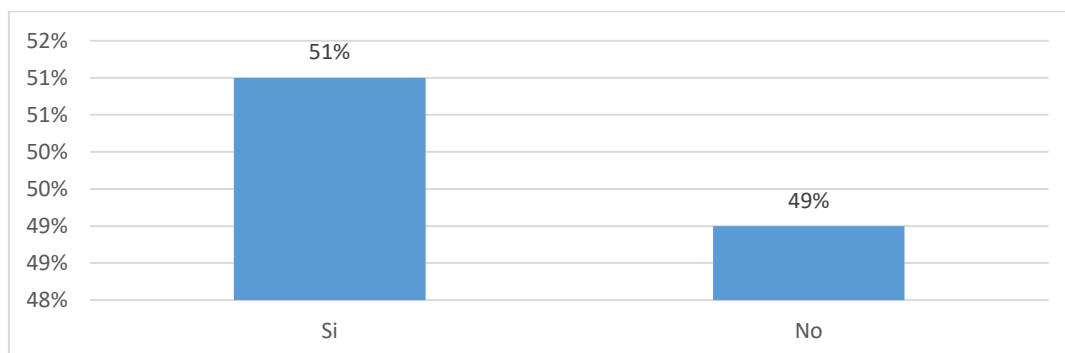
Género del administrador en los establecimientos culinarios



Las mujeres que ocupan altos cargos (Administrador, gerente o propietario) en los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca da un total del 51% (ver Figura 42). Mientras que el 49% restante ocupan cargos de menor jerarquía; como por ejemplo: mozos, limpieza.

Figura 42

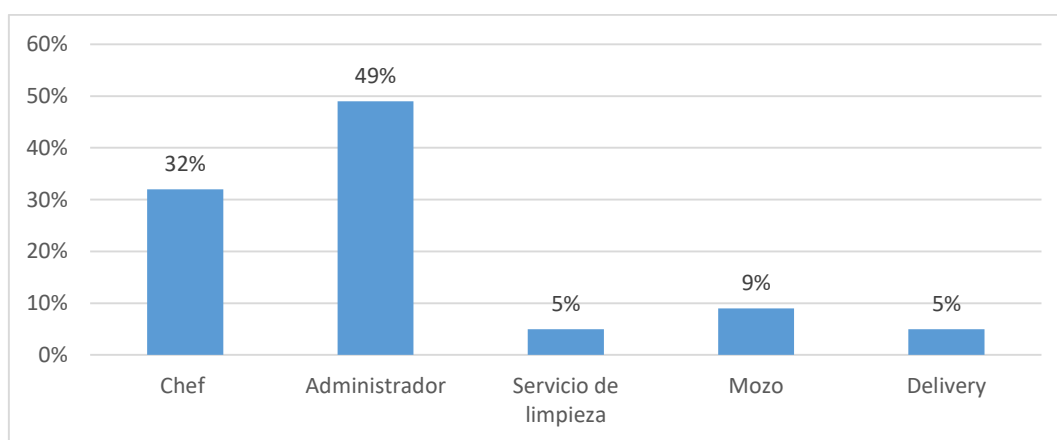
Establecimientos culinarios que las mujeres ocupan altos cargos



Se observa las actividades que cumplen los hombres dentro de los establecimientos culinarios se puede ver que la mayor parte, realizan la función de administrador 49% (ver Figura 43). Ello indica que los varones cumplen distintas funciones dentro de los establecimientos. El 32% realizan la función de chef, esto se debe a que son más minuciosos y veloces al momento de preparar los alimentos. El 9% de varones son asignados para el puesto de mozo; todo lo contrario a lo que sucede en las ciudades más grandes, que prefieren un mozo varón por la fuerza, rapidez que a ellos les caracteriza. El 5% son asignados para el servicio de limpieza, esto se realiza cuando están iniciando a laborar en el establecimiento para luego ser ascendidos de puesto. El otro 5% cumplen la función de delivery.

Figura 43

Actividades que cumplen los hombres en los establecimientos culinarios

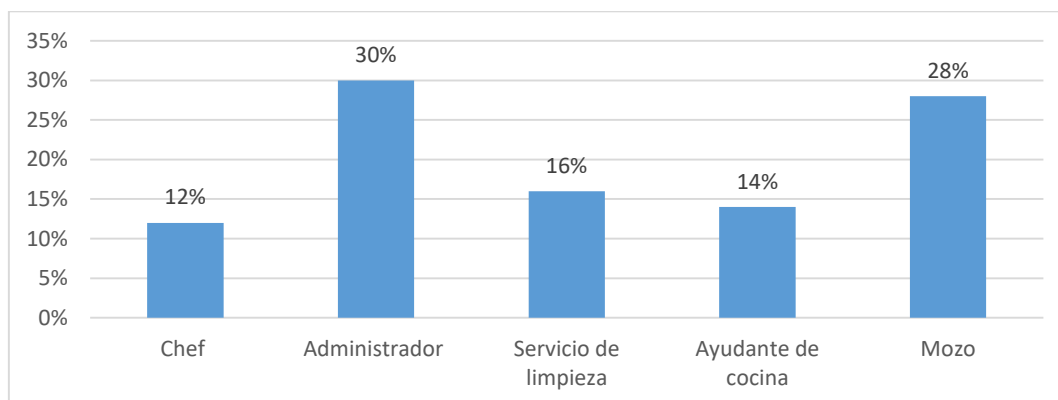


Si se observa las actividades que cumplen las mujeres dentro de los establecimientos culinarios se puede ver que la mayor parte solo se dedica a cumplir la función de administrador 30% (ver Figura 44). Esto indica que las mujeres se encargan principalmente administrar el negocio, no se consideran en este porcentaje las que tengan la administración como ocupación secundaria. El 28% cumplen la función de mozo. Esto se debe a que los propietarios prefieren una mujer como mozo, por la estética de las

mismas. El 16% de mujeres son asignadas para el puesto de servicio de limpieza como: lavado de vajilla, arreglo de local. Ello se debe a la rapidez con las que realizan dichas actividades. El 14% prefieren a las mujeres como ayudante de cocina y solo 12% se dedica a realizar la función de chef. Esto indica que es muy poco el porcentaje de mujeres que se dedican a esta función, prefieren varones como chef, tal como se puede corroborar en la Figura anterior. (ver Figura 43)

Figura 44

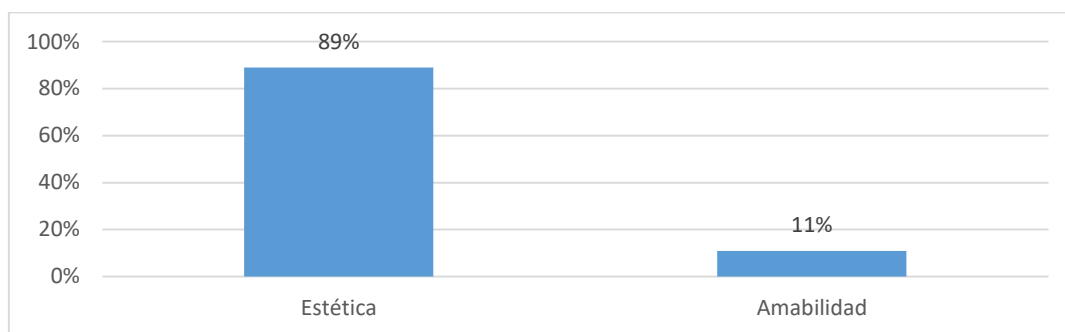
Actividades que cumplen las mujeres en los establecimientos culinarios



La restricción que tienen los varones dentro del establecimiento culinario como se puede observar en el Figura 45, la mayoría considera que es la falta de estética 89%. Esto se refiere a que principalmente para desarrollar las funciones como mozo, la apariencia física de los varones no es tan aceptable por parte de los propietarios, prefieren una mujer. Sólo el 11 % considera que la principal limitación es la amabilidad. Esto indica que existe un porcentaje reducido que considera que los varones son menos amables que las mujeres.

Figura 45

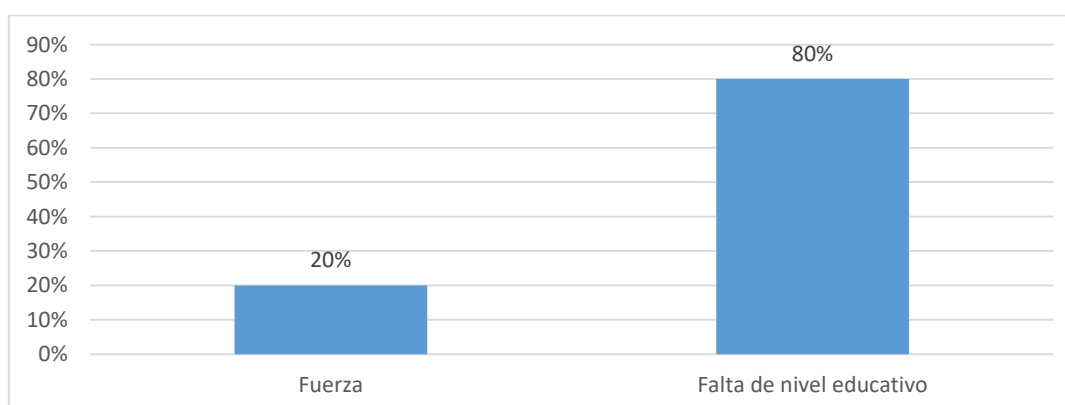
Limitaciones que tienen los hombres en establecimientos culinarios



La principal restricción que tienen las mujeres dentro del establecimiento culinario se puede observar en la Figura 46, la mayoría considera que no prefieren contratar mujeres para cocina por motivo que se necesita mayor fuerza 20%. Esto se da en los establecimientos como las pollerías. El 80% considera que su principal restricción es la falta de nivel educativo. Esto se debe a que las mujeres que no han logrado tener estudios, no pueden acceder a otros puestos dentro del establecimiento como: cajeras, administradores, mozo; sólo pueden asumir los puestos como: servicio de limpieza, ayudante de cocina.

Figura 46

Limitaciones que tienen las mujeres en establecimientos culinarios

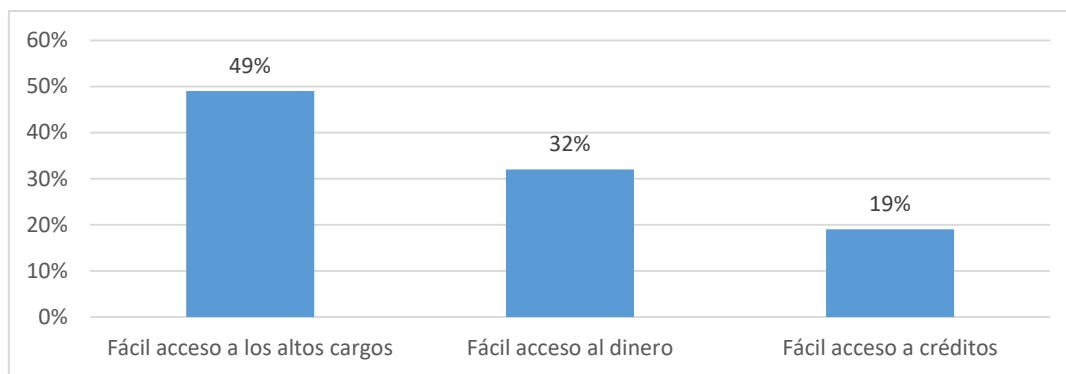


Se refiere a las mayores posibilidades que tienen los varones dentro de los establecimientos culinarios, según el Figura 47 el 49% perciben que tienen más fácil

acceso a altos cargos como: administradores, supervisores. El 32% consideran que los varones tienen mayor acceso al dinero. Significa que los varones disponen de dinero inmediato para invertir, gastar o asumir costos inmediatos que se requiera en el establecimiento sin necesidad de pedir permiso a nadie. El 19% considera que los varones tienen mayor posibilidad de acceder a créditos. Esto se debe a que las entidades financieras prefieren otorgar créditos a los varones como cabeza de la unidad familiar.

Figura 47

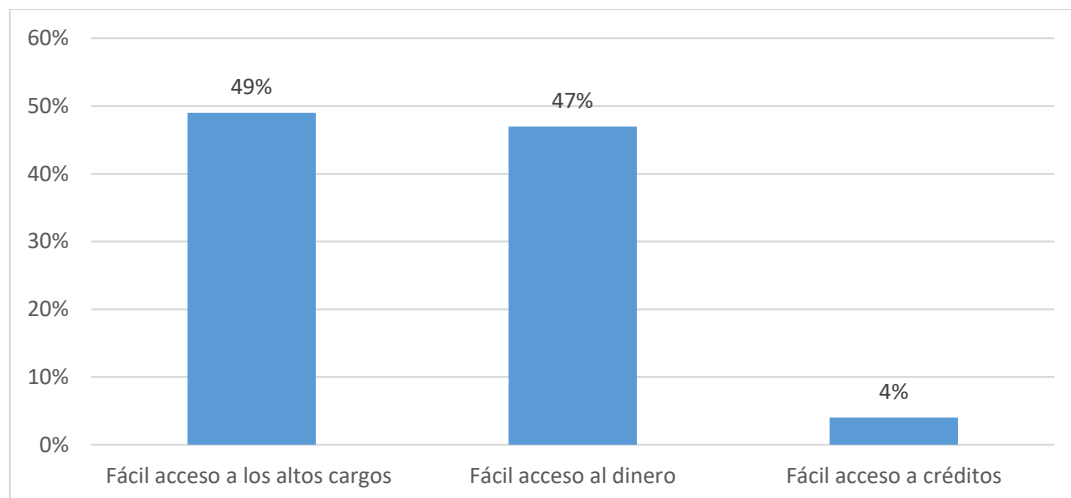
Oportunidades que tienen los hombres en desmedro de las mujeres en establecimientos culinarios



En el Figura 48 se aprecia que la mayor parte de establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca consideran que las mujeres cuentan con fácil acceso a altos cargos 49%, el 47% de los establecimientos consideran que las mujeres tienen fácil acceso al dinero. El 4% fácil acceso a créditos. Así que las contratan como: mozos, cajeras, anfitrionas, etc.

Figura 48

Oportunidades que tienen las mujeres en desmedro de los hombres en establecimientos culinarios



4.4 Comparación de Resultados según el Género

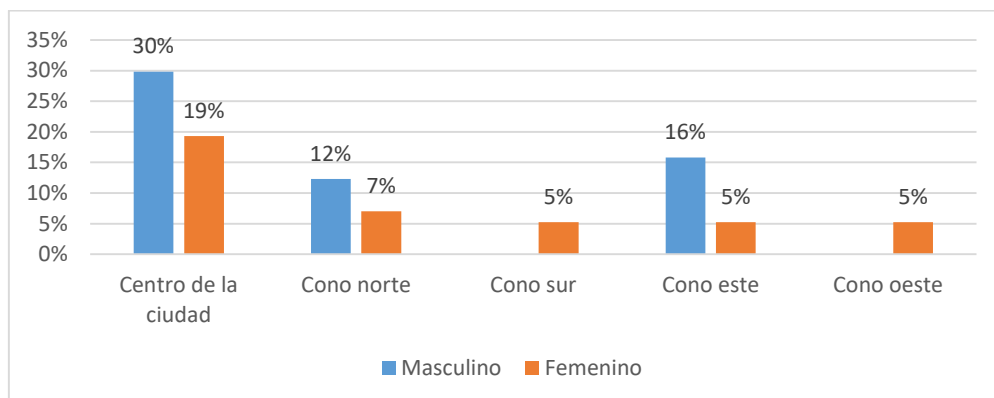
Primero se analiza los 4 pilares de la administración (planeación, organización, dirección y control), para ver quién se desenvuelve mejor en este aspecto, el género masculino y el femenino.

4.4.1 Comparación del Proceso Administrativo según el Género

Si se observa en la Figura 49, la localización de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca, están ubicados en el centro de la ciudad y éstos están administrados por varones. Los establecimientos que están administrados por mujeres se encuentran mayormente en el cono sur y cono oeste. Esto indica que los varones acaparan el centro de la ciudad debido a la alta transitabilidad de personas.

Figura 49

Localización de establecimientos culinarios según el género del administrador

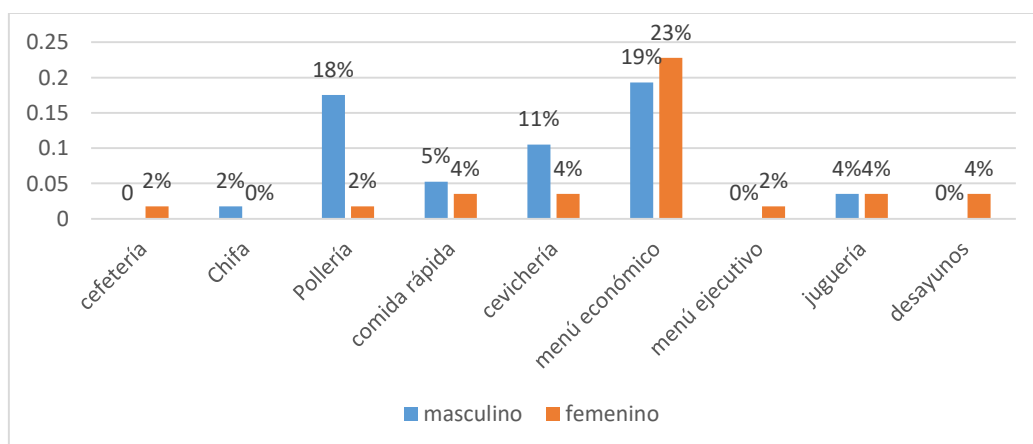


Como se menciona en la Figura 6 en la mayoría de ciudades el principal tipo de restaurantes es el tipo de menú económico, es decir se habla de establecimientos que ofrecen un grupo de platos que tienen un costo moderado al alcance de la mayoría de la población. Estos están administrados la mayor parte por mujeres, le sigue las pollerías que están administrados en su mayoría por varones al igual que los establecimientos de cevicherías.

Se puede decir que los varones se dedican en su mayoría a pollerías y cevicherías y las mujeres se dedican a vender menú económico (ver figura 50).

Figura 50

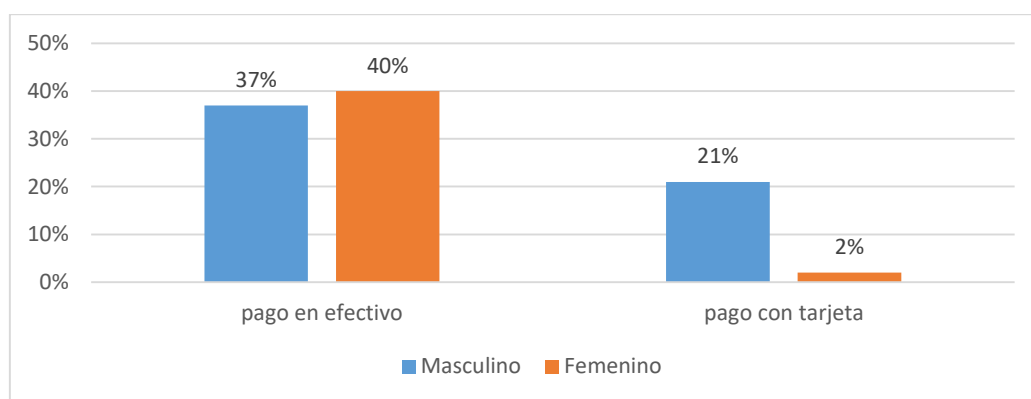
Tipo de establecimientos culinarios según el género del administrador



La forma de pago de los comensales en la ciudad de Bambamarca es el pago en efectivo lo que significa que son pocos los establecimientos que se encuentran equipados para atender con tarjetas de créditos o con pagos virtuales ya sea transferencia o yape. Los establecimientos que cuentan con equipos para poder recibir pagos con tarjeta, están administrados por varones. Se puede deducir que los varones tienden a actualizarse y aplicar la tecnología en sus negocios (ver Figura 51)

Figura 51

Forma de pago de los establecimientos culinarios según el género del administrador



4.4.1.1 Planeación. Se empezará por analizar el primer pilar de la teoría administrativa: la planeación, intentando determinar quiénes (hombres o mujeres) la aplican en su negocio, o por lo menos saber quiénes tienen nociones básicas de ello. Este estudio se enfocará en saber si los negocios conocen y tienen misión, visión, y objetivos estratégicos, que son los tres puntos básicos para cualquier planeación ya formalizada.

La planeación es la “determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro” (Marín y Atencio, 2008, p.164), implicando ello la formulación de: visión, misión, objetivos, estrategias y tácticas.

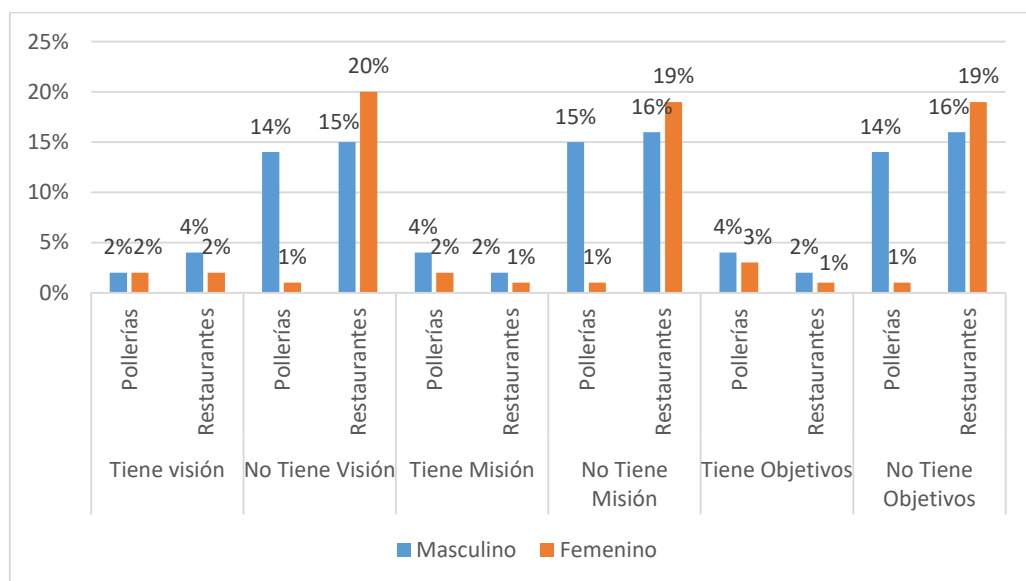
En la figura 52 se analiza la influencia del género en tres puntos claves de la planeación: visión, misión y objetivos estratégicos. Y para hacer más específico el análisis, se ha elegido sólo dos tipos de establecimiento culinario: pollerías y restaurantes, ya que son los que tienen más porcentaje de participación en el mercado.

Si se analiza por tipo de establecimiento, se observa que dicho ítem es indiferente a la aplicación de la teoría administrativa de la planeación; es decir, no importa si es restaurante o pollería, el resultado es el mismo: son muy pocos los establecimientos que tienen visión, misión y objetivos. (Sólo tienen visión el 4% de pollerías y al 6% de restaurantes; sólo tienen misión el 6% de pollerías y el 3% de restaurantes; sólo tienen objetivos el 7% de pollerías y el 3% de restaurantes).

Por otro lado, si se analiza por género, se puede ver claramente que los varones aventajan a las mujeres en cuanto a la planeación. Los establecimientos administrados por varones tienden más que los administrados por mujeres a tener visión, misión, objetivos, no importando el tipo de establecimiento (pollerías y restaurantes). Así por ejemplo, las pollerías dirigidas por varones que tienen visión, misión y objetivos el representan el 2%, 4% y 4% respectivamente; mientras que en las dirigidas por mujeres, el porcentaje es 2%, 2% y 3% respectivamente. Lo mismo sucede en los restaurantes, cuyo porcentaje es 4% (visión), 4% (misión) y 4% (objetivos) para varones, y 2%, 1% y 1% para mujeres. De esto se concluye que los hombres aplican más teoría administrativa de la planificación que las mujeres.

Figura 52

La planeación según género y tipo de establecimiento



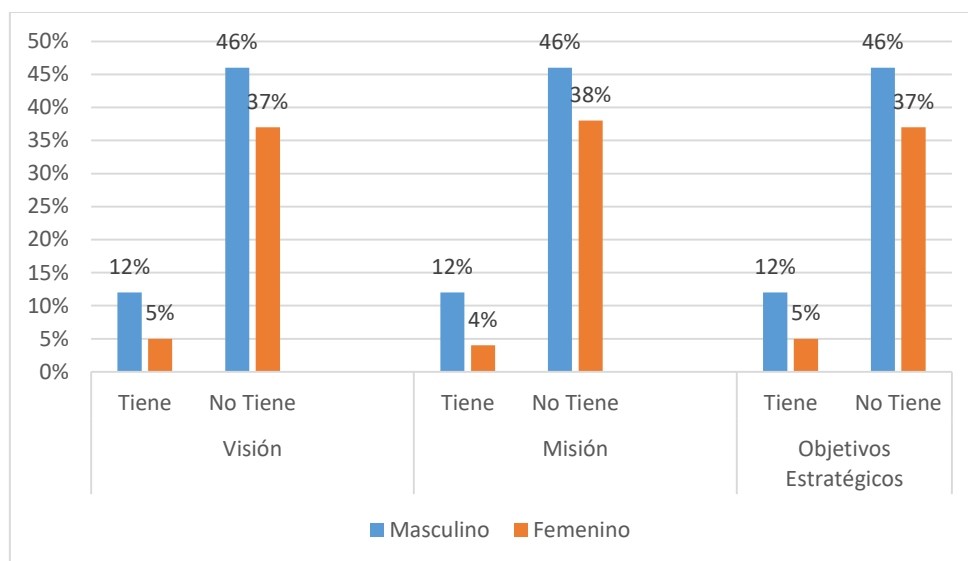
En la Figura 53 se analizará más específicamente la influencia del género sobre los tres puntos clave de la planeación: visión, misión y objetivos estratégicos.

Un vistazo superficial es suficiente para notar que existe muy poco interés por la planificación en los negocios culinarios de Bambamarca. El 83% de los negocios culinarios no tienen visión; el 84% no tiene misión y el 84% no tiene objetivos estratégicos.

Si se analiza según el género, los negocios culinarios administrados por varones aventajan sus homólogos femeninos en cuanto a la aplicación de la planificación, superando 2 a 1 a las mujeres. El 12% de varones tiene visión, contra el 5% de mujeres. Y en cuanto a misión y objetivos, el porcentaje es muy similar.

Se concluye de manera general que los negocios dirigidos por varones hacen mejor uso de la planificación, que los negocios administrados por mujeres.

Figura 53

Planeación según el género del administrador

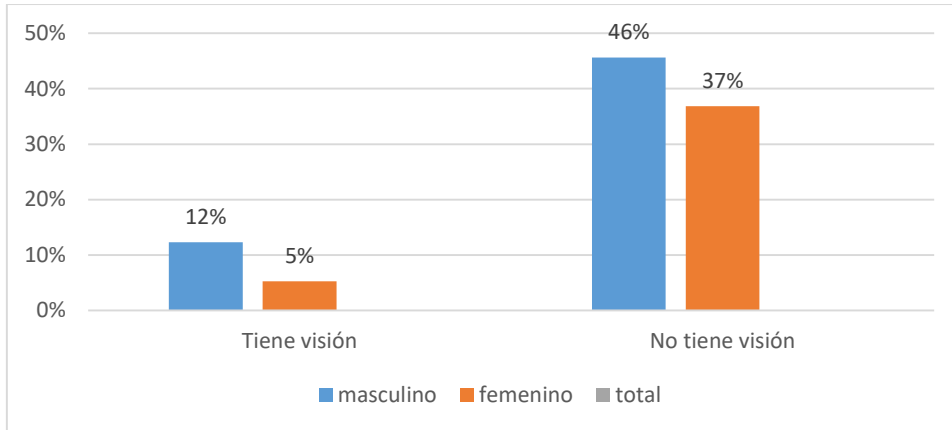
Para mayor detalle se presenta por separado, en las siguientes figuras, la relación entre el género y la visión (Figura 54), el género y la misión (Figura 55), y el género y los objetivos estratégicos (Figura 56) en los negocios culinarios de la ciudad de Bambamarca.

Del total de los establecimientos, alrededor del 17% cuenta con conocimiento de visión, misión y objetivos estratégicos de negocio. Es decir conocen el motivo del porqué existe dicha empresa, sus valores, la razón de ser del negocio, público objetivo y su ámbito geográfico.

Como ya se vio en las figuras anteriores, los administradores varones superan a sus homólogas mujeres en cuanto a la planeación. Son pocos los establecimientos administrados por mujeres que tienen conocimiento de planeación de negocio (alrededor de 5%) en comparación a los hombres que las superan por más del doble (alrededor de 12%). Ello nos indica que los administradores varones están más capacitados en cuanto a la planeación en comparación a las mujeres en este tipo de negocios. (Figura 54, 55 y 56).

Figura 54

Establecimientos culinarios que cuentan con conocimiento de visión según el género del administrador

**Figura 55**

Establecimientos culinarios que conocen de misión según el género del administrador

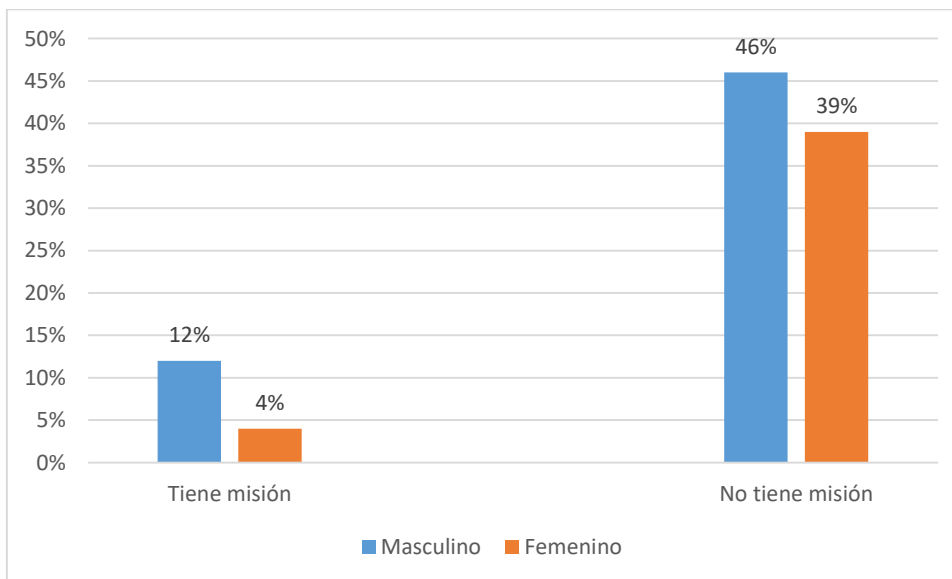
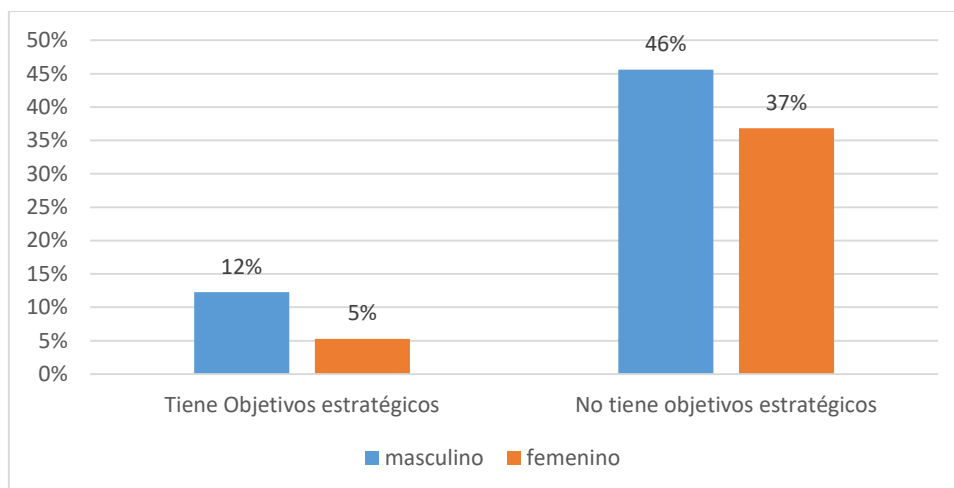


Figura 56

Establecimientos culinarios que cuentan con conocimiento de objetivos estratégicos según el género del administrador



4.4.1.2 Organización. Organizar es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir (Stoner et al.,1996).

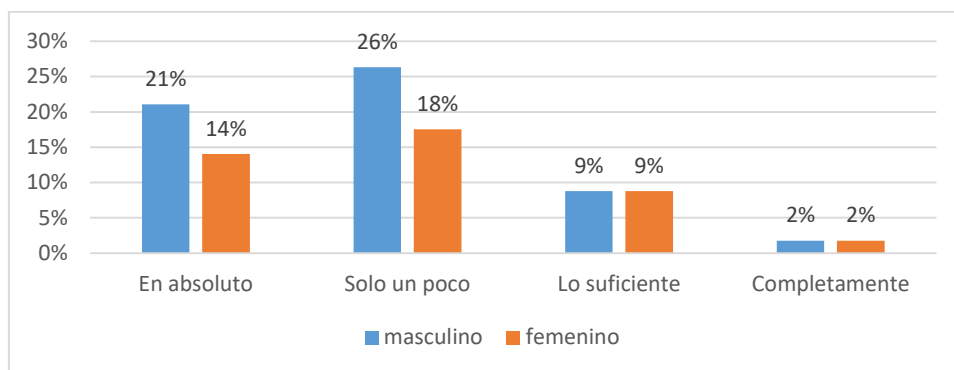
Para que una organización esté bien estructurada debe tener en cuenta los siguientes aspectos: Estructura de actividades (especialización y formalización), concentración de autoridad (centralización de la toma de decisiones), línea de mando (supervisores que controlan el desarrollo de tareas), tamaño del componente de apoyo (personal subordinado).

En la figura 57 se analiza la influencia del género en uno de los puntos claves de la organización: la especialización en el negocio. Sólo el 4% de establecimientos cuentan con especialización completa, es decir cada uno se dedica a cumplir la función que le corresponde y no se entromete en otras áreas. Y de ese 4% la proporción del género de los administradores es mitad y mitad. Es decir en cuanto a la especialización hombres y mujeres están en condiciones similares. Si se observa en las empresas que no existe

especialización alguna, éstas están administradas mayormente por varones, significando que los varones tienen menos interés que las mujeres por la especialización.

Figura 57

Especialización de los establecimientos culinarios según el género del administrador

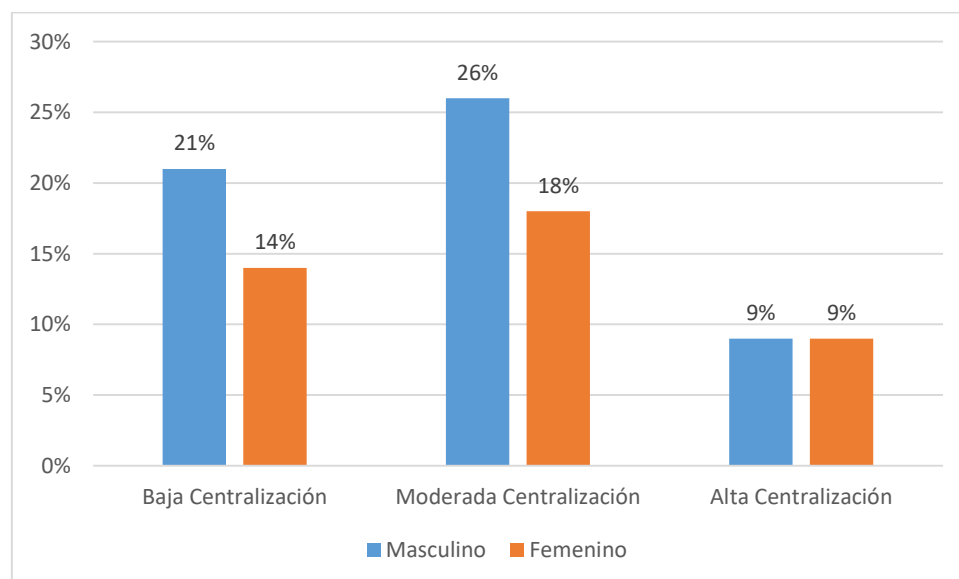


En la Figura 58 se analiza la influencia del género en otro de los puntos claves de la organización: la centralización. Teniendo como resultados que el 18% de establecimientos cuentan con una centralización completa, es decir que las decisiones están tomadas exclusivamente por los líderes, los demás trabajadores no tienen ni voz, ni voto. Y de ese 18% la proporción del género de los administradores es mitad y mitad. Es decir en cuanto a la centralización (al igual que en la especialización) hombres y mujeres están en condiciones similares.

Si se observa en las empresas que existe sólo un poco de centralización, éstas están administradas mayormente por varones; de igual modo, los establecimientos que cuentan con una suficiente centralización (es decir que las decisiones las toma el líder; sin embargo deja ciertas decisiones a los trabajadores), también están administrados mayormente por varones.

Figura 58

Centralización de la toma de decisiones según el género en los establecimientos culinarios



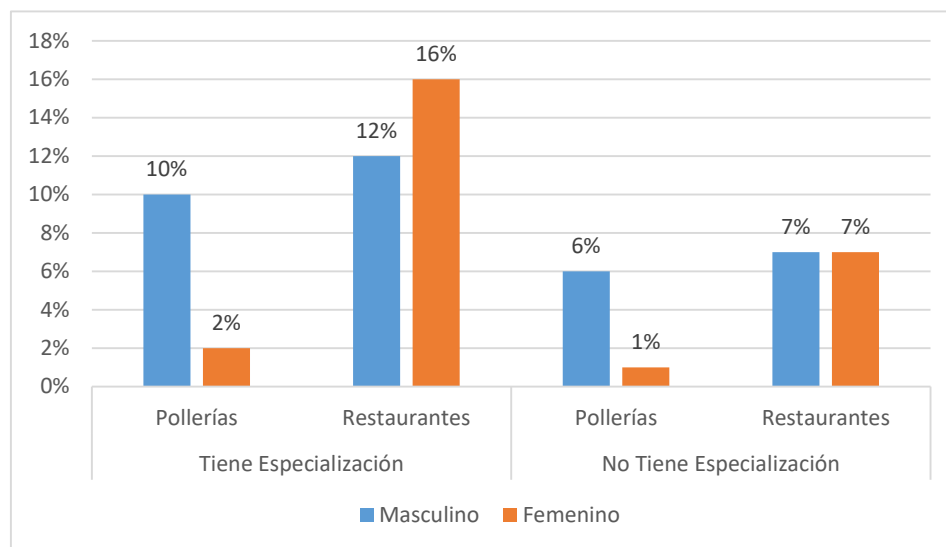
Para un estudio más profundo, en la Figura 59 se vuelve a analizar la influencia del género en uno de los puntos claves de la organización: la especialización. Pero, para hacer más específico el análisis, se ha elegido sólo dos tipos de establecimientos culinarios: pollerías y restaurantes, por ser éstos los que tienen más porcentaje de participación en el mercado.

Se observa claramente que en las pollerías los varones superan largamente a las mujeres en cuanto a especialización, siendo la proporción 5 a 1 a favor de los varones, pues los propietarios varones en cuyos negocios hay especialización representan el 10%, y las mujeres sólo el 2%.

Pero si se observa los restaurantes se tiene que los administrados por mujeres (16%) superan a los administrados por hombres (12%) en cuanto a la especialización, sin embargo la ventaja es bastante pequeña (sólo un 4% de diferencia) si lo comparamos con la ventaja que los hombres tienen en las pollerías.

Figura 59

La especialización según el género y tipo de establecimiento



Y en la Figura 60 se vuelve a analizar la influencia del género en el otro punto clave de la organización: la centralización. Pero, al igual que en la figura anterior, para hacer más específico el análisis, se ha elegido sólo dos tipos de establecimientos culinarios: pollerías y restaurantes, por ser éstos los que tienen más porcentaje de participación en el mercado.

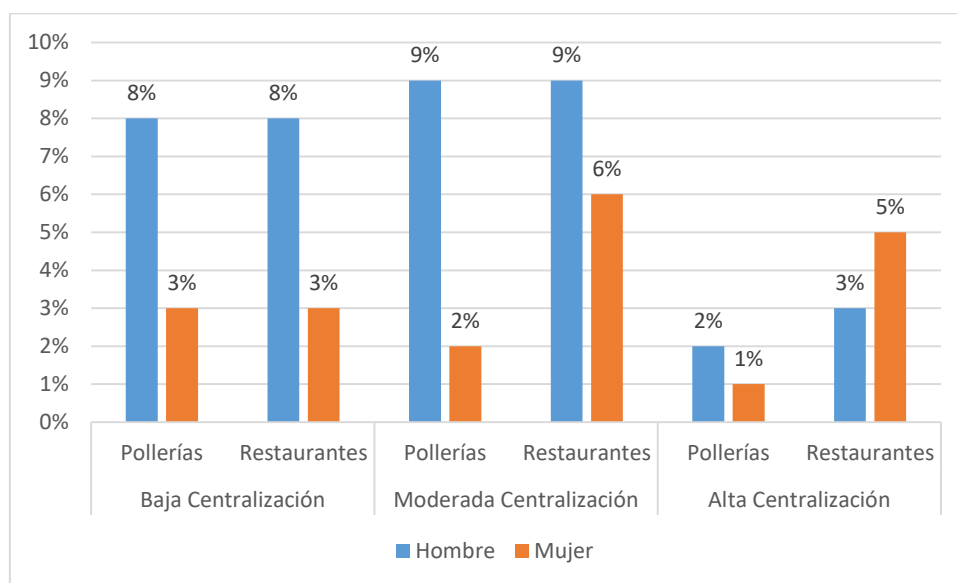
Si se analiza las pollerías, se tiene que los varones tienden más a la centralización que las mujeres, pues se observa que en los establecimientos culinarios donde hay moderada centralización, el 9% están administrados por hombres y solo el 2% por mujeres. De igual modo en los establecimientos culinarios donde hay alta centralización, el 2% están administrados por varones y el 1% por mujeres.

Si se analiza los restaurantes, observando los establecimientos en que hay alta centralización, se tiene el fenómeno contrario que en las pollerías, es decir las mujeres tienden más a la centralización que los varones, alcanzando ellas el 5% contra el 3% de sus homólogos varones.

Se puede decir pues que en las pollerías los varones tienden más a la alta centralización que las mujeres, en cambio en los restaurantes las mujeres tienden más a la alta centralización.

Figura 60

La Centralización según el género y tipo de establecimiento



4.4.1.3 Dirección. De acuerdo a Koontz y Weihrich (2002) la dirección consiste en “coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización, en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados”, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y supervisión (p. 386).

El liderazgo es un proceso de interacción entre personas en el cual una de ellas conduce, mediante su influencia personal y poder, las energías, potencialidades y actividades de un grupo, para alcanzar una meta común a fin de transformar tanto a la empresa como a las personas que colaboran en ella (Juárez 2012). Hay muchos tipos de liderazgo como: Liderazgo Laissez – faire, liderazgo democrático, liderazgo autocrático, liderazgo transaccional, liderazgo transformacional; el cual el más recomendable es el

liderazgo democrático que implica la participación de los empleados en la toma de decisiones.

En la Figura 61 se analiza la influencia del género en dos puntos claves de la dirección: supervisión y motivación. Y para hacer más específico el análisis, se ha elegido sólo dos tipos de establecimiento culinario: pollerías y restaurantes, ya que son los que tienen más porcentaje de participación en el mercado

Lo primero que resalta es el alto nivel de motivación que existe en los restaurantes (37% en total) en comparación a las pollerías (18% en total), superando 2 a 1 aquellos a éstos. Lo curioso es que, en el caso de las pollerías, hay más motivación en las que están dirigidas por varones superando largamente a las que están dirigidas por mujeres (16% varones contra sólo 2% mujeres). Sin embargo, en el caso de los restaurantes, sucede lo contrario: hay más motivación en los que están dirigidos por mujeres, con la diferencia que no es muy poca la ventaja que éstas tienen sobre los varones (20% mujeres contra sólo 17% varones).

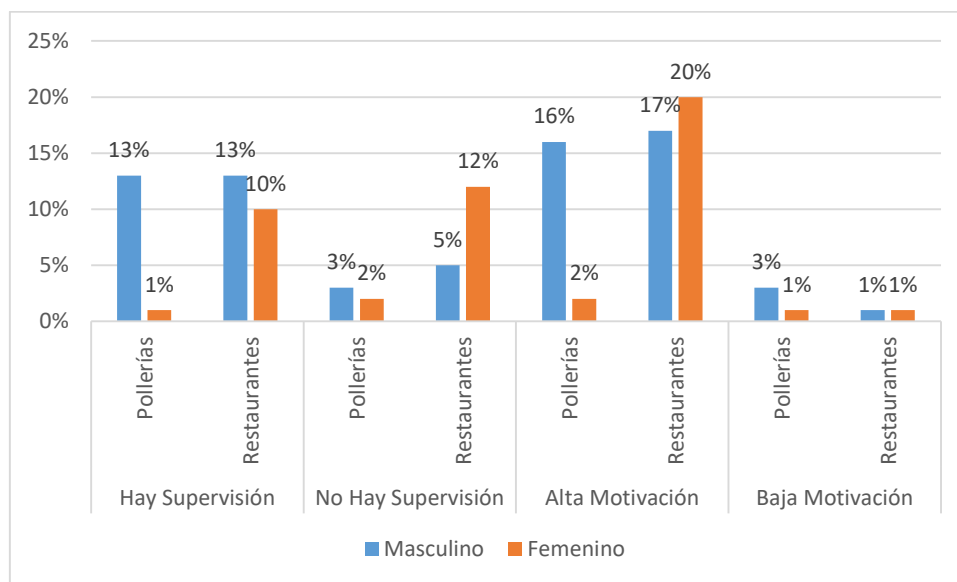
Si se analiza la supervisión salta a la vista la supremacía de los varones, sobre todo en las pollerías, pues el 13% de los establecimientos administrados por ellos cuentan con supervisión, en cambio, en el caso de las mujeres sólo es el 1%. En los restaurantes, los varones también toman la delantera en este aspecto, con la diferencia de que su ventaja sobre las mujeres es muy poca, pues el 13% de los establecimientos administrados por ellos cuentan con supervisión, y, en el caso de las mujeres, es el 10%. Sólo 3% de diferencia.

En conclusión, se puede decir que, en el caso de las pollerías, los administradores varones tienen mucho más interés en la supervisión y motivación que sus homólogas mujeres (Supervisión: 13% hombres a 1% mujeres; Motivación: 16% hombres a 2%

mujeres); mientras que en el caso de los restaurantes, tanto hombres como mujeres están en condiciones casi similares.

Figura 61

La supervisión y la motivación según el género y el tipo de establecimiento



En la Figura 62 se analiza la influencia del género del administrador en otro punto clave de la dirección: el liderazgo.

Sobre este aspecto, se encontró que en los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca, la mayor parte administradores (44%) son líderes autocráticos (autoritario), que llevan el control de la información de manera confidencial. Es de notar que en este tipo de liderazgo, los varones aventajan largamente a las mujeres (casi 2 a 1), pues ellos ocupan el 28%, mientras que ellas el 16%.

En el caso de los líderes transformacionales (que alientan y motivan a los empleados, ayuda a crear, innovar para mejorar en la empresa) están presentes en el 27% de establecimientos culinarios. Es de notar que en este tipo de liderazgo las mujeres están a

la cabeza, ocupando el 16% del total, mientras que los varones ocupan el 11%. Sin embargo es pequeña la diferencia.

El tercer lugar lo ocupan los líderes democráticos (18%), que son los que involucran en la toma de decisiones a su personal (todo lo contrario al liderazgo autocrático). También los varones están a la cabeza de este tipo de liderazgo con un 11%, 4% más que sus homólogas mujeres (que alcanzan el 7%).

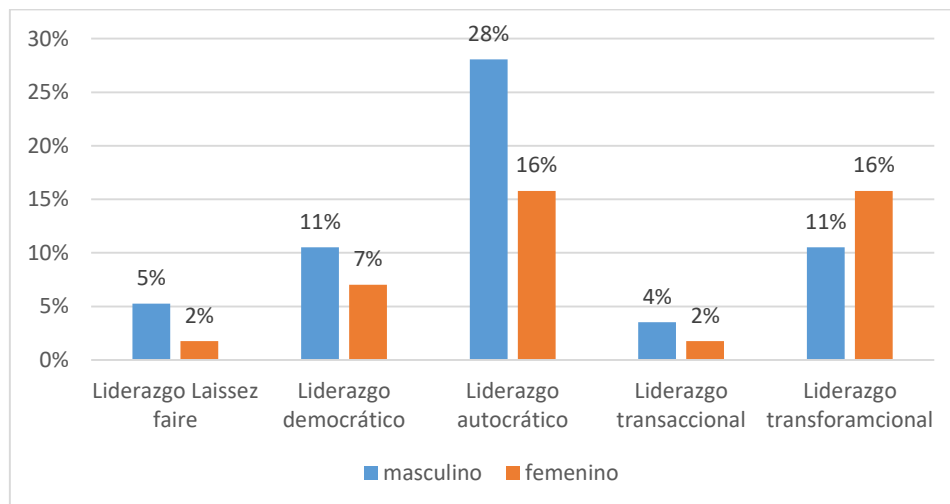
En cuarto lugar, están los líderes Laissez faire (que enseñan a su personal a tomar decisiones de manera independiente) representando un 7% del total. De ese 7%, más del doble de establecimientos están administrados por varones. Significa esto, que los administradores varones, están más dispuestos que sus homólogas mujeres a dejar que las decisiones descansen sobre los trabajadores.

En último lugar (con 6%) encontramos a los líderes transaccionales, que son aquellos que motivan a sus trabajadores mediante incentivos, según las ventas que tengan a diario o en fechas especiales. También son los varones los que están a la cabeza de este tipo de liderazgo, superando 2 a 1 a las mujeres.

Se concluye que los administradores varones de los centros culinarios de Bambamarca tienden a ser líderes autocráticos; mientras que sus homólogas mujeres se debaten entre ser lideresas autocráticas y transformacionales.

Figura 62

Tipos de liderazgo según el género del administrador



4.4.1.4 Control. Según Chiavenato (1999), el control “es una función administrativa: es la fase del proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño y toma la acción correctiva cuando se necesita. De este modo, el control es un proceso esencialmente regulador” (p. 349). Es en definitiva una función administrativa, ya que conforma parte del proceso de administración, que permite verificar, constatar, palpar, medir, si la actividad, proceso, unidad, elemento o sistema seleccionado está cumpliendo y/o alcanzando o no los resultados que se esperan.

En la Figura 63 se analiza la influencia del género en dos puntos claves del control: la evaluación de desempeño y la toma de acciones correctivas. Y para hacer más específico el análisis, se ha elegido sólo dos tipos de establecimiento culinario: pollerías y restaurantes, ya que son los que tienen más porcentaje de participación en el mercado.

Si se analiza las pollerías, es evidente que los varones aventajan largamente a las mujeres en cuanto a la aplicación del control, más específicamente los puntos claves de éste: la evaluación de desempeño y la toma de acciones correctivas. La diferencia porcentual entre hombres y mujeres es abismal. Así se tiene que, de los establecimientos

que hacen evaluación de desempeño, el 15 % están administrados por varones; y sólo el 2% por mujeres. Y de los establecimientos que toman acciones correctivas el 18 % están administrados por varones, y sólo el 2% por mujeres. Esto indica pues, que en el caso de las pollerías, son muy pocas las mujeres que aplican el control, al contrario de sus homólogos varones.

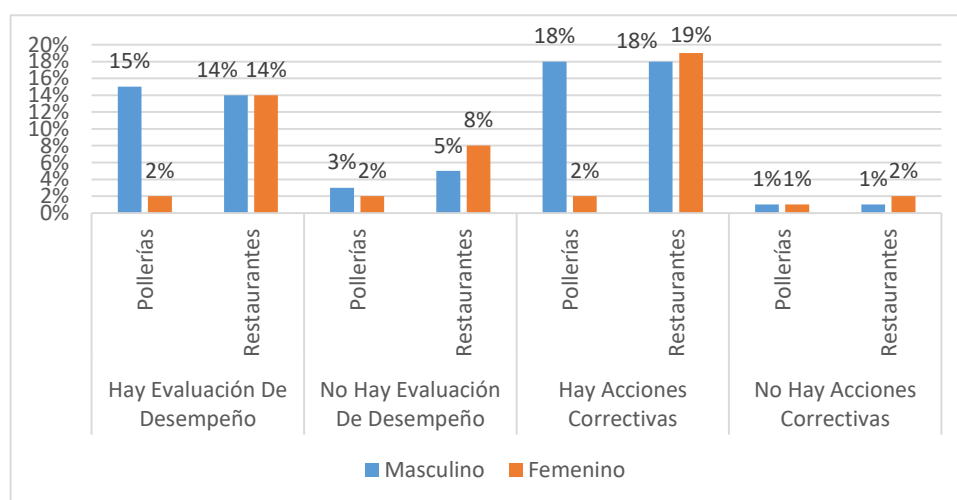
Y si se analiza los restaurantes son notorias dos cosas:

La primera: en los restaurantes hay más control en comparación a las pollerías, pues en la evaluación de desempeño el porcentaje es 28% a 17% a favor de los restaurantes; y en el caso de la toma de acciones correctivas, el porcentaje es 37% a 20% a favor de los restaurantes.

La segunda: en los restaurantes tanto hombres como mujeres están en condiciones similares en cuanto a la aplicación de evaluación de desempeño y de medidas correctivas; por ende, se puede decir que en la aplicación del control en los restaurantes, el género del administrador no tiene influencia.

Figura 63

Evaluación de desempeño y acciones correctivas según género y tipo de establecimiento.



En la Figura 64 se analiza la influencia del género del administrador en el nivel de control de los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca, y tenemos los siguientes resultados:

La mayor parte de negocios cuentan con un nivel de control bueno, sumando 40% de todos los centros culinarios. Nótese claramente que son los establecimientos administrados por hombres dominan este nivel de control, llegando a un 26%, mientras que las mujeres sólo alcanzan 14%.

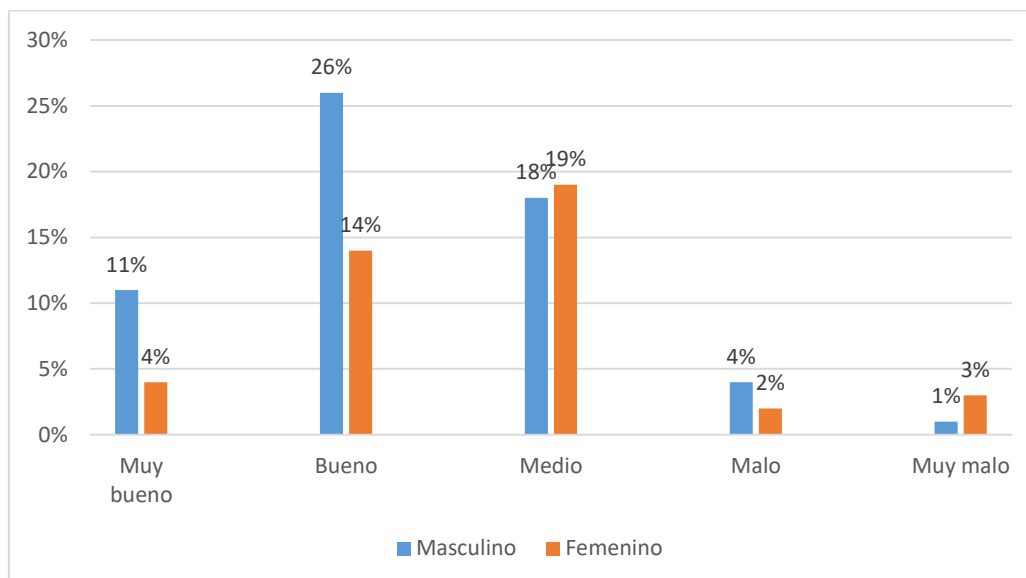
En los establecimientos culinarios en el que el nivel de control es muy bueno (15%), también se nota la supremacía masculina; pues los negocios administrados por hombres con un nivel muy bueno de control alcanzan el 11%, mientras que sus homólogas femeninas sólo alcanzan el 4%.

En los establecimientos culinarios en el que el nivel de control es medio (37%), tanto varones como mujeres están en condiciones similares (entre 18 y 19%). Significa ello que en este nivel de control es indiferente el género del administrador.

De manera global podemos decir que el nivel de control de los establecimientos del sector culinario de la ciudad de Bambamarca tiende a ser medio y bueno (establece estándares, hace evaluación y toma medidas correctivas), predominando los varones en estos dos niveles de control.

Figura 64

Nivel de control de la empresa según el género del administrador



4.4.2 Comparación de la Productividad según el Género

Rubín (1986) quien dice que el género es una división de los sexos socialmente impuesta. Es un producto de las relaciones sociales de sexualidad

Loscocco et al. (1991) menciona que las mujeres generan menores volúmenes de ventas y obtienen menos ingresos a sus homólogos masculinos (p. 2).

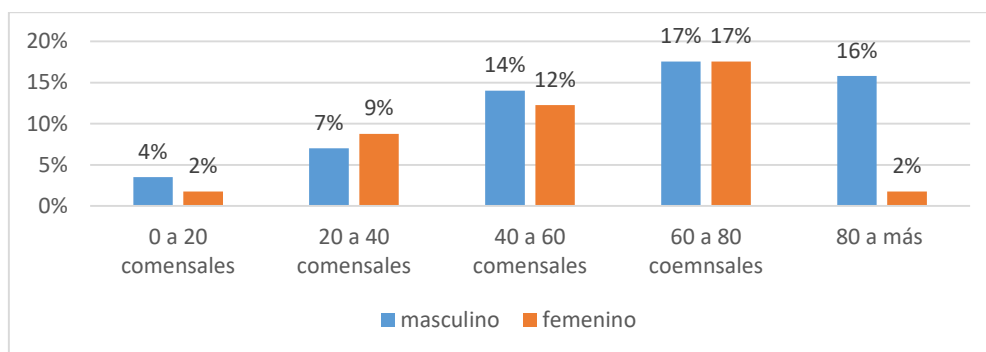
Si se habla de resultados económicos, Barbieri y Mashenga (2008), por ejemplo, concluye que “los propietarios varones tienen ventas brutas anuales mayores que las mujeres; es decir, su forma de administrar resulta en mayores ganancias. Esto en los negocios de agroturismo de Estados Unidos” (p. 2).

En la Figura 65 se aprecia que los establecimientos con mayor nivel de ventas están administrados por varones (80 a más comensales); estos establecimientos son: las pollerías. Las mujeres tienden a administrar establecimientos que registran menos cantidad de ventas, es decir son más pequeños: juguerías, comida al paso. Así mismo se puede apreciar que el nivel de ventas de 60 a 80 comensales diarios, están administrados por varones y

mujeres en el mismo porcentaje, esto se debe en que en este nivel se encuentran los restaurantes que ofrecen menú económico. Los negocios de mediana cantidad de ventas están administrados por mujeres (20 a 40 comensales). Los negocios en menor cantidad de ventas están administrados mayor mente por varones, aquí se encuentran los establecimientos se ofrecen comida rápida.

Figura 65

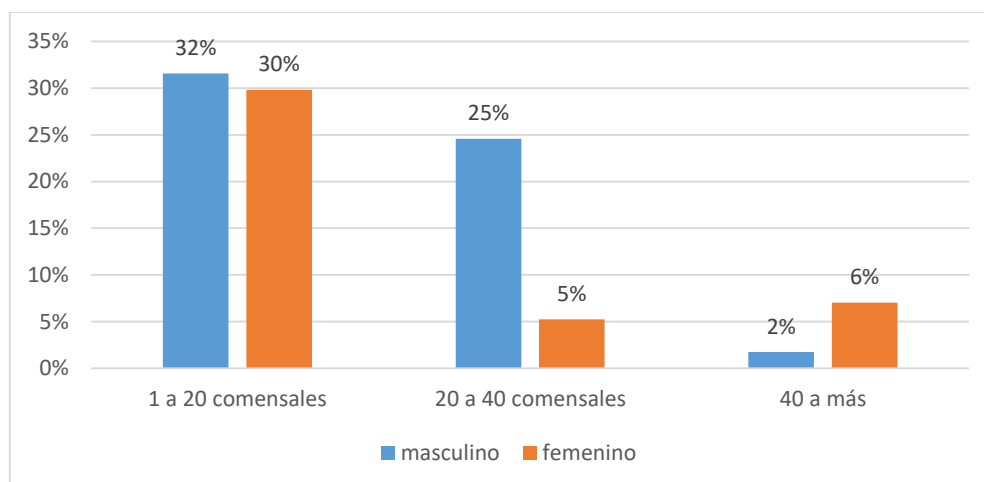
Número de clientes que atienden por día según el género del administrador en los establecimientos culinarios



En cuanto al tamaño de los establecimientos culinarios, se puede decir que las mujeres llevan la delantera en el caso de los locales más grandes (con espacio para 40 comensales a más) ver Figura 66, los hombres en general son propietarios de locales medianos (con espacio de 20 a 40 comensales). Esto indica que las mujeres suelen buscar locales más amplios.

Figura 66

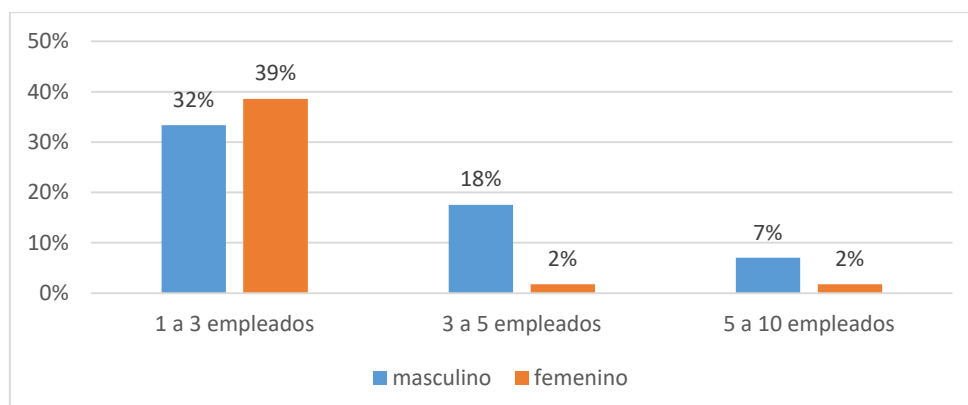
Capacidad de local según el género del administrador en los establecimientos culinarios



Si se observa el tamaño de la empresa según el número de empleados se puede decir que los negocios que están administrados por varones tienden a tener más empleados que aquellos que son administrados por mujeres (ver Figura 67), esto debido a que en general como ya se ha dicho que los negocios administrados por mujeres su nivel de ventas es menor, tienden a contratar por lo general de 1 a 3 empleados, mientras que los varones tienden a contratar por lo general de 5 a 10 empleados.

Figura 67

Número de empleados según el género del administrador en los establecimientos culinarios



4.4.3 Teorías de Género

Kalleberg y Leicht (1991) ambos sexos “son igualmente confiados y creen que tienen la capacidad de influir en los resultados del negocio. En cuanto al éxito de estas empresas tampoco hay diferencia entre los varones y las mujeres con respecto al crecimiento de las utilidades” p.157.

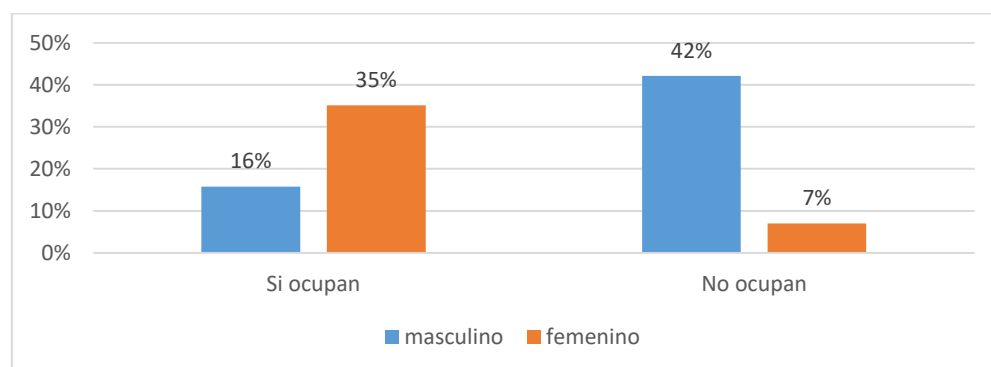
Sin embargo, Loscocco et al. (1991) menciona que “las mujeres generan menores volúmenes de ventas y obtienen menos ingresos a sus homólogos masculinos” (p. 2).

En la Figura 68 se puede apreciar que las mujeres si ocupan altos cargos dentro de los establecimientos culinarios, en un 51% de ellos. De ese 51% dos terceras partes están administrados por mujeres, esto indica que los negocios que son administrados por mujeres ceden más oportunidades a sus congéneres para lograr mejores puestos.

Y si se observa en los establecimientos culinarios en las que las mujeres que no ocupan altos cargos, podemos ver que casi la totalidad están administrados por varones. Esto quiere decir que los negocios que son administrados por varones ceden menos oportunidades a las mujeres.

Figura 68

Ocupan altos cargos las mujeres en la empresa según el género del administrador



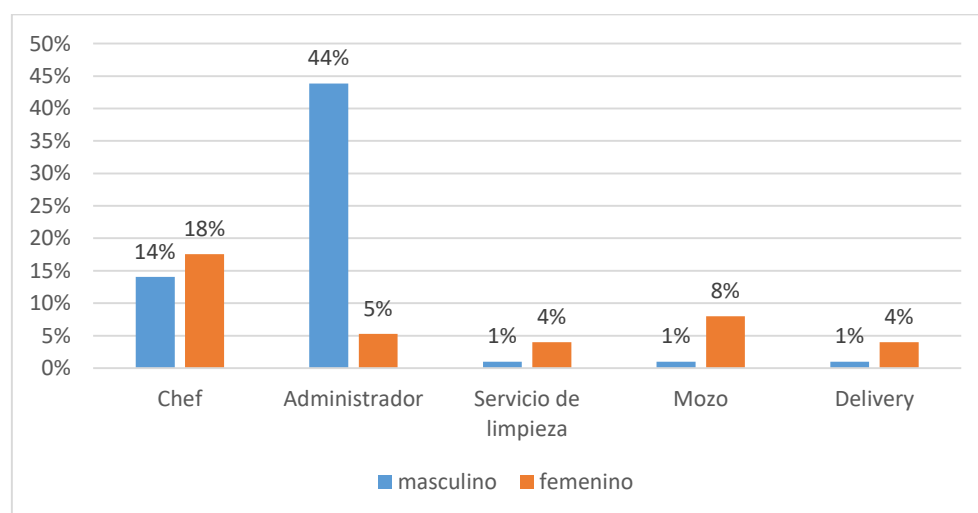
En la Figura 69, se puede apreciar que la principal función que cumplen los hombres en los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca es la de administradores (49%). De ese 49% casi en su totalidad están administrados por varones, esto indica que los negocios que son administrados por varones ceden más oportunidades a sus congéneres para administrar su negocio o lo realizan ellos mismos como propietarios.

El 32% de encuestados, los hombres cumplen la función de chef. De estos 32% más de la mitad están administrados por mujeres. Esto indica que las mujeres prefieren contratar a varones para desarrollar dicha actividad.

Se puede apreciar que las actividades que realizan los hombres (servicio de limpieza, mozo, delivery) dentro de los establecimientos culinarios, en su totalidad están siendo administradas por mujeres.

Figura 69

Actividades que cumplen los hombres en la empresa según el género del administrador



Si se aprecia las actividades que realizan las mujeres dentro de las empresas del sector culinario en la ciudad de Bambamarca (figura 70), la mayor parte trabajan como administradores (30%). De ese 30%, de administradores, más de la mitad trabajan en empresas que son dirigidas por varones.

El 16% de los establecimientos contratan a las mujeres para el servicio de limpieza, de ese 16% casi en su totalidad están siendo administrados por varones; ello indica que los propietarios varones prefieren contratar a las mujeres para el servicio de limpieza en su establecimiento.

Las mujeres que son contratadas para realizar la función de mozo (26%), están administrados mitad y mitad por varones y mujeres. Esto indica que los propietarios varones como mujeres, prefieren como mozo a una dama.

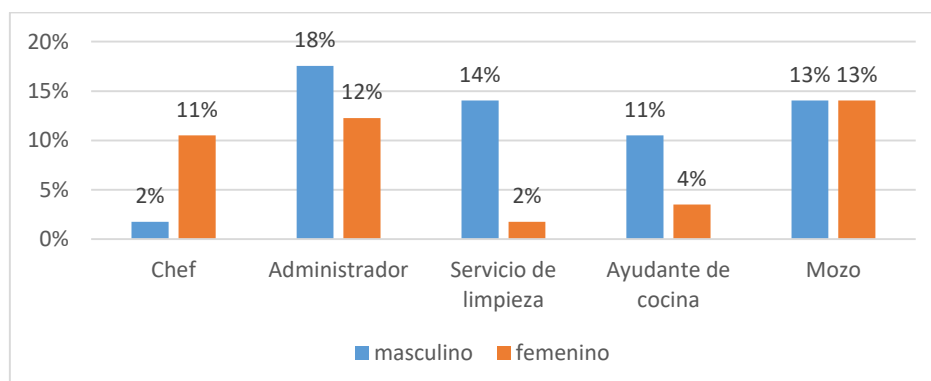
El 15% de los encuestados de los negocios del sector culinario, contratan a una mujer como ayudante de cocina. De ese 15% la tercera parte está administrados por mujeres, mientras que las dos terceras partes están administrados por varones. Esto implica que los propietarios varones prefieren a las mujeres como ayudantes de cocina.

El 13% de los encuestados refiere que las mujeres dentro del establecimiento se desempeñan como chef. De ese 13% de mujeres que realizan la función de chef trabajan en empresas dirigidas por mujeres.

De forma general se puede decir que las mujeres dentro de los establecimientos culinarios de la ciudad de Bambamarca realizan principalmente las actividades de administrador, servicio de limpieza y mozo; y estos están administrados principalmente por varones. Mientras que las mujeres que realizan las actividades de chef trabajan en empresas dirigidas por mujeres.

Figura 70

Actividades que cumplen las mujeres en la empresa según el género del administrador



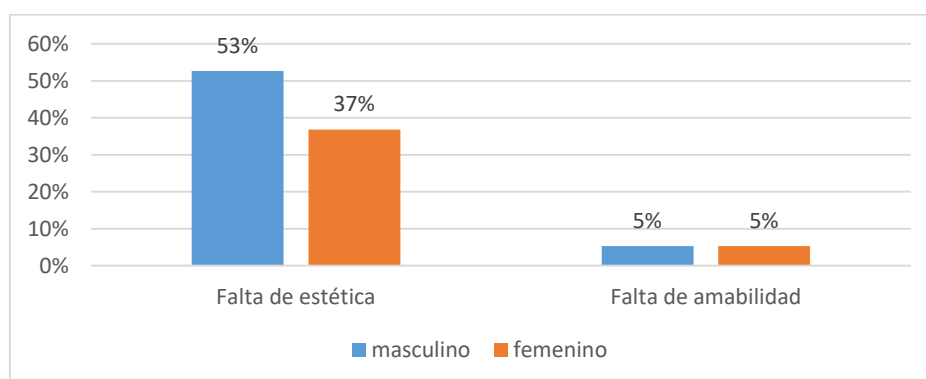
En la Figura 71, se puede apreciar que la principal limitación que tienen los hombres dentro de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca es la falta de estética (90%). De este 90% más de la mitad de establecimientos están administrados por varones.

El 10% de los encuestados consideran que la principal limitación de los varones es la falta de amabilidad. De ese 10% la mitad y mitad están administrados por varones y mujeres.

Se puede decir en lo general que la principal limitante de los varones es la falta de estética, prefieren contratar a mujeres porque consideran que son más presentables.

Figura 71

Limitaciones que tienen los hombres en la empresa según el género del administrador



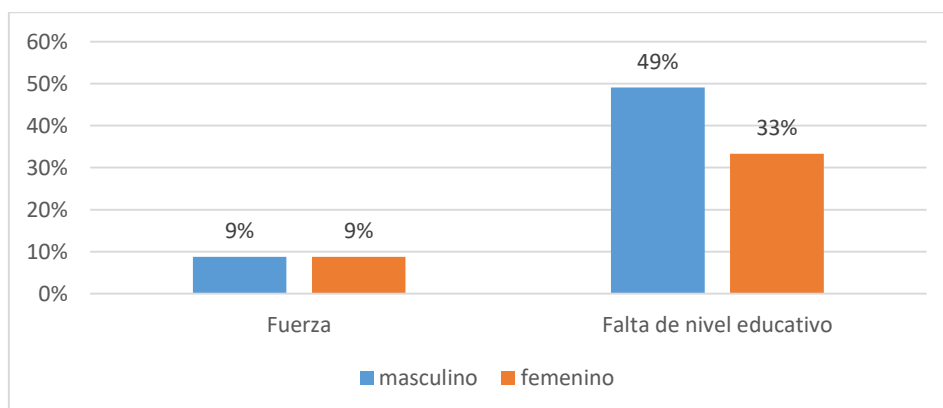
En la Figura 72, se puede apreciar que la principal limitación que tienen las mujeres dentro de los establecimientos culinarios en la ciudad de Bambamarca es el bajo nivel educativo (82%).

El 18% de los encuestados consideran que la principal limitación de las mujeres es la falta de fuerza.

Se puede decir en lo general que la principal limitante de las mujeres es el bajo nivel educativo, debido a que en la zona aún existe un alto índice de analfabetismo, es por ello que prefieren contratar a varones para asumir altos cargos dentro del establecimiento.

Figura 72

Limitaciones que tienen las mujeres en la empresa según el género del administrador



V. Conclusiones

El género Sí influye en la administración de los negocios del sector culinario de la ciudad de Bambamarca, siendo el género masculino el que más domina los conocimientos teóricos, técnicos y científicos sobre la administración. Las mujeres emprenden sus negocios de manera intuitiva (95%) y empírica solo el 5% sabe lo que es planear. El género masculino los mayores niveles de venta (más de 80 platos por día) y producción en comparación a los negocios administrados por mujeres, que en general son de mediano y pequeño tamaño.

La planeación (pilar 1 de la administración) en los negocios culinarios de la ciudad de Bambamarca, se hace de manera bastante intuitiva (82%), Son muy pocos (18%) los establecimientos que saben lo que es: visión, misión, u objetivos.

Los administradores varones tienen más conocimiento sobre planeación en comparación con las mujeres. Es decir, ellos conocen el motivo del porqué existe dicha empresa, sus valores, la razón de ser del negocio, público objetivo y su ámbito geográfico de acción. Son pocos (5%) los establecimientos administrados por mujeres que tienen conocimiento técnico y científico de la planeación.

En cuanto a la organización (pilar 2 de la administración), los establecimientos del sector culinario de la ciudad de Bambamarca tienen un conocimiento científico bastante incipiente y la misma organización es bastante básica: jefe – empleados (44%). Los trabajadores desarrollan funciones extras a las que están asignados; y en la mayor parte de negocios, las decisiones sólo la toma el líder (44%).

Son muy pocos (4%) los establecimientos que cuentan con especialización completa. Las empresas en las que no existe especialización alguna, éstas están administradas mayormente por varones (21%), es decir, los varones tienen menos interés

que las mujeres por la especialización. En cuanto a la toma de decisiones, en general está muy centralizada, siendo las mujeres las que tienden más a este fenómeno.

En cuanto a la dirección (pilar 3 de la administración) en los negocios del sector culinario de la ciudad de Bambamarca, el liderazgo es en general del autocrático (58%). Los trabajadores cuentan con un nivel medio de motivación, existe una reducida supervisión (7%), y la mayoría de establecimientos no cuentan con un líder asertivo.

Los varones hacen uso del liderazgo autocrático (autoritario) que lleva el control de manera confidencial (44%); mientras que las mujeres tienden a ser más transformacionales (16%) que alientan, motivan y ayudan a crear e innovar para mejorar en la empresa.

En cuanto al tema del control (pilar 4 de la administración) en los negocios culinarios de la ciudad de Bambamarca, los negocios solo establecen estándares y verifican el cumplimiento de los mismos. Son muy pocos los establecimientos que llegan a tomar acciones correctivas (2%).

El nivel de control de los establecimientos del sector culinario de la ciudad de Bambamarca tiende a ser medio y bueno (establece estándares, hace evaluación y toma medidas correctivas). En el nivel de control bueno predominan los administradores varones (26%), mientras que en el nivel medio predominan las mujeres (19%).

VI. Recomendaciones

En base a los resultados recogidos en la presente investigación se recomienda:

En cuanto a la planeación, cada establecimiento culinario debería plasmar de manera estructurada y organizada su visión, misión, objetivos estratégicos, objetivos específicos, estrategias operativas, estrategias corporativas, políticas. Se debe plasmar en un documento para poder llevar una planeación de manera profesional; además se debe contar con capacitaciones por parte de expertos, para que los propietarios tengan conocimiento y tengan claro lo que quieren lograr, lo que realizan y los objetivos a alcanzar.

Los propietarios de los establecimientos del sector culinario en la ciudad de Bambamarca deberían ordenar, agrupar actividades para alcanzar los fines establecidos, crear unidades administrativas, asignar funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, lo cual se logrará con estudio y capacitación responsable.

En cuanto a la dirección en los establecimientos del sector culinario de la ciudad de Bambamarca, los propietarios deberían capacitarse en los tipos de liderazgo y aplicar el que más les convenga en su negocio.

En cuanto al control, los propietarios tendrían que capacitarse para poder establecer estándares, evaluar y tomar medidas correctivas y así resolver problemas dentro del establecimiento. Así mismo se recomienda realizar un estudio de cada uno de sus procesos para saber donde existe alguna falla y así establecer las medidas correctivas.

VII. Bibliografía

AHL, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 359-622.

Arizpe, L., & Botey, C. (1987). Mexican agricultural development policy and its impact on rural women. In C. D. Deere & M. León (Eds.), *Rural woman and state policy in Latin America* (pp. 47-64). Westview Press.

Arizpe, L., & Botey, C. (1987). Mexican agricultural development policy and its impact on rural women. In S. Buechler & E. Zapata (Eds.), *Género y manejo del agua y tierra en comunidades rurales de México* (p. 14). Instituto Nacional de Manejo del Agua y Colegio de Postgraduados.

Baker, T., Aldrich, H. E., & Liou, N. (1997). Invisible entrepreneurs: The neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA. *Entrepreneurship & Regional Development*, 9(3), 221-238.

Barbieri, T. (1990). *Público y privado o por donde se mueven las mujeres*. México, Instituto de investigaciones sociales UNAM. mimeo.

Barbieri, C., & Mshenga, P. (2008). The role of firm and owner characteristics on the performance of agritourism firms. *Sociologías rurales*, 48, 81-88. Recuperado el 27 de febrero de 2019, de http://www.pasosonline.org/Publicados/12114/PS0114_06.pdf.

Bleichmar, E. (1985). *El feminismo espontáneo de la histeria*. Madrid, Adotraf.

Boden, J., & Nucci, A. (2000). On the survival prospects of man's and women's new business ventures. *Journal of Business Venturing*, 15, 347-362.

Brush, C. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, summer, 5-30.

Buttner, E., & Moore, D. P. (1999). Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, January, 34-35.

Carter, S., & Marlow, S. (2007). Female Entrepreneurship: Theoretical Perspectives and Empirical Evidence. In C. Carter, B. Henry, B. Cinneide, & Johnston (Eds.), *Female Entrepreneurship: Implications for Education and Training and Policy* (pp. 11-37). London: Routledge.

Campillo, F. (1994). Productoras de alimentos. En S. Buechler & E. Zapata (Eds.), *Género y manejo del agua y tierra en comunidades rurales de México* (p. 14). México: Instituto Nacional de Manejo del Agua y Colegio de Postgraduados.

Chiavenato, A. (1999). *Administración: Proceso Administrativo* (3a ed.). Brasil: Makron Books Do Brasil.

Cliff, J. E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender and business size. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523-542.

Chirwa, E. (2008). Effects of gender on the performance of micro and small enterprise in Malawi. *Development Southern Africa*, 25(3), 347-362.

Christo, C. S., Rezende, M. S., & Athayde, M. (2019). O trabalho de supervisão em uma indústria de pneumáticos: entre o trabalho real e o discurso oficial do gerenciamento. *Laboreal*, 15(2), 1-20. <https://doi.org/10.4000/laboreal.150471>.

Coleman, S. (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303-319.

- Eagly, A., & Carli, L. (2007). Women and the labyrinth of leadership. In F. Contreras, J. Pedraza & X. Mejía (Eds.), *La mujer y el Liderazgo Empresarial. Perspectivas en Psicología*, 8(1), 183-194.
- Díaz, M. C. (2007). *Influencia del género en los recursos y resultados de las pequeñas empresas. Colección CES.*
- Diéguez, M., Gueimonde, A., & Sinde, A. (2010). Éxito empresarial y género en turismo rural. *Encontros Científicos – Tourism y Management Studies*, 6, 82–93.
- Du Rietz, A., & Henrekson, M. (2000). Testing the female underperformance hypothesis. *Small Business Economics*, 14, 1-10.
- Eagly, A., & Carli, L. (2007). Women and the labyrinth of leadership. *Harvard Business Review*, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2010.10.007>
- Echavarri, M., Godoy, J. C., & Olaz, F. (2007). Diferencias de género en habilidades cognitivas y rendimiento académico en estudiantes universitarios. In F. Contreras, J. Pedraza & X. Mejía (Eds.), *La mujer y el liderazgo empresarial. Perspectivas en Psicología*, 8(1), 183-194.
- Fraser, N. (1989). *Unruly Practices. Power, discourse and gender in contemporary social theory.* University of Minnesota press and polity press.
- Fischer, E. (1992). Sex differences and small business performance among Canadian retailers and service providers. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 9(4), 2-13.
- García, M., Salas, L., & Orozco, H. (2020). El impacto del género del gerente sobre el desempeño organizacional: análisis en las pymes. *Entramado*, 16(1), 12-26. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.60621>.

Gonzales, D. (2008). *Psicología de la motivación: motivación y desempeño laboral*. Ciencias Médicas.

Gonzales, D. (2008). *Psicología de la motivación: motivación y desempeño laboral*. Editorial Ciencias Médicas.

Hernández, C. (2013). *El Liderazgo Organizacional: una aproximación desde La perspectiva etológica (Tesis Mg. Dirección y Gerencia de Empresas)*. Facultad de Administración. Universidad del Rosario.

Johnston, K., & Scholes, K. (2000). *Dirección Estratégica*. McGraw-Hill Interamericana Editores.

Johnsen, J., & McMahon, G. (2005). Owner-manager gender, financial performance and business growth amongst SMEs from Australia's business longitudinal survey. *International Small Business Journal*, 23(2), 115-142.

Johnsen, G. J., & McMahon, R. G. (2005). Owner-manager gender, financial performance and business growth amongst SMEs from Australia's business longitudinal survey. *International Small Business Journal*, 23(2), 115-142.

Kalleberg, L., & Leicht. (1991). Gender and organizational performance: determinants of small business survival and performance. *Academy of Management Journal*, 34, 136-161.

Koontz, H., & Weihrich, H. (2002). Elementos de administración. In K. Marín & E. Atencio (Eds.), *Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso enfoque internacional*. *Omnia*, 14(3), 160-183.

Kotter, J. P. (1990). What leaders really do. *Harvard Business Review*.

Lamas, M. (1986). La antropología feminista y la categoría de género. *Nueva antropología*, 8(30).

Licandro, O. D., & Correa, P. (2022). Relación entre el género del director ejecutivo y la aplicación de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 38(164), 264-278. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.164.4996>

Ljunngren, E., & Kolvereid, L. (1996). New business formation: does gender make a difference? *Women in Management Review*, 4, 3-12.

Loscocco, A., Robinson, J., Hall, R., & Allen, J. (1991). Gender and small business success: an inquiry into women's relative disadvantage. *Social Forces*, 1, 65-83.

Loscocco, K. A., Robinson, J., Hall, R. H., & Allen, J. K. (1991). Gender and small business: an inquiry into women's relative disadvantages. *Social Forces*, 70, 65-85.

Marín Portillo, K., & Atencio Cárdenas, E. (2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso. *Omnia*, 14(3), 160-183. <https://www.redalyc.org/pdf/311/31114307.pdf>

Marín, D. (2012). Estructura organizacional y sus parámetros de diseño: análisis descriptivo en pymes industriales de Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 28, 43-63.

Marlow, S. (1997). Self-Employed Women: new opportunities, old challenges?. *Entrepreneurship and Regional Development*, 9, 199-210.

Menzies, T., Diochon, M., & Gasse, Y. (2004). Examining venture-related myths concerning women entrepreneurs. *Journal of Development Entrepreneurship*, 9(2), 89-107.

Miller, D. (1986). Psychological and traditional determinants of structure. *Administrative Science Quarterly*, 31(4), 539-560.

Minniti, M., Allen, I., & Langowitz, N. (2005). Report on women and entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor.

Nieves, M. (1993). Desarrollo y equidad de género: una tarea pendiente. Serie mujer y desarrollo, Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 13(767).

Desarrollo y equidad de género: una tarea pendiente, María Nieves Rico (LC/L.767), diciembre de 1993.

Palomo, M. (2007). Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. Madrid: Esic Editorial.

Ramírez, C. (2002). Fundamentos de administración. Colombia: Ecoe ediciones.

Ramos, D., Rimarachín, I. (2016). Análisis de género y su relación con las estrategias de adaptación al cambio climático en las provincias de Cajabamba y San Marcos. *Fiat Lux*, 12(2), 79 – 90.

Rimarachin, I. (1997). Género y biodiversidad en una comunidad Otomi del Estado de México (Tesis MC). Montecillo, ME: Colegio de Postgraduados.

Rivera, O. (1991). Los conceptos de Misión, visión y propósito estratégico. Universidad de Deusto. Recuperado el 24 de mayo de 2019.

Ronda, P., & Guillermo, A. (2004). La integración de los niveles estratégico, táctico y operativo en la dirección estratégica. *Escuela de Administración de Negocios*, 52, 29-57.

Rosa, P., Carter, S., & Hamilton, D. (1996). Gender as determinant os small business performance: Insights of a British study. *Small Business Economics*, 8, 463-478.

Robb, A. (2002). Entrepreneurial performance by women and minorities: the case of new firm. *Journal of Development Entrepreneurship*, 7(4), 383-398.

Rubin, G. (1986). El tráfico de mujeres: notas sobre la “economía política” del sexo. *Nueva Antropología*, 8(30), 95-145.

Ruane, F., & Sutherland J. (2007). Firm performance characteristics and gender ownership in a globalised Economy. IIS Discussion Paper n° 200.

Sabarwall, S., & Terrell, K. (2008). Does gender matter for firm performance? Evidence for Easter Europe and Central Asia. IPC Working Paper Series n° 73.

Silva Murillo, R. (2010). Enfoque conceptual de la dirección estratégica. *Perspectivas*, 26, 153-178. <https://doi.org/10.15381/perspectivas.v26i0.4259>

Silva Murillo, R. (2010). Enfoque conceptual de la dirección estratégica. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/470211484/Enfoque-Conceptual-de-la-Direccion-Estrategica>

Silva, V., & Banda, J. (2016). La gestión administrativa y su relación con la productividad laboral de la empresa Omega Constructor's Building CO. S.A.C. de la ciudad de Tarapoto [Tesis de licenciatura, Facultad de Administración, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Continental. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12181>

Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert Jr., D. R. (1996). *Administración* (6th ed.). Prentice Hall.

Watson, J. (2002). Comparing the performance of male and female-controlled businesses: Relating outputs to inputs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 91-100.

Watson, J., & Robinson, S. (2003). Adjusting for risk in comparing in comparing the performance of male and female controlled SME. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 773-788.

Vásquez, V. (1996). Donde Manda el Hombre, no Manda la Mujer: género y tenencia de la tierra en el México rural. In: Buechler, S., & Zapata, E. (Eds.), *Género y manejo del agua y tierra en comunidades rurales de México*. Cuadernos Agrarios, 195 p.

Verheul, I., Van Stel, A., & Thurik, R. (2004). Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries. SCALES paper n° 200403.

Zapata, E., & Buechler, S. (2000). *Género y Manejo del Agua y Tierra en Comunidades Rurales de México*. 1 ed. México, Instituto Internacional del Manejo del Agua. 202 p.

Zapata, E. (2005). *Tejiendo esperanzas: los proyectos de Mujeres Rurales*. 1 ed. México, Instituto de la Mujer Guanajuatense. 282 p.

Zapata, E., & Vargas, R. (2007). *Mujeres en la Bruma: tenencia de la tierra en Guanajuato*. 1 ed. México, Instituto de la Mujer Guatemaltense. 358 p.

Zapata, E., & Reyes, A. (1994). El problema de la Modernidad Tardía. *Revista Hometeca*. Núm. 3.

Anexos

Anexo 1. Cuestionario aplicado a los propietarios de los establecimientos culinarios.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES O ADMINISTRADORES DE
LOS NEGOCIOS DEL SECTOR CULINARIO DE LA CIUDAD DE
BAMBAMARCA**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN AGRONEGOCIOS. SEDE
BAMBAMARCA**

Cuestionario

En la presente encuesta se detalla una serie de preguntas. Es importante contestar con sinceridad, su tratamiento será totalmente anónimo.

I. DATOS GENERALES DEL PROPIETARIO

1. Religión

1. Católico
2. Adventista
3. Israelita
4. Testigo de Jehová
5. Peregrinos
6. Pentecostés
7. Asambleas de Dios
8. Nazareno

9. Libre pensador
2. Estado Civil
 1. Soltero
 2. Casado
 3. Viudo
 4. Divorciado
3. Localización de la empresa
 1. Centro de la ciudad
 2. Cono Norte
 3. Cono Sur
 4. Cono Este
 5. Cono Oeste
4. Sexo:
 1. Varón
 2. Mujer
5. Nivel Educativo:
 1. Sin nivel
 2. Primaria
 3. Secundaria
 4. Superior

II. DATOS DEL NEGOCIO

6. ¿Qué tipo de establecimiento culinario es el suyo?
 1. Cafetería
 2. Chifa
 3. Pollería

4. Comida rápida
 5. Cevichería
 6. Menú económico
 7. Menú ejecutivo
 8. Juguería
 9. Desayunos
7. ¿Cuál es la forma de pago del establecimiento?
1. Pago en efectivo
 2. Pago con tarjeta
 3. Transferencia
 4. Yape
8. ¿Considera que su establecimiento está bien ubicado?
1. Si
 2. No
9. ¿Dónde cree que sería la mejor ubicación de su negocio?
1. Centro de la ciudad
 2. Paradero
 3. Cerca de un colegio
 4. Fuera de la ciudad
10. ¿Cuál es la capacidad que tiene el restaurante?
1. 1- 20 comensales
 2. 20-40 comensales
 3. 40 a más
11. ¿Cuántos clientes atiende por día?
1. 0 a 20

2. 20 a 40
3. 40 a 60
4. 60 a 80
5. 80 a más

12. ¿La atención en su establecimiento es?

1. Solo en la mañana
2. Solo en la tarde
3. Solo en la noche
4. Mañana y tarde
5. Mañana y noche
6. Tarde y noche
7. Todo el día

13. ¿Tiene algún tipo de entretenimiento infantil?

1. Si
2. No

14. si su respuesta es sí. ¿Diga usted con qué tipo de entretenimiento cuenta?

1. Tobogán
2. Juegos de mesa
3. Cama elástica

15. ¿Cuenta con zona de estacionamiento?

1. Si
2. No

16. Si su respuesta es sí, ¿Diga usted de cuánto es la capacidad?

1. 1 a 3 vehículos
2. 3 a 5vehículos

3. 5 a más

17. ¿Tiene acceso para discapacitados?

1. Si

2. No

18. ¿Cuenta con personal de seguridad?

1. Si

2. No

19. ¿Cuántos empleados tiene?

1. 1 a 3 empleados

2. 3 a 5 empleados

3. 5 a 10 empleados

20. ¿Su personal cuenta con certificado de manipulación de alimentos?

1. Si

2. No

21. Si su respuesta es sí, ¿Diga usted con qué tipo de certificado cuenta?

1. Buenas prácticas de manufactura

2. Digesa

3. Gestión de calidad

4. Gestión de medio ambiente

5. Gestión alimentaria

6. Constancia sanitaria

22. ¿El establecimiento está inscrito en los registros públicos?

1. Si

2. No

23. ¿Sabe usted qué es una visión de negocio?

1. Si

2. No

24. ¿su negocio cuenta con una visión?

1. Si

2. No

25. ¿Sabe usted qué es una misión de negocio?

1. Si

2. No

26. ¿Tiene una misión formulada?

1. Si

2. No

27. ¿Sabe usted qué son los objetivos estratégicos?

1. Si

2. No

28. ¿Tiene objetivos estratégicos?

1. Si

2. No

29. ¿Los objetivos son específicos?

1. Si

2. No

30. ¿Los objetivos son realistas?

1. Muy poco

2. Poco

3. Lo suficiente

4. Completamente

31. ¿Los objetivos buscan la participación de todos los integrantes de la empresa?

1. Muy poco
2. Poco
3. Lo suficiente
4. Completamente

32. ¿Los objetivos buscan la integración?

1. Muy poco
2. Poco
3. Lo suficiente
4. Completamente

33. ¿Su negocio cuenta con una estrategia corporativa?

1. Si
2. No

34. ¿Consta de estrategia de negocio?

1. Si
2. No

35. ¿Consta de estrategias operativas?

1. Si
2. No

36. ¿El negocio Cuenta con políticas?

1. Ninguna
2. Pocas
3. Las suficientes
4. Bastantes

37. ¿Las políticas se han elaborado teniendo en cuenta el análisis de los aspectos estratégicos y los factores claves de éxito?
1. Si
 2. No
38. ¿Las políticas se han elaborado teniendo en cuenta la valoración de los objetivos estratégicos y las estrategias?
1. Si
 2. No
39. ¿Las políticas se han elaborado haciendo una valoración de las normas, procedimientos y regulaciones relacionadas con la actividad de la organización?
1. En lo absoluto
 2. Solo un poco
 3. Lo suficiente
 4. Completamente
40. ¿Se ha realizado una evaluación de las políticas?
1. En lo absoluto
 2. Solo un poco
 3. Lo suficiente
 4. Completamente
41. ¿Existe una especialización en el negocio?
1. En lo absoluto
 2. Solo un poco
 3. Lo suficiente
 4. Completamente
42. ¿La toma de decisión está centralizada?

1. En lo absoluto
 2. Solo un poco
 3. Lo suficiente
 4. Completamente
43. ¿Existen supervisores que controlen el desarrollo de tareas?
1. Nunca
 2. A veces
 3. Siempre
44. ¿Cuántos empleados tiene a su cargo?
1. Menos de 5
 2. 5 a 10
 3. 10 a 15
 4. 15 a 20
 5. 20 a más
45. ¿Cuál es el nivel de motivación de los trabajadores?
1. Muy Alto
 2. Alto
 3. Medio
 4. Bajo
 5. Muy bajo
46. ¿Existe supervisión en la empresa?
1. En absoluto
 2. Solo un poco
 3. Lo suficiente
 4. Completamente

47. ¿Cuál es el nivel de supervisión?
1. Muy Alto
 2. Alto
 3. Medio
 4. Bajo
 5. Muy bajo
48. ¿Existe un líder asertivo en la empresa?
1. Si
 2. No
49. ¿Qué tipo de liderazgo existe?
1. Liderazgo Laissez – faire
 2. Liderazgo democrático
 3. Liderazgo autocrático
 4. Liderazgo transaccional
 5. Liderazgo Transformacional
50. ¿Cuál es el nivel de control en la empresa?
1. Muy Bueno
 2. Bueno
 3. Medio
 4. Malo
 5. Muy malo
51. ¿Existe evaluación de desempeño?
1. En absoluto
 2. Solo un poco
 3. Lo suficiente

4. Completamente

52. ¿Se toma las acciones correctivas cuando se necesita?

1. Nunca

2. A veces

3. Casi siempre

4. Siempre

III. DATOS SOBRE EL GÉNERO

53. ¿Cuál es el género del administrador?

1. Masculino

2. Femenino

54. ¿Ocupan altos cargos las mujeres en la empresa?

1. Si

2. No

55. ¿Existe dominación masculina?

1. Si

2. No

56. ¿Cuál es el nivel de dominación masculina?

1. Alto

2. Medio

3. Bajo

57. ¿Cuál es el nivel de dominación femenina?

1. Ninguna

2. Muy poca

3. Poca

4. Regular

5. Alta
58. ¿Existe un equilibrio entre la dominación masculina y femenina?
1. Ninguno
 2. Poco
 3. Regular
 4. Alto
59. ¿Qué actividades cumplen los hombres en la empresa?
1. Chef
 2. Administrador
 3. Servicio de limpieza
 4. Mozo
 5. Delyberi
60. ¿Qué actividades cumplen las mujeres en la empresa?
1. Chef
 2. Administrador
 3. Servicio de limpieza
 4. Ayudante de cocina
 5. Mozo
61. ¿Qué limitaciones tienen los hombres en la empresa?
1. Falta de estética
 2. Falta de amabilidad
62. ¿Qué limitaciones tienen las mujeres en la empresa?
1. Fuerza
 2. Falta de nivel educativo
63. ¿Qué oportunidades tienen los hombres en desmedro de las mujeres?

1. Fácil acceso a los altos cargos
 2. Fácil acceso al dinero
 3. Fácil acceso a créditos
64. ¿Qué posibilidades tienen las mujeres en desmedro de los hombres?
1. Fácil acceso a puestos de trabajo para la atención al público
 2. Fácil acceso a puestos de trabajos manuales
 3. Las mujeres atraen más a los clientes

Anexo 2. Alfa de Cronbach aplicado al cuestionario de los productores

de encuesta	Número de ítems									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	1	4	2	4	4	1	2	1	3
2	1	1	4	1	4	6	2	1	1	2
3	3	3	4	2	4	5	3	3	3	2
4	5	4	5	2	3	9	4	2	4	3
5	3	2	3	2	4	5	3	3	3	3
6	7	3	3	2	3	3	2	3	3	2
7	1	2	2	1	4	6	1	1	1	1
8	6	3	4	1	4	5	2	2	2	2
9	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2
10	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1
Vi	4.81	0.96	1.24	0.24	1.01	4.21	0.89	0.6	1.09	0.49

Número de ítems							Total
60	61	62	63	64	65	66	
3	1	1	2	1	1	1	116
4	2	3	1	2	2	2	132
3	2	1	1	2	1	2	128
4	5	4	2	2	3	4	198
4	1	1	2	1	3	1	127
4	1	2	1	2	1	2	137
4	1	2	2	2	3	1	126
3	4	2	2	2	1	1	125
3	1	3	2	1	3	1	123
4	1	3	1	2	1	1	100
0.24	1.89	0.96	0.24	0.21	0.89	0.84	586.16

K	66
k-1	65
$\sum V_i$	52.23
Vt	586.16

k	ítems	$\alpha = \frac{k}{k-1} \left 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right $
α	Alfa de cronbach	
	Varianza	$\alpha=0.924$
V _i	individual	
V _t	Varianza total	

Anexo 3. Fotografía de representantes de establecimientos culinarios encuestados**Foto 1.**

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca

**Foto 2.**

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca



Foto 3.

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca



Foto 4.

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca



Foto 5.

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca



Foto 6.

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca



Foto 7.

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca



Foto 8.

Actividad: visita a propietarios de establecimientos encuestados

Lugar: Bambamarca