

Universidad Inca Garcilaso de la Vega
Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas



TESIS

**“EFECTOS DE UN PLANEAMIENTO ESTRATEGICO PARA DIVERSIFICAR
LA PRODUCCION EN LA EMPRESA AGROINDUSTRIA CASABLANCA S.A.C
EN LA PROVINCIA DE CHINCHA 2017”**

Elaborado por:

- Bach. Adm. Giancarlo Antón Navarro**
- Bach. Adm. Luis Orlando Mesías Flores**
- Bach. Adm. Luz Elena Pachas Barrientos**

Para optar el:

Título Profesional de Licenciado en Administración

LIMA – PERÚ

2018

Dedicatoria

A Dios.

Por permitirnos estar aquí y llegar hasta este punto, por tener salud y permitir que lleguemos a lograr nuestros objetivos, por su inmenso amor hacia cada uno de nosotros.

A nuestras Madres

Por ser el soporte constante en todo momento, por sus consejos basados en la experiencia de la vida, por su motivación constante a lograr nuestros objetivos y nunca rendirnos, por su educación en valores y amor hacia el prójimo para ser mejor personas cada día.

A nuestros Padres

Por ser ejemplos de perseverancia, constancia y determinación que lo caracterizan y que nos ha infundado siempre, por la fortaleza mostrada en nunca rendirse, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

AGRADECIMIENTO

Ante todo, a Dios creador de todo, por darnos la vida y por permitirnos estar aquí hoy, por la maravillosa familia que nos ha dado y de la cual estamos muy orgullosos y por ser el guía en nuestro caminar diario tanto en lo personal como en lo profesional.

Agradecer a nuestros padres, hermanos y demás familiares por su constante apoyo en lograr nuestros objetivos personales y profesionales, por ser ese soporte para no rendirnos y caer a mitad de camino cuando ya estamos cerca para lograrlo.

Giancarlo Antón Navarro

Luis Orlando Mesías Flores

Luz Elena Pachas Barrientos

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas de la Resolución N° 838-2016-D/FCAYCE de la Facultad de Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, para optar el título profesional bajo la modalidad CICLO TESIS, presentamos nuestro trabajo de investigación denominado: **“EFECTOS DE UN PLANEAMIENTO ESTRATEGICO PARA DIVERSIFICAR LA PRODUCCION EN LA EMPRESA AGROINDUSTRIA CASABLANCA S.A.C EN LA PROVINCIA DE CHINCHA 2017”**

En el que se determina la relación de un **Planeamiento Estratégico** y la manera de **Diversificar la Producción** en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017.

Por lo que, señores miembros del jurado, espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Los Autores

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Presentación.....	iv
Índice.....	v
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Figuras.....	ix
Resumen.....	xi
Abstract.....	xiii
Capítulo I.....	1
1.1 Situación problemática	1
1.2 Problema de investigación.....	2
Problema General	2
Problemas específicos.....	2
1.3 Justificación	2
Justificación teórica	2
1.4 Objetivos.....	3
Objetivo General:	3
Objetivo Especifico.....	6
Capitulo II.....	5
Marco Teórico.....	5
2.1 Antecedentes de la Investigación	5
2.2 Bases Teóricas.....	8
2.3 Glosario de términos. -	33

Capítulo III	38
Hipótesis y Variables.....	38
3.1 Hipótesis General	38
3.2 Hipótesis Específicas	38
3.3 Identificación de variables.....	38
3.4 Operacionalización de variables	39
Metodología.....	42
4.1 Tipo de investigación.....	42
4.2 Diseño de la investigación.....	42
4.3 Unidad de análisis.....	43
4.4 Selección de muestra	44
4.5 Técnicas de recolección de datos.....	44
4.6 Análisis e interpretación de la información.	45
Capítulo V	46
5.1.- Análisis e interpretación de resultados.-	46
5.2.- Prueba de Hipótesis.-	70
5.3.- Discusión de Resultados-	80
Conclusiones.....	122
Recomendaciones.....	123
Bibliografía	824

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. - Es importante la gestión por resultados que realiza actualmente la empresa	93
Tabla 2. - Es eficiente la gestión por resultando que se está logrando en la empresa	94
Tabla 3. - Los métodos que se utilizan para medir la gestión por resultados son adecuados	95
Tabla 4. - Se planifica adecuadamente el presupuesto destinado cada año en la empresa	96
Tabla 5. - El presupuesto destinado en los últimos años Han cumplido los objetivos de la empresa	97
Tabla 6. - Es importante presupuestar antes de invertir en la diversificación de la producción en la empresa	98
Tabla 7. - Actualmente se maneja de la mejor forma el tema financiero de la empresa	99
Tabla 8. - La empresa utiliza herramientas adecuadas para el análisis y planeación de actividades financieras	100
Tabla 9. - La empresa utiliza información financiera para tomar decisiones y para el control gerencial	101
Tabla 10. - La participación de nuestro personal en los procesos de planificación estratégica es la adecuada	102
Tabla 11. - Se realizan charlas u capacitaciones sobre las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa	103
Tabla 12. - La empresa realiza una planificación estratégica de manera eficiente	104
Tabla 13. - La participación en los mercados internacionales está acorde con la producción.	105
Tabla 14. - La participación en los mercados internacionales genera rentabilidad a la empresa	106
Tabla 15. - La empresa puede mejorar su participación en los mercados internacionales	107

Tabla 16. - La trayectoria productiva de la empresa es favorable	108
Tabla 17. - La diversificación de la producción mejora la trayectoria Productiva de la empresa	109
Tabla 18. - Las trayectorias productivas acumuladas por la empresa generan ventaja competitiva hacia sus competidores	110
Tabla 19. - La innovación mejora la rentabilidad en la Empresa	111
Tabla 20. - Las ventajas competitivas mejoran la innovación de la empresa	112
Tabla 21. - La generación de valor en los procesos mejora la innovación en la empresa	113
Tabla 22. - La empresa tiene un tamaño empresarial adecuado para diversificar la producción	114
Tabla 23. - El tamaño empresarial actual de la empresa está acorde con el mercado	115
Tabla 24. - El tamaño empresarial de nuestra empresa, se podría invertir en diversificar la producción	116

Índice de Figuras

	Pag.
Figura 1. - Es importante la gestión por resultados que realiza actualmente la empresa.....	93
Figura 2. - Es eficiente la gestión por resultado que se está logrando en la empresa.....	94
Figura 3. - Los métodos que se utilizan para medir la gestión por resultados son adecuados.....	95
Figura 4. - Se planifica adecuadamente el presupuesto destinado cada año en la empresa.....	96
Figura 5. - El presupuesto destinado en los últimos años han cumplido los objetivos de la empresa.....	97
Figura 6. - Es importante presupuestar antes de invertir en la diversificación de la producción en la empresa.....	98
Figura 7. - Actualmente se maneja de la mejor forma el tema financiero de la empresa.....	99
Figura 8. - La empresa utiliza herramientas adecuadas para el análisis y planeación de actividades financieras.....	100
Figura 9. - La empresa utiliza información financiera para tomar decisiones y para el control gerencial.....	101
Figura 10. - La participación de nuestro personal en los procesos de planificación estratégica es la adecuada.....	102
Figura 11. - Se realizan charlas u capacitaciones sobre las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa.....	103

Figura 12. - La empresa realiza una planificación estratégica de manera eficiente	104
Figura 13. - La participación en los mercados internacionales está acorde con la producción	105
Figura 14. - La participación en los mercados internacionales genera rentabilidad a la empresa	106
Figura 15. - La empresa puede mejorar su participación en los mercados internacionales	107
Figura 16. - La trayectoria productiva de la empresa es favorable	108
Figura 17. - La diversificación de la producción mejora la trayectoria Productiva de la empresa	109
Figura 18. - Las trayectorias productivas acumuladas por la empresa generan ventaja competitiva hacia sus competidores	110
Figura 19. - La innovación mejora la rentabilidad en la Empresa	111
Figura 20. - Las ventajas competitivas mejoran la innovación de la empresa	112
Figura 21. - La generación de valor en los procesos mejora la innovación en la empresa	113
Figura 22. - La empresa tiene un tamaño empresarial adecuado para diversificar la producción	114
Figura 23. - El tamaño empresarial actual de la empresa está acorde con el mercado	115
Figura 24. - El tamaño empresarial de nuestra empresa, se podría invertir en diversificar la producción	116

Resumen

Se sabe que toda planificación estratégica se debe de realizar de forma adecuada en toda empresa es por ello que en los últimos años se ha demostrado que el planeamiento estratégico es una de las funciones más importantes de la administración moderna, en razón de que reduce la incertidumbre del cambio, dirige el esfuerzo humano hacia los objetivos propuestos, asegura la eficiencia y de esa manera se pueden medir los resultados propuestos.

Hoy por hoy las grandes empresas privadas elaboran sus planes estratégicos, pero lamentablemente son sólo para el cumplimiento de las normas y la gran mayoría del personal no tiene conocimiento sobre su existencia y el trabajo se hace monótono, sin metas ni objetivos claros.

En nuestro propio escenario se ha podido comprobar que la exigencia en recursos de conocimientos e información y, sobre todo, de un manejo y procesamiento adecuados del enorme caudal de datos de diferentes procedencias y modalidades son fundamentales para que una empresa prospere y sea rentable en sus actividades que realizan.

Este trabajo busca que toda persona que analice una planificación empresarial dentro de su ámbito laboral, reconozca los pasos y procesos que implican realizarlo de manera adecuada y eficiente ya que de esa manera la aplicación in situ será beneficiosa y productiva para todos los implicados en el proceso.

Palabras Claves: planificación estratégica, objetivos, funciones de la administración, diversificación, plan, rentabilidad, producción, gestión por resultados, presupuesto, finanzas, participación de mercado, gestión por procesos, mejora continua.

Abstract

It is known that all strategic planning must be carried out properly in any company, which is why in recent years it has been shown that strategic planning is one of the most important functions of modern administration, because it reduces uncertainty of change, directs human effort towards the proposed objectives, ensures efficiency and in that way the proposed results can be measured.

Today, the large private companies prepare their strategic plans, but unfortunately they are only for compliance with the rules and the vast majority of the staff is not aware of their existence and the work becomes monotonous, without clear goals or objectives.

In our own scenario, it has been possible to verify that the demand for knowledge and information resources and, above all, the adequate handling and processing of the huge amount of data from different sources and modalities are fundamental for a company to prosper and be profitable in its activities they do.

This work seeks that every person who analyzes a business plan within their work environment, recognizes the steps and processes that involve doing it in an adequate and efficient way since in that way the on-site application will be beneficial and productive for all those involved in the process.

Key Works: strategic planning, objectives, functions of administration, diversification, plan, profitability, production, management by results, budget, finance, marking participation, process management, continuous improvement

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Situación problemática

ROMARO (2004). En detalle se entiende que “Toda planificación estratégica indica de forma clara y precisa como utilizar las acción de emprender, dado que no todos los fines dentro de una empresa son iguales. Se plantea que la acción de planificación estratégica se realice en el tiempo adecuado para poder tener el control pleno de las cosas que puedan ocurrir”

GOROSTEGUI (2017). “Es importante saber que al definir la diversificación refiere a la penetración del mercado, en realidad las empresas pueden crecer hacia nuevas necesidades de mercado, nuevas tecnologías, nuevas formas de llevar la empresa o cualquier combinación de esas vertientes.

La empresa Agroindustria Casablanca SAC, forma parte del GRUPO LA CALERA es una reconocida empresa agroindustrial con marcado carácter tecnológico y innovador.

La empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. en la actualidad cuenta con tres cultivos en producción que son: Paltos, Cítricos y Granado, cuenta con 1300 Has cultivadas y está en constante inversión, habilitando terrenos colindantes a nuestro fundo.

El problema actual que atraviesa la empresa Agroindustria Casablanca SAC, es que en determinados periodos del año no hay producción y por consiguiente no existen ventas que generen ingresos a la empresa, es por ello que se está describiendo un plan estratégico para cubrir esos meses con una producción alterna que diversifique la producción.

1.2 Problemas de investigación

Problema General

¿Cuál es la relación entre el planeamiento estratégico y el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?

Problemas específicos

Para sistematizar el problema líneas arriba descrito, nos planteamos las siguientes sub preguntas:

- a) ¿En qué nivel se relaciona la gestión por resultados con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?
- b) ¿En qué nivel se relaciona el presupuesto con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?
- c) ¿En qué nivel se relaciona las finanzas con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?
- d) ¿En qué medida se relaciona la planificación estratégica con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?

1.3 Justificación

Justificación Teórica

La presente investigación se ha realizado con el propósito de ayudar a que la empresa Agroindustria Casablanca SAC pueda lograr un mayor posicionamiento en un mercado cada vez más competitivo; ya que se podrá analizar y validar información actualizada y confiable sobre diversos aspectos necesarios del

planeamiento estratégico para gestionar mejor la empresa, especialmente lo relacionado con el diversificar la producción.

Justificación Práctica

La presente investigación se realiza por motivo que existe la necesidad del posicionamiento e incremento en la rentabilidad de la empresa Agroindustria Casablanca SAC.

La situación actual de la empresa, se expresa en la baja producción en los meses de Octubre, Noviembre, Diciembre y Enero, dejando espacios para poder cultivar otros productos que satisfagan las necesidades del mercado nacional o internacional.

Para revertir dicha situación deberían mejorarse los procesos de gestión mediante procedimientos eficaces, eficientes y orientada a resultados; la racionalización del gasto, mayor desarrollo de capacidades y competencias.

Todo esto articulado a una planificación estratégica que tiene en claro el rol que debe cumplir la empresa en el desarrollo e implementación de TIC para mejorar el desempeño de sus actividades y mejorar la eficiencia en sus procesos.

1.4 Objetivos

Objetivo General:

Determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?

Objetivos específicos:

- a) Establecer la relación entre la gestión por resultados con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?
- b) Establecer la relación entre el presupuesto con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?
- c) Establecer la relación entre las finanzas con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?
- d) Establecer relación entre planificación estratégica con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca SAC en la provincia de Chincha 2017?

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Nacional. -

ZEVALLOS, RAMIREZ & CASTILLO (2016). “La investigación detallo las acciones que se realizó, identificando algunos puntos fuertes, conociendo detalladamente como se realizó el trabajo diario de manera adecuada y eficiente, la existencia de productos aceptados internacionalmente, y el potencial para ampliar la capacidad productiva agropecuaria. Se pudo concluir que dentro del rubro agroindustrial existen muchos mecanismos que muchas veces no pude ser superado por las personas que se dedican a trabajar sus tierras agrícolas, ya sea porque el apoyo del gobierno en la actualidad no es la mejor ni por la dedicación de las personas que trabajan en ella; siendo un factor crítico para mejorar la calidad de los productos que se van a sembrar.

CAMACHO, NICELIDA, REYES & DIAZ (2016). “La agroindustria peruana tiene un gran potencial debido a la variedad de productos como consecuencia del clima y geografía del país, sin embargo nuestra canasta de productos agroindustriales se reduce a un limitado número de productos, teniendo solo siete cultivos con alto rendimiento. La agroindustria es una actividad cuya esencia la hace socialmente responsable ya que es fuente generadora de empleo, brinda bienestar a la población mediante sus productos y es sostenible en el tiempo. Es posible triplicar el valor actual de las exportaciones de productos agroindustriales si se invierte en la industrialización del agro, el desarrollo de tecnologías, participación de profesionales bien capacitados para el mejoramiento de cultivos, el desarrollo de nuevos productos y el incremento en los niveles de control de

calidad de los productos agrícolas. La biodiversidad y geografía peruana se debe aprovechar para establecer una marca para los productos agroindustriales peruanos como de alta calidad, nutritivo, natural, exótico y que al consumirlos se contribuye con el medio ambiente y el desarrollo de los productores. Se tiene un excelente nicho en los productos orgánicos los cuales deberían ser aprovechados ya que contamos con una distribución de las tierras de cultivo en pequeñas parcelas”.

CACERES, CARDO & GOMEZ (2016). “En esta investigación se puede determinar que todo plan estratégico siempre se basa en el análisis ya que sin un análisis bien realizado es muy probable que todo el proceso de planeamiento quede en mal estado, la coyuntura económica es importante ya que va a dar soporte a toda empresa para que se realice de forma correcta y eficiente.

Toda empresa debe de tener políticas de trabajo ya que si estas no existen es muy probable que los recursos que se tomen para realizarlo no serán suficientes; la planificación estratégica demanda tiempo y dedicación para que tenga un efecto ampliamente innovador dentro de toda empresa”.

2.1.2.- Internacional

ARIAS (2007). “ Este trabajo busca que toda empresa debe de manejar herramientas de gestión que se apliquen de forma útil dentro de toda empresa dado que todo ambiente de negocio es propenso a la competitividad agresiva es por ello que la planificación bien argumentada y con plataformas bien cimentadas producirá efectos muy positivos en todo el proceso estratégico; siempre se busca que la planificación estratégica este ligada a la innovación y a la tecnología sin estos dos pilares es muy difícil realizar trabajos de gran escala y de fuerte impacto dentro de la empresa”

ALEJANDRO (2015). “Como se pudo constatar, la brecha entre la producción que es comercializada legalmente y la producción comercializada en total, muestran claramente la existencia de un mercado paralelo, un mercado ilegal que se mueve detrás de los controles que realiza el Estado y sus instituciones, entre ellos la erradicación de la hoja de coca, que elimina hectáreas ilegales, pero que no son nada comparados con las miles de hectáreas del mismo carácter que se esconden a los ojos del gobierno. La generación de un desarrollo sostenible que deje de lado el modelo extractivista en la región de los Yungas, apuntando al mismo tiempo a lograr soberanía y seguridad alimentaria, se deben de seguir los siguientes lineamientos:

- La creación de políticas claras y al mismo tiempo de instituciones fuertes que pisen fuerte en la región de los Yungas, para que el control al límite de hectáreas permitida para la coca sea controlada en su totalidad, cumpliendo a cabalidad la erradicación de hectáreas ilegales.
- La generación de políticas y legislaciones ambientales deben de generarse en base a consultas públicas, haciendo posible que la población sea capaz de decidir en el uso de recursos, ya sea en los Yungas como a nivel nacional, la misma población desconoce de estos problemas ambientales, que a pesar de ocurrir a pocos como a miles de kilómetros de su lugar de residencia, afectarán tarde o temprano a la calidad ambiental de vida (que se tiene como derecho), como a la provisión de alimentos que apunten a una soberanía y seguridad alimentaria”.

CORTEZ (2012). “El Estudio de Mercado, permitió determinar que existe una gran demanda para las frutas frescas selectas, la misma que no es cubierta en su totalidad por la oferta existente en el medio, puesta que estos productos son

Importados y muy diferente a los productos nacionales en calidad y en sabor. Y además existe una demanda latente de éstos productos.

La estructura organizacional de la empresa es la mínima que regirá durante los dos primeros años de funcionamiento, la misma que permitirá cumplir con los objetivos propuestos, siempre encaminada y con miras de crecimiento a futuro. La dirección administrativa y financiera de la empresa estará garantizada por un profesional de alto nivel, para optimizar los recursos y de esta forma ejecutar de manera positiva el plan de negocios. La empresa compite dentro del campo de la comercialización de frutas de una manera positiva, puesto que el campo de acción es muy amplio debido al crecimiento de los supermercados a consecuencia de la demanda existente. La empresa puede llegar fácilmente a todos los segmentos de la población de Quito, puesto que las frutas frescas selectas son apetecibles por sus bondades en sabor, nutrientes y vitaminas”.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Teorías Administrativas

CHIAVENATO (2011). “LA TEORIA CLASICA DE LA ADMINISTRACION:

La teoría clásica formula una teoría de la organización con base en la administración como una ciencia ya que los trabajos deben de realizarse de manera estática y por orden departamental, se diseña una forma de trabajo bajo disposición de las partes que las integran; la teoría clásica de la administración siempre ha estado en la vanguardia de las grandes investigaciones empresariales era una forma de diseñar trabajos y emplear a los trabajos desacuerdo a sus lineamientos.

Esta teoría se ve sencilla por lo que ha tenido innumerables críticas ya que no cuenta con bases científicas ya que no cuenta con el completo enfoque que toda organización requiere es por ello que todas las investigaciones actuales solo copian los rasgos positivos de esta teoría buscando siempre mejorar los campos de acción y los tiempos en las que se realizaban anteriormente.

TEORIA DE LAS RELACIONES HUMANAS:

CHIAVENATO (2011). “El origen de la teoría de las relaciones humanas se remonta a la influencia de las ideas del pragmatismo y de la iniciativa individual en Estados Unidos a partir de la década de 1930, es fundamentada dentro de un marco humanista Esta teoría siempre buscaba la satisfacción de los trabajadores dentro de las organizaciones, el interés por los aspectos emocionales y no racionales del comportamiento de las personas y la importancia del contenidos del puesto para todos los involucrados.

Este enfoque determina que las que empresas no solo deben de preocuparse en su nivel y estado financiero; sino que además lo más importante es saber determinar el lado humano de los trabajadores de la empresa, dado que son los actores primordiales de las cosas que pueden suceder en la producción de la empresa.

Muchos investigadores creen que esta teoría oculta algunas acciones proselitistas ya que se procura que el trabajador tenga derechos formales que muchas veces los empresarios no quieren brindar como beneficios laborales.

Estas dos funciones del empresario y sus intereses y las del obrero y sus necesidades siempre deben de ir de la mano para no poder tener problemas dentro de las organizaciones actuales.

TEORIA DE LA ADMINISTRACION POR OBJETIVOS (APO)

CHIAVENATO (2011). “Se creó en el año 1950 por las demandas internas que las organizaciones comenzaron a experimentar”.

A pesar de las diferencias de enfoque, se pueden definir genéricamente: el ejecutivo y su superior establecen un conjunto de objetivos para cada departamento; la interdependencia entre los objetivos de los departamentales.

La APO se desarrolla por medio de ciclos que varían conforme a los autores.

De acuerdo con los diversos autores los esquemas de desarrollo de ejecutivos también varían.

Sin embargo, esta escuela presenta diversas limitaciones a pesar de las ventajas que ofrece.”.

TEORIA ESTRUCTURALISTA DE LA ADMINISTRACION

CHIAVENATO (2011). “La teoría estructuralista surgió alrededor de la década de 1950, como ramificación de los análisis de los autores enfocados en la teoría de la burocracia que intentaron conciliar las tesis propuestas por las teorías clásicas y de la teoría de las relaciones humanas.

Los autores estructuralistas (más enfocados en la sociología organizacional) procuran interrelacionar las organizaciones con su ambiente externo, o sea de la sociedad mayor. De este interés se origina la sociedad de organizaciones que se caracteriza por la interdependencia recíproca. Surge un nuevo concepto de organización y un nuevo concepto de hombre: el hombre organizacional que desempeña papeles simultáneos en diversas organizaciones.

El análisis de las organizaciones desde el punto de vista estructuralista parte de un enfoque múltiple y global: se deben comprender tanto la organización formal como la informal (en una alusión a la teoría clásica y a la de relaciones humanas),

y es necesario considerar las recompensas, las sanciones materiales y sociales en relación con la conducta de las personas; también se deben tomar en cuenta todos los tipos de organizaciones (empresas industriales, comerciales, de servicios, ejércitos, iglesias, partidos políticos, universidades, hospitales, etc) se deben abarcar los diferentes niveles jerárquicos en el análisis organizacional, así como las relaciones externas de la organizaciones con otras organizaciones (análisis interorganizacional).

El análisis organizacional, desde ese enfoque múltiple y globalizador, se facilita con la utilización de tipologías organizacionales, tema que los estructuralistas son maestros: Etzioni y Blau y Scott elaboraron tipologías sencillas y unidimensionales para analizar y comparar organizaciones.

Para evaluar la realización de las organizaciones, los estructuralistas estudiaron los objetivos organizacionales que representan las intenciones de las organizaciones. Su alcance muestra hasta qué punto estas son eficaces y exitosas.

La teoría estructuralista inaugura los estudios sobre el ambiente dentro del concepto de que las organizaciones son sistemas abiertos en constante interacción con su contexto. Hasta entonces, la teoría administrativa se había confinado a los estudios de los aspectos internos de la organización dentro de una concepción de sistema cerrado.

La teoría estructuralista es eminentemente crítica, por lo cual se deben citar algunas sátiras sobre la organización, como las de Parkinson, Peter, Thompson, Jay y Dilbert.

En una apreciación crítica del estructuralismo dentro de la administración, con sus aspectos positivos, sus restricciones y limitaciones, se concluye que es una teoría de transición que se dirige hacia la teoría de los sistemas”.

2.2.2 Planeamiento Estratégico

DAVID (2003). “La planeación estratégica es la acción de tratar de evaluar acciones o futuras acciones que pueda servir a alguna organización o empresa en conseguir sus metas y objetivos. Todo se centra en el más alto mando de una empresa que debe de dirigir a las áreas que el controla como son las finanzas, las contabilidades, la logística la producción y el desarrollo diario de todo los productos o servicios que realice la institución.

CEPLAN (2014). “Todo proceso de planeamiento estratégico se ve centrado en un análisis e investigación que se realiza dentro de la empresa, conocer la situación en la que se encuentra y las próximas medidas a realizar para mejorar las debilidades es un factor importante que se realiza; siempre basado en información precisa y veraz. Hay algunas empresas que no saben aplicar de la forma correcta un planeamiento estratégico esto va a repercutir desfavorablemente en la organización.

DRUCKER (2003). “Todo siempre parte desde la misión general de la empresa, cuando uno está analizando un foda dentro de una empresa; se podrá descubrir todas las debilidades y fortalezas con las que cuenta y así se puede tomar apuntes claros de lo que adolece.

Siempre se busca que una empresa en su tiempo de acción se maneje con índice altos de producción y calidad en sus servicios o producción es por ello que basándose en un adecuado análisis se podrá realizar grandes logros empresariales por cada acción que se tome dentro de ella.

Modelo del planeamiento estratégico

DAVID (2003). “Todo modelo para realizar una planeamiento estratégico no siempre va a garantizar el éxito, está en los departamentos y áreas de la empresa identificar y conocer cuál es la misión y visión de la empresa; conocer los objetivos generales y específicos es de mucha importancia para valorar las acciones a realizar.

Para realizar una acción como modelo de planeamiento estratégico se tiene que tomar la referencia ejemplos reales que se toman cada día en las empresas por ejemplo: Cuando invertir en una ventana de negocios, cuando y como incrementar las acciones, diversificar el radio de acción de la empresa. Etc.”

Beneficios del Planeamiento Estratégico

DAVID (2003). “La realización de un plan estratégico siempre va de la mano con todo lo que se puede comunicar o saber de la empresa, todos los procesos que se van a tomar para que la empresa trabaje con un abordaje sistemático, practico y con grandes beneficios es a través de la comunicación que se brinde a través de todas las áreas.

Si se emplea una comunicación poco asertiva y sin mucha fluidez dentro de las empresas es muy poco probable que todo su proceso de planeamiento sea beneficioso en un largo tiempo.

- a) Beneficios Financieros: “Los beneficios dentro de las áreas de producción, de ventas y rentabilidad son notorios en toda empresa que realiza un adecuado planeamiento estratégico; dado que se van a tomar acciones ante cualquier

situación externa o interna que se presente y pueda mover los cimientos de la institución.

- b) **Beneficios no Financieros:** Aparte de ayudar a la empresa en procesar su situación financiera también ayuda en acciones tangibles como son: conocer las amenazas externas o internas que afectan a la empresa, se puede tener una mejor visión de la forma como se está formando y bajo qué lineamientos se está fortaleciendo la competencia; esto va a facilitar a la toma de decisiones inmediatas con la respuestas mejor elaborada cuando se ha realizado un adecuado planeamiento estratégico.”.

Errores en el planeamiento estratégico

DAVID (2003). “Muchas empresas en la actualidad no toman en cuenta la importancia de realizar un adecuado planeamiento estratégico; tener una libretas de acciones a tomar ante los errores que se puedan dar y como solucionarlos en el menor tiempo siempre va hacer una plus muy importante en toda empresa; es por ello que detectar cuáles son los errores al realizar un planeamiento estratégico es de suma importancia“

- Usar el planeamiento estratégico para tener el control sobre las decisiones y los recursos.
- Llevar a cabo el planeamiento estratégico solo para lograr la acreditación o los requisitos de las regulaciones.
- No comunicar el plan a los empleados, los cuales continúan trabajando sin tener conocimiento de este.
- Muchas veces no se utiliza a los trabajadores en realizar el planeamiento estratégico.

- A veces las empresas no planean las medidas que se deben de tomar ante cualquier problema que se presente.
- Ser tan formales en la planeación que la flexibilidad y la creatividad se pierdan”.

INOVACION (2003). “Todo parte de los objetivos claros que se tiene dentro de las empresas, los encargados de poner estos objetivos en acción para poder hacerlos reales y así se puedan cumplir tienen la obligación de utilizar todos los recursos de la empresa para poder lograrlo de esta manera se establezcan en una forma de acciones a realizar ante cualquier problema real que se presente”.

Etapas del Planeamiento Estratégico

DAVID F.(2013). Se presenta en 3 claras etapas:

- a) **Formulación de la Estrategia:** Realizar un foda dentro de toda institución es muy importante dentro del análisis principal dado que desde ese punto se va a poder crear estrategias que puedan resolver todo problema que se presente. Las estrategias que se utilizaran para ayudar a corregir o evitar problemas dentro de una empresa es una acción de vital importancia; ya que permitirá que todos los acontecimientos hostiles para la empresa este resguardado por respuestas inmediatas y positivas por parte de la institución; proyectando de esta manera que la empresa se mantenga en posición de fortalecimiento y de estructura bien cimentada.
- b) **Implantación de la estrategia:** Todo lo que se planea a realizar debe de realizarse ya que se necesita que le empresa los objetivos bien sustentados, los

trabajadores se sientan bien representados y que todos los recursos de la empresa se tomen de forma plena. Cuando se implanta la estrategia dentro de empresa se busca que se mejoren y desarrollen los puntos débiles de las cuales se pueden haber detectado; además se va a tomar acción real para buscar la solución de un problema detectado, es así que las ya analizadas y conocidas acciones a tomar se pondrá en práctica con el apoyo de todas las personas que están inmersa desde los altos cargos jerárquicos hasta los de menores rangos. Es muy probable que la gerencia quien es la que comanda la estrategia a realizarse siempre debe de comunicar que es lo que quiere lograr en cuanto tiempo y como quiere que quede el problema detectado.

- c) **Evaluación de la Estrategia:** Toda estrategia debe y tiene que ser medida por los departamentos y áreas responsables, la gerencia debe de hacer seguimiento continuo para que todo lo que suceda dentro de la aplicación de la estrategia se vea reflejados en números estadísticos; con lo que se pretende tener mejor control del radio de acción de la estrategia y que se pudo conseguir.

Toda empresa que cree que ya venció el primer o segundo problema y que desde ese punto todo será mejor está equivocado; puesto que el éxito de hoy no garantiza que la empresa tenga éxito en el mañana. Toda empresa siempre esta propensa a tener problema de diversas índoles pero solo estas en la capacidad de acción que tome la gerencia para solucionarlo con las medidas correctivas más rápidas y precisas.

TRIGOSO (2014). “Se representa de la siguiente manera:

Primera etapa: Tareas Preparatorias. -

- Equipo a realizar la planificación.
- Reflexionar crítica sobre la organización
- Presupuestar los recursos a tomar para esta área de trabajo
- Capacitar a todo el personal sobre las medidas y acciones a tomar.

Segunda etapa: Etapa fundacional.-

- Realizar una reflexión como empresa con sus preguntas claves como son:
¿qué hacemos como empresa? ¿cómo lo hacemos? ¿para qué lo hacemos?

Se deba de hacer reflexionar a todos los colaboradores acerca de cómo está posicionada la empresa en la actualidad, precisar algunos problemas que se están presentando para poder motivar a los colaboradores a realizar y desarrollar las medidas y estrategias más precisos para solucionarlos.

Tercera etapa:

- **Análisis de la situación actual:** Se trata de explicar y comunicar de manera precisa como esta le empresa en la actualidad, conocer acerca de alguna amenaza o posible debilidad es muy importante hacerlo saber en esta etapa para poder esta alertados.
- **Análisis organizacional:** Se toma las medidas de delegar y funcionalizar jerárquicamente como se va a tomar las medidas a desarrollarse, el orden para establecer como se encuentra la empresa en respuesta a su misión y visión es clave dentro de esta etapa.

- **Construcción de escenarios:** Conocer el entorno en la que se encuentra la empresa es muy importante ya sea político, social, económico etc; la finalidad es amortiguar cualquier incertidumbre externa que afecta a la empresa. Conocer a que se quiere llegar en un mediano o largo plazo es una tendencia que se tiene que lograr para así poder coger los aspectos internos de la empresa y organizar los cambios para su mejor desarrollo.

- **Análisis de brechas e identificación de problemas:**
Detectar los problemas en una brecha entre la situación actual y la futura es uno de los objetivos de realizar un planeamiento estratégico; dado que todos los problemas se tienen que solucionar con medias y estrategias que ya han sido evaluados y estudiado dentro de estrategias de acción con las que cuenta la empresa. Cuando se conoce por que se está presentando el problema las causas y sus efectos reales permitirá que la empresa tome un escenario favorable y con una posición de solucionar en tiempos cortos.

- **Construcción de temas críticos**
Todas las acciones que se toman en decisiones gerenciales están basado acerca de los temas críticos cuando se quiere resolver problemas que se presentan, de muchos problemas detectados se prioriza las previamente analizados se presentan como más críticos; asumiendo este nuevo reto como mecanismo de concentrar todos los medios en busca de desaparecer o disminuir el radio de acción de dicho problema crítico.

Toda empresa hoy en día tiene muchos y diversos problemas pero es recomendable detectar los problemas o situaciones críticas para salvaguardarlos con la mayor rapidez.

- **Análisis sectorial:**

Todo el análisis que se realiza debe de ser comunicado en el ámbito institucional de la empresa; dado que se realiza un FODA este debe de ser muy bien analizado para que la información que trascienda en todos los colaboradores sea la más confiable y con mejor asimilación; los problemas sus causas y efectos que puede tener una empresa, se tiene que analizar y siempre se tener clara la información a desarrollar; ya que cuando un trabajador recibe la información de manera clara y precisa bajo un correcto canal de comunicación se podrá promover una asimilación positiva y se integrara rápidamente en buscar y analizar los futuros problemas que se pueden suscitar para encontrar la solución correcta en el menor tiempo.

Cuarta etapa: Aprobación y ejecución del plan

- **Aprobación:** La gerencia es la responsable directo; asesorado por especialistas en temas de planeamiento estratégico, presupuesto ya que se busca que sea lo más realista posible, que se puede realizar y que sea flexible buscando que se logre el impacto en la solución encomendada.

- **Ejecución del plan:**

Todo plan de acción debe de ser dinámico y flexible bajo el mando de personas especializadas, siempre se debe de monitorear las acciones y estrategias aplicadas en el mejoramiento del rendimiento de la empresa, manejar información en tiempo real y tener diversas metodologías de

acción es de valor apreciable dentro de toda empresa que busca ser rentable y productora de grandes logros empresariales.”

C. Ventajas del Planteamiento estratégico

MARCINIAK (2013). “El planeamiento estratégico está relacionado directamente con las mejoras continuas de toda institución:

- Preparar al futuro, aunque sea impredecible.
- Evaluar y plantear la estrategia adecuada.
- Conocer con precisión la realidad de la organización.
- Mejorar la coordinación de las actividades.
- Mejorar el manejo de recursos.
- Permite mantener un enfoque sistémico.
- Las decisiones estratégicas que se toma hoy ayudara a medir el impacto en el futuro”.

2.2.3. Gestión por Resultados. -

CHIAVENATO (2016). “La gestión por resultados es el proceso mediante el cual los gerentes y los subordinados identifican objetivos comunes, define las áreas de responsabilidad de cada uno en términos de los resultados esperados y utilizan esos objetivos como guías para su actividad. La gestión por resultados es un método que usan los gerentes y sus subordinados para, en conjunto, definir las metas y especificar las responsabilidades de cada uno en función de los resultados que esperan, que así se convierten en los indicadores o estándares de desempeño que se usaran para evaluar al personal. El análisis del resultado final permite evaluar objetivamente el desempeño del gerente y subordinado y comparar los resultados alcanzados con los esperados.

A pesar que la gestión por resultados tiene un pasado autocrático, hoy funciona de forma accesible, democrática y participativa.

Sienta las bases de los nuevos esquemas para evaluar el desempeño humano, para la remuneración flexible y, sobre todo, para compatibilizar los objetivos de la organización y los individuales. Dada esta concepción la gestión por resultado funciona sujeta al esquema siguiente:

- 1.- El gerente y el subordinado se reúnen, discuten, negocian y, en conjunto, formula los objetivos del desempeño del subordinado. Juntos negocian los objetivos, las metas y los resultados. Los objetivos son formulados de forma consensual y participativa.
- 2.- A partir de ese punto, el gerente se compromete a proporcionar el apoyo, la dirección y los recursos necesarios para que el subordinado trabaje con eficacia para alcanzar los objetivos. El gerente exige resultados y garantiza los medios y los recursos (capacitación, habilidades, equipo, etc.) para que el subordinado pueda alcanzarlos.
- 3.- El subordinado se pone a trabajar para alcanzar las metas y exige los medios y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos.
- 4.- Periódicamente el gerente y el subordinado se reúnen para evaluar juntos los resultados y comprobar si se han alcanzados los objetivos.
- 5.- A partir de la evaluación conjunta, reinician el proceso y redimensionan o reevalúan los objetivos, los medios y los recursos necesarios.

Características de la Gestión por Resultados

- 1.- El gerente y sus subordinados determinar los objetivos
- 2.- Cada departamento o área plantea sus objetivos

- 3.- Intercambio entre los objetivos de cada área.
- 4.- Control de los resultados y enfoque en la medición.
- 5.- Plantear permanentemente planes, evaluación y revisión
- 6.- La gerencia debe de participar activamente junto con todos sus subordinados.
- 7.- El staff debe de estar involucrado al 100%.”

2.2.4. Presupuesto. -

EMPRESARIALES (2011). “Presupuesto es un análisis sistemático que analiza el futuro y presente de un proceso productivo y financiero de una empresa calculando los input y los output de los recursos, siendo los recursos dinero, tiempo, materiales, uso de maquinarias y de espacio, entre otros. El presupuesto debe entregar como resultado indicadores financieros sobre la cantidad y el costo de los recursos requeridos para desarrollar el producto, incluyendo el proceso productivo, así como datos concretos sobre su rentabilidad, la utilidad esperada, el flujo de efectivo y los indicadores financieros.

El presupuesto estudia y calcula la entrada de recursos, los costos y los tiempos en que estos pasan por el proceso productivo, el tiempo de venta, el tiempo de recaudo d efectivo y la circularidad con que estos vuelven a producir nuevos recursos para mostrar al final la rentabilidad de los recursos circularizados puestos a disposición.

El presupuesto puede ayudar a preveer problemas y darle soluciones anticipadas para evitar los conflictos; también permite analizar los problemas económicos, analizar los puntos donde se deben buscar financiación y calcular la forma de pago, analizar los puntos lentos y rápidos del proceso empresarial para crear una equidad y un punto de equilibrio, pronosticar la situación peligrosa y delicada.

Ante todo el presupuesto puede ser el fiscalizador de la meta empresarial y anteponer los controles debido a que se cumpla al final del periodo los logros y objetivos planificados

Importancia del Presupuesto

Un presupuesto debidamente estructurado permite:

1. Prever circunstancias inciertas.
2. Trabajar con rumbo definido.
3. Planear metas razonables.
4. Procurar obtener resultados.
5. Anticiparse a futuro.
6. Prever el futuro.
7. Idear mecanismos para obtener los logros
8. Analizar estrategias.”

2.2.5. Finanzas. -

ZVI (2003). “Las finanzas estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo. Dos características distinguen a las decisiones financieras de otras decisiones de asignación de recursos: los costos y los beneficios de las decisiones financieras 1) se distribuyen a lo largo del tiempo, y 2) generalmente no son conocidos con anticipación por los encargados de tomar decisiones ni por nadie más.

Al llevar a la práctica sus decisiones, la gente se apoya en el sistema financiero, que se define como el conjunto de mercados y otras instituciones mediante el cual se realizan las transacciones financieras y el intercambio de activos y riesgos.

Importancia de las Finanzas

1. Para administrar los recursos personales
2. Para interactuar en el mundo de los negocios
3. Para lograr oportunidades de trabajo interesante y gratificante
4. Para tomar decisiones bien fundamentadas, como ciudadano en asuntos públicos
5. Para enriquecerse intelectualmente.”

2.2.6.- Planificación estratégica. -

ROMERO (2004). “La planificación estratégica es un proceso que incluye, los programas y planes de acción, los presupuestos y los sistemas de información y control.

La planificación estratégica nos indica las acciones a emprender para conseguir los fines, teniendo en cuenta la posición competitiva relativa, y las previsiones e hipótesis sobre el futuro.

Los programas y planes de acción nos indican que hay que hacer, por quien, cuando, y con qué recursos.

Los sistemas de información (ex ante, ex post e in vía) constituyen la base del control de cumplimiento del plan.

Diferencias de concepto:

Una Previsión es algo que se espera, algo pasivo. Es una hipótesis de lo que creemos que ocurrirá: que pensamos vender, que resultados económicos tendremos, como evolucionaran nuestros clientes.

Un Presupuesto es una previsión monetarizada. Puede hacerse una previsión del grado de ocupación de los equipos industriales, de la mejora de la productividad, o de las necesidades de incorporación de mano de obra. Pero

estas previsiones no necesitan tener una expresión económica. Podemos tener previsiones de horas de trabajo, de unidades producidas, de cuota de mercado, pero estas previsiones, pero estas previsiones no se indican en euros.

Se pueden indicarse en euros las cifras de negocios, los beneficios o pérdidas, y el volumen de las inversiones forman parte de los presupuestos.

Un Plan es algo que se quiere, algo activo. Tiene un carácter voluntarista. Se ha escrito que un plan es la transformación de las previsiones en objetivos. Pero esto no es cierto. Un plan o un objetivo puede fijarse sin necesidad de una previsión: es lo que quiero vender, o ganar, o crecer. Lo que ocurre es que un plan sin una consideración de previsión puede ser una utopía.

Un Programa es un conjunto de tareas, un calendario., unos responsables, unos recursos. Cuatro requisitos ineludibles. Un programa es hacer bajar a la tierra las especulaciones de los objetivos y de las estrategias.

Estrategia son las acciones estudiadas para alcanzar unos fines, teniendo en cuenta la posición competitiva de la organización, y la hipótesis y escenarios sobre la evolución futura.

Pero es también en términos militares, lo que se hace antes y lejos del lugar del combate.

La planificación estratégica puede ser definida por varios autores de la siguiente manera:

La Planificación Estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa

La Planificación Estratégica es el proceso de adaptación organizacional amplio que implica aprobación de decisiones y evaluación, busca responder a preguntas básicas como: por qué existe la organización, qué hace y cómo lo hace. El resultado del proceso es un plan que sirve para guiar la acción organizacional en un plazo de tres a cinco años.

La planeación estratégica es engañosamente sencilla: analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa”

2.2.7 Diversificar la Producción

SALTER & WEINHOLD (1979). “Tienen en cuenta que, si dos productos son sustitutivos, los dos pertenecen al mismo mercado, y que si pueden movilizarse recursos de la producción de un producto a la producción de otros. Deducen que la diversificación aumenta si se incrementa la heterogeneidad de los mercados que se atienden, y que la heterogeneidad del producto no es diversificación sino modificación del producto. Aceptan el esquema de las tres categorías básicas de Rumelt: Negocios dominantes, relacionados y no relacionados. Sin embargo, además de las características del producto y del mercado, subrayan la importancia de las destrezas (estratégicas, organizativas y operativas) de la dirección y de la experiencia para el éxito. Al definir la experiencia en términos de técnica portafolio, realizan una clasificación orientativa por categorías según la diversificación de los negocios y en función de las destrezas de la dirección:

- a) Diversificadores no relacionados: Cuando buscan el crecimiento en mercado/productos con factores claves, diferentes y la transferencia de destrezas entre sus negocios.
- b) Diversificadores relacionados: Diversifican en la misma base de sus actividades funcionales o destrezas de mercado/producto; a su vez, se distingue entre la diversificación suplementaria o diversificación horizontal, expandiéndose en mercados productos que requieren las destrezas funcionales que la empresa tiene y la diversificación relacionada complementaria o integración vertical, incorporando destrezas y actividades funcionales claves, pero sin alterar sustancialmente el producto/mercado.

Tras este esquema inicial, establecen un marco para el análisis estratégico y económico. La primera dificultad que encuentran las empresas que quieren diversificar por adquisición es definir sus objetivos. Deben tratar de desarrollar las líneas maestras para la adquisición e identificar a los candidatos y el tipo de análisis requerido para ello: cada empresa ira solucionando estos problemas de formas distintas según su idiosincrasia. Otros modelos de su marco previo son el modelo portafolio producto – mercado y el modelo estrategia dando consistencia entre los recursos internos de la empresa, que han de ser múltiples, existen tres alternativas en cuanto a la diversificación:

1. La no diversificación: Cuando la empresa está bien situada y en una industria atractiva, cuando tanto la posición del negocio como el atractivo de la industria son medios, y cuando la posición y atractivo son bajos (será incapaz de afrontar una).

2. La diversificación relacionada complementaria: Cuando el atractivo de la industria es alto y la posición del negocio es media o baja, e incluso si el atractivo es medio y la posición baja.
3. La diversificación relacionada suplementaria: Cuando la posición es alta, y el atractivo medio o bajo, e incluso si la posición es media y el atractivo bajo”.

Ventajas de la diversificación productiva:

ESTALLO (2010). “Entre sus principales ventajas tenemos

- Amplias posibilidades de desarrollo
- Apoyo recíproco que pueden surgir de un mercado conocido (cuando hay una diversificación de productos) o de una tecnología conocida (cuando exista diversificación de mercados).
- El efecto sinérgico es positivo y procura seguridad, al diversificar los riesgos inherentes a los mercados y a los productos”.

2.2.8- Trayectoria Productiva. -

A) Diversidad Inicial. -

BURELLI (2004). “Se considera que la diversidad presente en las empresas es resultado de decisiones previas de diversificación, que luego se puede apreciar en los negocios o actividades que participa. Es por ello que un segundo motivo para diversificar, además de la participación en mercados externos, es aprovechar en nuevas líneas de actividad, los recursos generados en el negocio principal de la empresa, generando sinergias y economías de escala. Sin embargo a pesar de esto se ha prestado escasa atención a la relación entre

diversidad inicial y el abordaje de una estrategia de diversificación, para la cual se puede encontrar posiciones a favor o en contra se puede interpretar que a favor de la relación positiva una gran diversidad inicial de producto representa la existencia de economías de alcance, ventajas derivadas del efecto experiencia, acceso a lógicas dominantes variadas y otros recursos y capacidades que, en definitiva, suponen una mayor oportunidad para aumentar la diversificación industrial; en oposición a lo anterior se puede entender que la decisión de aumentar la participación de la empresa en nuevos proyectos detenga el crecimiento por el aumento de la burocracia necesaria para la coordinación y procesamiento de la información. Tanto el tamaño corporativo y la diversidad de producto inicial actúan sinérgicamente, logrando economías de escala y alcance, recursos y actividades que permiten obtener ventajas del incremento de la diversificación industrial.

B) Estructuras de mercado. -

La estructura de mercado se refiere a la cantidad de productores de un mercado, su grado de diferenciación, su estructura de costos, el grado de integración vertical, la existencia de gremios, la conducta se observa en la fijación de precios, el nivel de investigación y desarrollo, inversión y publicidad. El desempeño se refiere a la eficiencia, relacionado con el grado de competencia y el bienestar social, se contrasta con referencias teóricas como el monopolio o la competencia perfecta. Se define estructura de mercado al número de empresas participantes y la existencia de diferenciación de producto, la estructura de mercado dentro de la cual opera la empresa permite determinar cuánto será producido, vendido y a qué precio. Uno de los modelos teóricos es el de competencia perfecta, de carácter normativo; en un mercado de este tipo ningún

comprador o vendedor individual puede ejercer influencia alguna sobre el precio mediante compras o ventas individuales; por lo que la empresa productora puede vender todo lo que desee al precio prevaleciente, este modelo requiere el cumplimiento simultaneo de las siguientes condiciones: homogeneidad del producto, movilidad de recursos sin restricciones, gran número de compradores y vendedores e información perfecta. En competencia perfecta hay carencia total de rivalidad, y, en consecuencia, no habrá incentivo para la diferenciación de producto.

C) Habilidades Acumuladas. -

Las empresas diversifican en respuesta al exceso de capacidad en los factores productivos, llamados recursos. Muchos de los conocimientos y habilidades que se crean en la trayectoria de las empresas, provocan un aumento de la complejidad de la utilización de esos recursos por fuera de las fronteras de las marcas, ya que gran parte de esos conocimientos están incluidos en sus rutinas. Una vía para aprovechar la experiencia empresarial acumulada, es el know how, o esos activos intangibles, puede ser a través de la diversificación, geográfica o productiva, que permite un aumento en las ganancias. Para concluir, hay una doble vinculación entre los recursos y el personal, por un lado, los servicios que se van a obtener dependen de las habilidades que los hombres aplican en los recursos, por otro lado, parte de la capacidad que los trabajadores van desarrollando dependen de los recursos con los que trata. Es por ello la importancia de la capacitación o experiencia previa de los trabajadores dentro de la empresa”.

2.2.9.- Innovación. -

BUENO (2008).“La innovación es una actividad compleja y sumamente arriesgada en la que influyen factores de todo tipo: desde factores internos o propios de la organización, externos o asociados al entorno. Si bien en épocas pasadas el capital y los recursos tangibles eran considerados como los factores que más contribuían al crecimiento económico, hoy en día los recursos tangibles tales como la innovación, la tecnología o el conocimiento económico se han convertido en activos muy relevantes para que las empresas logren una posición competitiva ventajosa. Desde un punto de vista económico, enfoque seguido en el presente libro, se han examinado varias cuestiones entre las que se encuentran la relación entre innovación y el tamaño de la empresa, el vínculo entre la actividad innovadora y la estrategia de diversificación de producto, la asociación entre innovación e internacionalización de la empresa. De Entre las múltiples definiciones de innovación existentes se eligen dos que permitirán al lector tener una mejor comprensión de este concepto la primera es la que recoge el libro Verde de la innovación de la Comisión Europea: La innovación se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de la forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad. Por tanto, el fin último de la innovación es el beneficio de la sociedad, de modo que ejemplos de innovación serían las vacuna y medicinas, el airbag y los frenos, telefonía móvil y las videoconferencias, los CD-ROM. La segunda definición de innovación que recogemos es una definición amplia propuesta por el INEI en su encuesta de innovación tecnológica, según este organismo la Innovación es un producto nuevo o sensiblemente mejorado introducido en el

mercado, o un proceso nuevo o sensiblemente mejorado introducido en la empresa. La innovación se basa en los resultados de nuevos desarrollos tecnológicos, nuevas tecnologías de combinaciones existentes o en la utilización de otros conocimientos adquiridos por la empresa”.

2.2.10.- Tamaño Empresarial

(LABARGA). “En cada momento y en cada situación según el entorno, existe un tamaño empresarial absoluto y relativo optimo, comprendiendo entre un mínimo y un máximo para que la empresa sea viable determinado por la naturaleza de la estrategia que persigue.

a) La empresa pequeña: Trataremos sus características generales en torno a cuatro puntos:

1. Peligros y ventajas típicas: Consiste en que no puede cometer errores debido a que sus recursos son bastantes limitados, tanto en capital como personal competente.
2. Consideraciones estratégicas: La pequeña empresa necesita una estrategia bien organizada. Una cosa es ser pequeña empresa y otra muy distinta ser una empresa marginal y en peligro de desaparecer. La mayor parte de las pequeñas empresas son problemáticas más que oportunistas porque no se concentran ni se fortifican, en una pequeña área fundamental de servicio.
3. Aspectos directivos: A este respecto necesita una dirección organizada y sistemática sin personal auxiliar ni staff. Las tareas de la alta dirección no suelen estar estructuradas.

4. Aspectos Operativos: La característica sobresaliente es que necesitan pocos informes, incluso pocas cifras que Ni siquiera se requiere que sean exactas, pero tienen que estar bien estimadas.
- b) La empresa mediana: Así como las empresas pequeñas son bastantes parecidas, al crecer y hacerse medianas se van diferenciando mucho, de tal forma que en rigor habría que agruparlas en sus características. Se trata de un tipo de empresa que tiene una mayor estructura a partir de departamentos diferenciados. Tanto las pequeñas como las medianas empresas tienen mucha fuerza en la economía.
- c) Grandes empresas. - El número de personal en plantilla en las grandes empresas supera los 250 profesionales. Algunas empresas se desarrollan como multinacionales que tienen sede en distintos países del mundo. Se trata de negocios en expansión internacional”.

2.3. Glosario de Términos.

1. Análisis de personal

De gobierno, funcionarios, profesionales, técnicos, desarrollo de capacidades internas y externas, formación y promoción, análisis de cargos, sistema de valoración del rendimiento, etc.

2. Ciclo presupuestario

Es un proceso anual, continuo, dinámico y flexible; mediante el cual se programa, ejecuta, controla y evalúa la actividad financiera del sector público, lo que lleva la realización de un conjunto de fases o etapas (elaboración, discusión y aprobación, ejecución, control y evaluación) por los que discurre el presupuesto.

3. Eficacia

Capacidad de cumplir los objetivos marcados.

4. Factores políticos

Diseño de políticas de gestión, situación legal, estabilidad jurídica, prioridades gubernamentales en política de educación, salud, trabajo, inclusión social, lucha contra la pobreza y otros programas.

5. Macro entorno

Común a todas las organizaciones (conjunto de valores culturales y sociales, normas legales y políticas, condiciones económicas, demográficas y tecnológicas de la sociedad).

6. Micro entorno

Específico para cada organización (individuos, grupos sociales y organizaciones con las que la entidad interactúa directamente).

7. Objetivos estratégicos y Proyectos

Los objetivos estratégicos se definen como resultados o logros deseados a largo plazo (ejes estratégicos) y los proyectos (líneas de acción) como resultados a corto plazo.

8. Planes Operativos

Elaborar planes operativos que se puedan ejecutar, con mayor aproximación a la realidad en concordancia con la programación de las inversiones y el presupuesto público y el plan estratégico.

9. Oportunidad.

Es una situación favorable, actual o futura, que ofrece el entorno de la organización, cuyo aprovechamiento adecuado y oportuno mejoraría su competencia y capacidad de gestión.

10. Misión

Describe en términos amplios la actividad de la organización y contribuye como una referencia permanente en el proceso de planificación estratégica. Expresa la razón de ser de la organización.

11. Meta

Cuantificación de los objetivos que se pretende alcanzar en los ámbitos temporal y espacial, considerando los recursos necesarios, lo que conlleva la descripción, la unidad de medida y el monto o cantidad.

12. Las estrategias

La formulación de estrategias consiste en evaluar las opciones que tiene la organización para lograr sus objetivos, y seleccionar los cursos de acción que juzgue convenientes.

13. Fortaleza

Es una posición favorable que posee la organización en relación con algunos de sus elementos. (Liderazgo, potencial humano, recursos, procesos, etc) y que la sitúa en condiciones de responder eficazmente ante una oportunidad o una amenaza.

14. Debilidad

Es una posición desfavorable que tiene la organización con respecto a algunos de sus elementos y que la ubica en condiciones de no poder responder eficazmente a las oportunidades y amenazas del entorno.

15. Amenazas

Situación desfavorable, actual o futura, que presenta el entorno de la organización o entidad, la cual debe ser enfrentada con miras a evitar o minimizar los daños potenciales sobre el desempeño y la supervivencia de la misma.

16. Desarrollo

Enfoque gerencial que ayuda a los gerentes a prepararse para administrar el cambio dentro de un mundo cambiante.

17. Sinérgico

Suma total de energía que puede ofrecer un grupo cualquiera. Unión de dos o más causas con el objetivo de tener un efecto.

18. Mercado

Lugar donde se compran y venden divisas de distintos países.

19. Recursos

Distintos medios o ayuda que se utiliza para conseguir un fin en una actividad establecida.

20. Presupuesto

Previsión o estimación de gastos, plan de acción cuyo objetivo es cumplir una meta.

21. Entidad

Representa a un colectivo como unidad, considerada como persona jurídica

22. Organización

Proceso de arreglar la estructura de una organización y de coordinar sus métodos gerenciales y empleo de los recursos para alcanzar sus metas.

23. Procesos

Serie sistémica de acciones encaminadas al logro de un objetivo.

24. Monitoreo

Controlar el desarrollo de una acción o un suceso, a través de monitores y controles.

25. Enfoque

Manera de valorar o considera una acción o producción.

26. Teoría

Conjunto de reglas, principios y conocimientos acerca de una ciencia, doctrina o actividad, se deduce a partir de la observación, la experiencia o el razonamiento lógico.

27. Industria

Actividad económica y técnica que consiste en transformar las materias primas hasta convertirlas en productos adecuados para satisfacer necesidades.

28. Análisis

Metodología o gestión esencial en la dirección empresarial.

29. Productividad

Producción por unidad de trabajo.

30. Fases

Estado diferenciado de otro, por donde pasan etapas organizacionales.

Capítulo III

Hipótesis y Variables

3.1 Hipótesis General

H1- La aplicación de un Plan Estratégico influye positivamente en la diversificación de la producción tiene relación directa con la rentabilidad en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

H0- La aplicación de un Plan Estratégico influye negativamente en la diversificación de la producción tiene relación directa con la rentabilidad en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

3.2 Hipótesis Específicas

- a) La Gestión por resultados influye en la participación en mercados internacionales dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017
- b) El Presupuesto influye en la trayectoria productiva dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017
- c) Las Finanzas influyen en la innovación dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017
- d) La planificación estratégica influye positivamente en el tamaño empresarial dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

3.3 Identificación de variables

3.3.1 Variable independiente:

Planeamiento Estratégico

3.3.2 Variable dependiente:

Diversificar la Producción

3.4 Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	
Variable X : Planeamiento Estratégico	Consiste en determinar la Dirección que debe tener una organización para conseguir sus objetivos de largo plazo, en el marco de su visión, misión y valores.	Gestión por Resultados	Gestión por procesos	Muy malo	
			El proceso de mejora continua		
			Procesos estratégicos		Malo
			Indicadores de desempeño		
			Incentivos al personal		
		Presupuesto	Clasificación de los presupuestos	Regular	
			Según el periodo del tiempo	Aceptable	
			Según el campo de aplicación en la empresa		
			Según el sector de la economía en la cual se utiliza		
		Finanzas	La volatilidad	Bueno	
			Riesgo Cambiario		
			Liberalización de las		

			transacciones internacionales	Muy
			Inversión	Bueno
		Planificación Estratégica	Importancia de la planificación estratégica	Excelente
			Ventajas de planificación estratégica	
			Por qué elaborar un plan estratégico	
			Desventaja de la Planificación Estratégica	
Variable Y : Diversificar la Producción	Diversificar la producción es la adición nueva o distinta a las ya existente, es decir, la empresa o unidad productora ha de cumplir una nueva misión, no solo depende del	Participación en mercados internacionales	Decisión de entrar a los negocios internacionales	Muy malo
			Decisión de la forma de ingresar al mercado internacional	Malo
			Proceso de internacionalización	Regular
			Evaluación de un riesgo de País	Aceptable
		Trayectoria	Diversidad inicial	

<p>potencial de crecimiento y rentabilidad, sino también de la capacidad de la empresa para desarrollar las competencias que requiere la nueva actividad.</p>	productiva	Estructura de mercado	Bueno
		Habilidades acumuladas	
	Innovación	Generación de valor	Muy Bueno
		Generar ventajas competitivas	
		Barreras a la imitación	
		Generar nuevos espacios	
	Tamaño empresarial	Microempresas	Excelente
		Pequeña empresa	
		Mediana empresas	
		Grandes empresas	

Capítulo IV

Metodología

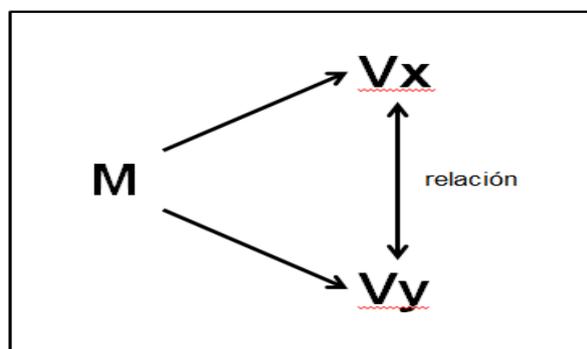
4.1 Tipo de investigación

“Investigación básica, porque mantiene como propósito recoger información de la realidad y enriquecer el conocimiento científico orientándonos al descubrimiento de principios y leyes”. Sánchez y Reyes (2002:13).

4.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental – transversal, son estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Decimos que nuestra investigación es transversal porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único y es correlacional porque como señala Sánchez y Reyes (2002: 79) “se orienta a la determinación del grado de relación existente entre dos variables de interés en una misma muestra de sujeto o el grado de relación entre dos fenómenos o eventos observados”.

El diagrama correlacional es el siguiente:



M :	Muestra :	30 trabajadores
VX :	Variable 1:	Planeamiento estratégico
VY :	Variable 2:	Diversificar la producción

4.3 Unidad de análisis

La unidad de análisis se denomina como elemento de la población, en una misma encuesta puede existir más de un elemento de población. La unidad de análisis de esta investigación será la empresa Agroindustria Casablanca SAC, ubicada en la provincia de Chincha.

4.4 Población de estudio

La población de estudio estará constituida por un total de 50 colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC.

“Se optó por el muestreo probabilístico, utilizando la fórmula para poblaciones finitas, ya que se conoce el número total de la población. Con un nivel de confianza del 95%, en donde todos los miembros de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos, los cuales se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra”. (Bernal Torres, 2010)

Institución	Total
Empresa Agroindustria Casablanca Sac	50

4.5 Selección de muestra

Para calcular el tamaño de dicha muestra, se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{1.72^2 * 0.5 * 0.5 * 50}{0.5^2 (50 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * .05}$$

$$n = \frac{2.95 * (0.5) * (0.5) * 50}{0.05^2 (99) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{36.895}{1.2079}$$

$$n = 30$$

4.6 Técnicas de recolección de datos.

Para obtener la información pertinente respecto a las variables arriba indicadas se aplicarán las siguientes técnicas:

4.6.1 Análisis Documental

Esta técnica se utilizará, para registrar la información necesaria de los reportes, libros, informes, registros y otros documentos que serán de gran importancia para recabar información de interés para la elaboración de esta investigación

4.6.2 Encuesta

Esta técnica se utilizará para recoger información directamente de las variables de estudio, Planeamiento estratégico y Diversificar la producción; la cual está basada en las respuestas orales y/o escritas de los colaboradores. Es una técnica

de adquisición de información, mediante un formulario/cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto o grupo seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

4.6.3 Técnica de procesamiento de datos.

Para recolectar datos primarios, que son evaluados y ordenados, para obtener información útil, que luego serán analizados por el usuario final, para que pueda tomar las decisiones o realizar las acciones que estime conveniente.

4.6.4 Técnica del Software SPSS

Para validar, procesar y contrastar hipótesis.

4.7 Análisis e interpretación de la información.

Seleccionar método de análisis: fue a través del programa Microsoft Excel para un análisis, disposición y transformación de datos de las encuestas.

Explorar los datos: se realizó su respectivo análisis, cuyos datos fueron agrupados en base a los ítems determinados.

Preparar los resultados: se realizó una revisión, organización y comparación de los resultados para luego presentar un reporte final de la investigación.

Capítulo V

Presentación de Resultados

5.1.- Análisis e interpretación de resultados. -

Tabla 1.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	30	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia (2018)

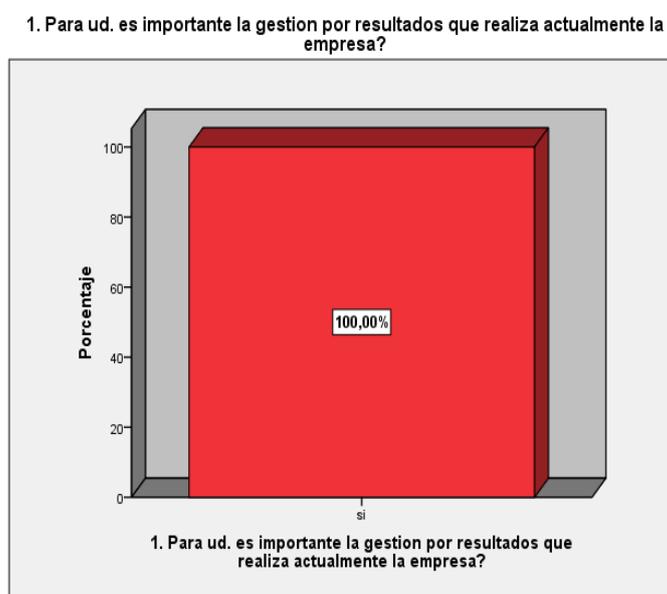


Figura N° 1

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta si Para Ud. ¿es importante la gestión por resultados que realiza actualmente la empresa?

Interpretación: El 100.00% de los colaboradores encuestados creen que si es importante la gestión por resultados que realiza actualmente la empresa.

Tabla 2.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	26	86,7	86,7	86,7
	no	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

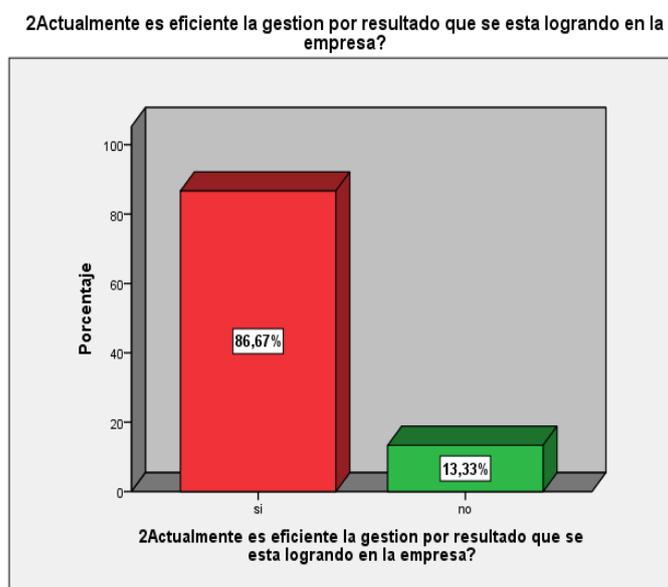


Figura N° 2

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, ¿según su opinión a la pregunta si actualmente es eficiente la gestión por resultados que se está logrando en la empresa?

Interpretación: El 86,67% de los colaboradores encuestados creen que si es actualmente eficiente la gestión por resultados que se está logrando en la empresa, un 13,33% creen que no es actualmente eficiente la gestión por resultados que se está logrando en la empresa.

Tabla 3.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	28	93,3	93,3	93,3
	no	2	6,7	6,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

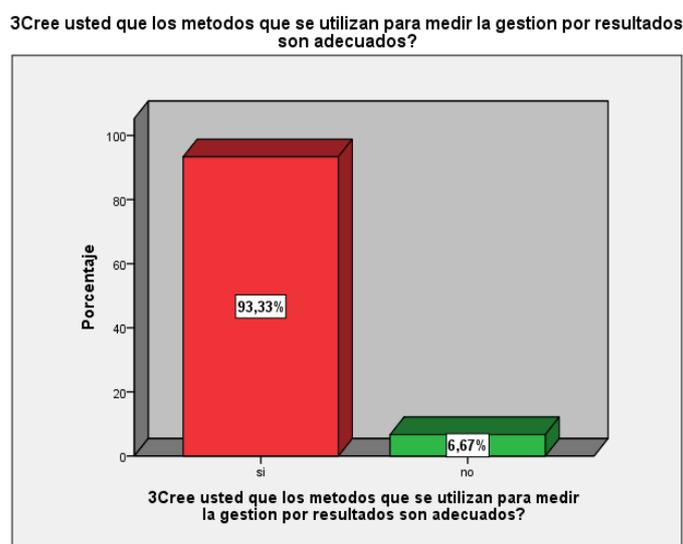


Figura N° 3

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta si ¿cree que los métodos que se utilizan para medir la gestión por resultados son adecuados?

Interpretación: El 93,33% de los colaboradores encuestados creen que SI son adecuados los métodos que se utilizan para medir la gestión por resultados en la empresa, un 6,67% creen que NO son adecuados los métodos que se utilizan para medir la gestión por resultados en la empresa.

Tabla 4.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	27	90,0	90,0	90,0
	no	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

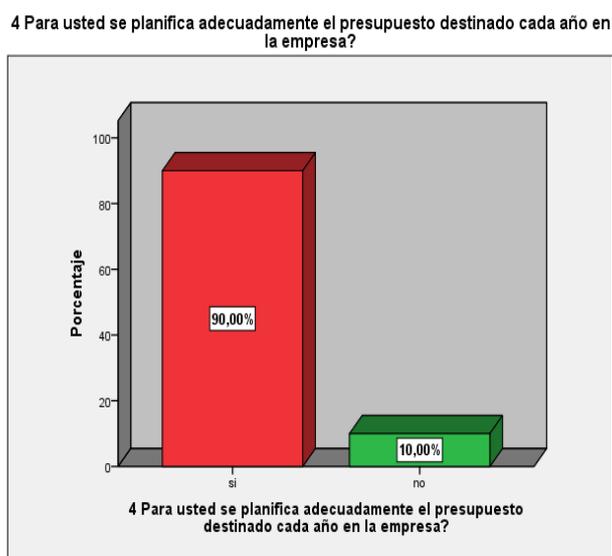


Figura N° 4

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta si ¿cree que se planifica adecuadamente el presupuesto destinado cada año en la empresa?

Interpretación: El 90,00% de los colaboradores encuestados creen que SI se planifica adecuadamente el presupuesto destinado cada año en la empresa, un 10,00% creen que NO se planifica adecuadamente el presupuesto destinado cada año en la empresa.

Tabla 5.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	24	80,0	80,0	80,0
	no	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

5. Según su opinión el presupuesto destinado en los últimos años han cumplido los objetivos de la empresa?

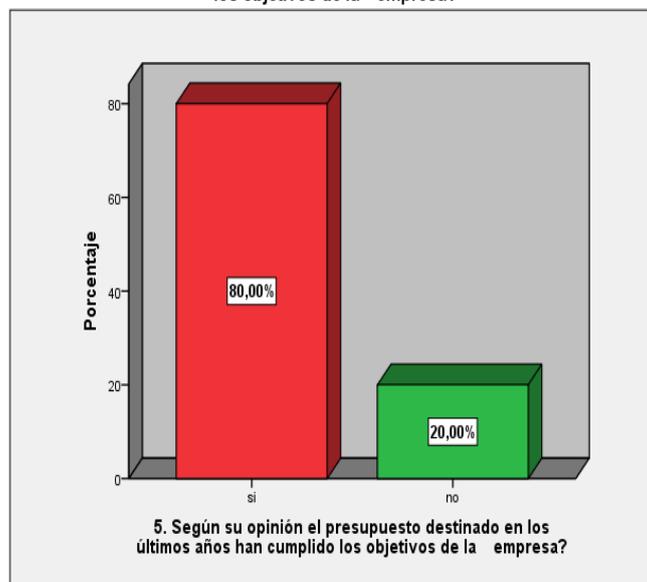


Figura N° 5

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿si el presupuesto destinado en los últimos años ha cumplido los objetivos de la empresa?

Interpretación: El 80,00% de los colaboradores encuestados creen que el presupuesto destinado en los últimos años SI ha cumplido los objetivos de la empresa, un 20,00% creen que el presupuesto destinado en los últimos años NO ha cumplido los objetivos de la empresa.

Tabla 6.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	27	90,0	90,0	90,0
	no	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

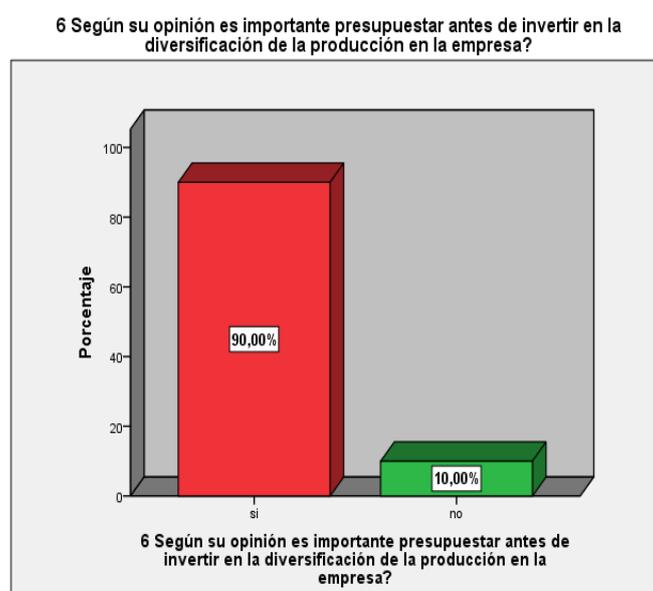


Figura N° 6

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿es importante presupuestar antes de invertir en la diversificación de la producción en la empresa?

Interpretación: El 90,00% de los colaboradores encuestados creen que SI es importante presupuestar antes de invertir en la diversificación de la producción en la empresa, un 10,00% creen que NO es importante presupuestar antes de invertir en la diversificación de la producción en la empresa.

Tabla 7.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	29	96,7	96,7	96,7
	no	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

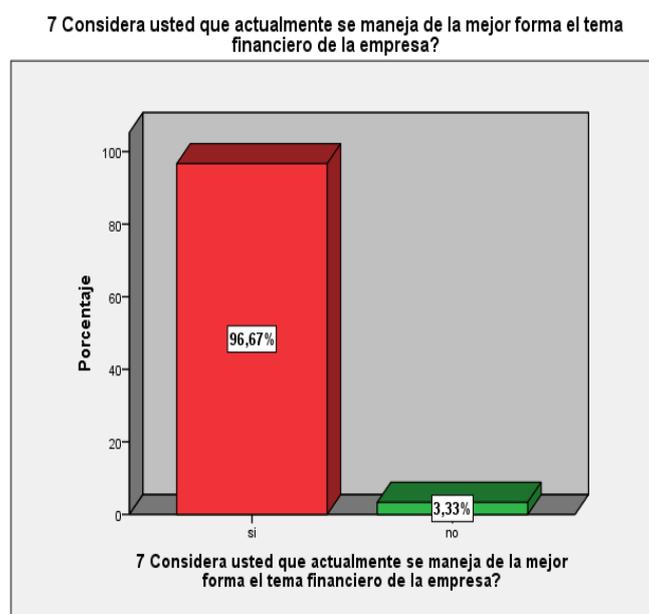


Figura N° 7

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, ¿según su opinión a la pregunta considera usted que actualmente se maneja de la mejor forma el tema financiero de la empresa?

Interpretación: El 96,67% de los colaboradores encuestados creen que SI se maneja de la mejor forma el tema financiero de la empresa, un 3,33% creen que NO se maneja de la mejor forma el tema financiero de la empresa.

Tabla 8.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	25	83,3	83,3	83,3
	no	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

8. Cree usted que la empresa utiliza herramientas adecuadas para el análisis y planeación de actividades financieras?

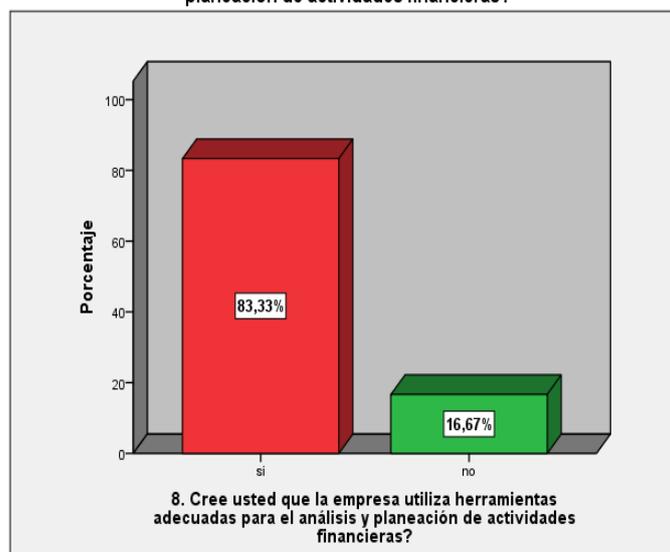


Figura N° 8

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, ¿según su opinión a la pregunta Cree usted que la empresa utiliza herramientas adecuadas para el análisis y planeación de actividades financieras?

Interpretación: El 83,33% de los colaboradores encuestados creen que SI se utiliza herramientas adecuadas para el análisis y planeación de actividades financieras en la empresa, un 16,67% creen que NO se utiliza herramientas adecuadas para el análisis y planeación de actividades financieras en la empresa.

Tabla 9.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	30	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia (2018)

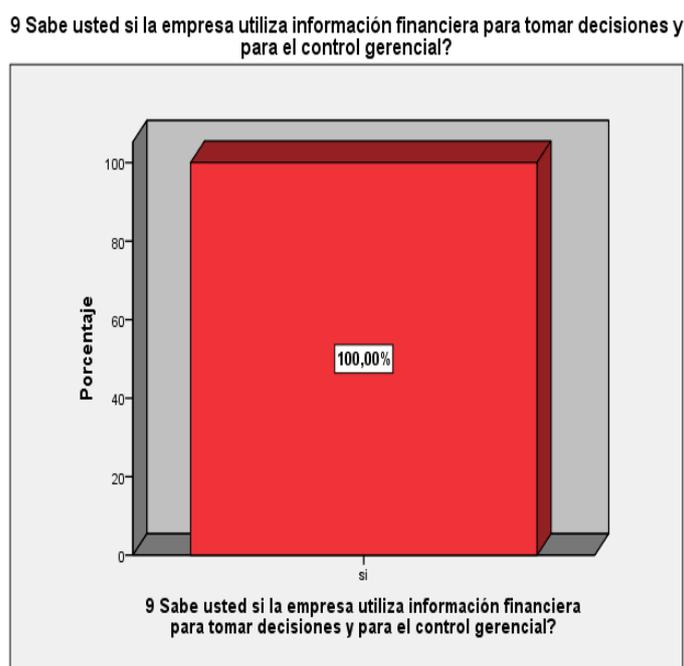


Figura N° 9

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta Sabe usted si la empresa utiliza información financiera para tomar decisiones y para el control gerencial.

Interpretación: El 100.00% de los colaboradores encuestados creen que SI utiliza la empresa información financiera para poder tomar decisiones y para el control gerencial dentro de la empresa.

Tabla 10.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	26	86,7	86,7	86,7
	no	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

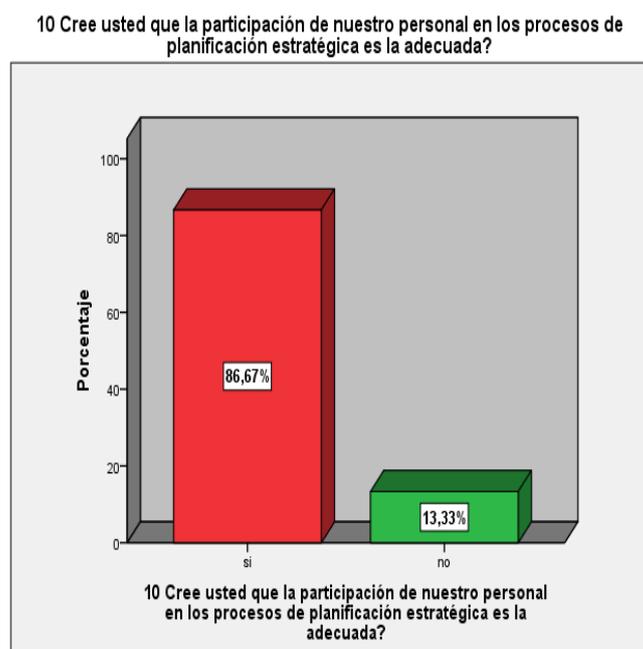


Figura N° 10

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta Cree usted que la participación de nuestro personal en los procesos de planificación estratégica es la adecuada.

Interpretación: El 86,67% de los colaboradores encuestados creen que SI es adecuada la participación de nuestro personal en los procesos de planificación estratégica, un 13,33% creen que NO es adecuada la participación de nuestro personal en los procesos de planificación estratégica.

Tabla 11.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	28	93,3	93,3	93,3
	no	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

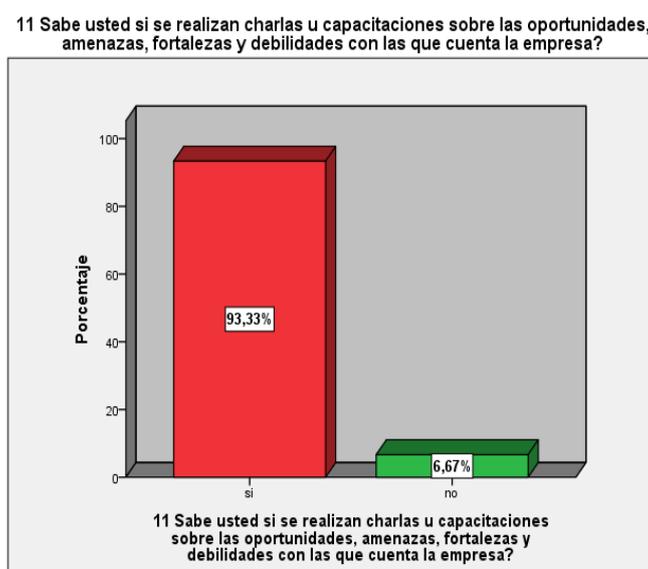


Figura N° 11

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Sabe usted si se realizan charlas u capacitaciones sobre las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa?

Interpretación: El 93,33% de los colaboradores encuestados saben que SI se realizan charlas u capacitaciones sobre las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa, un 6,67% saben que NO se realizan charlas u capacitaciones sobre las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa.

Tabla 12.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	23	76,7	76,7	76,7
	no	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

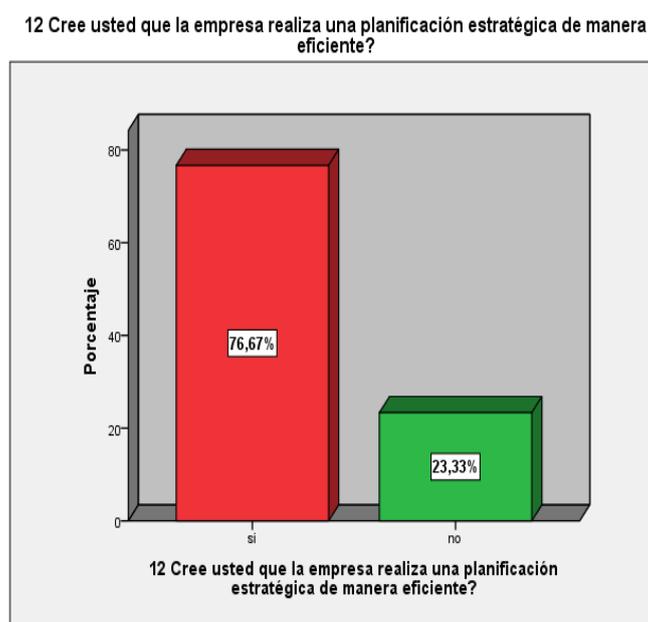


Figura N° 12

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Cree usted que la empresa realiza una planificación estratégica de manera eficiente?

Interpretación: El 76,67% de los colaboradores encuestados creen que la empresa SI realiza una planificación estratégica de manera eficiente, un 23,33% creen que la empresa NO realiza una planificación estratégica de manera eficiente.

Tabla 13.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	29	96,7	96,7	96,7
	no	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

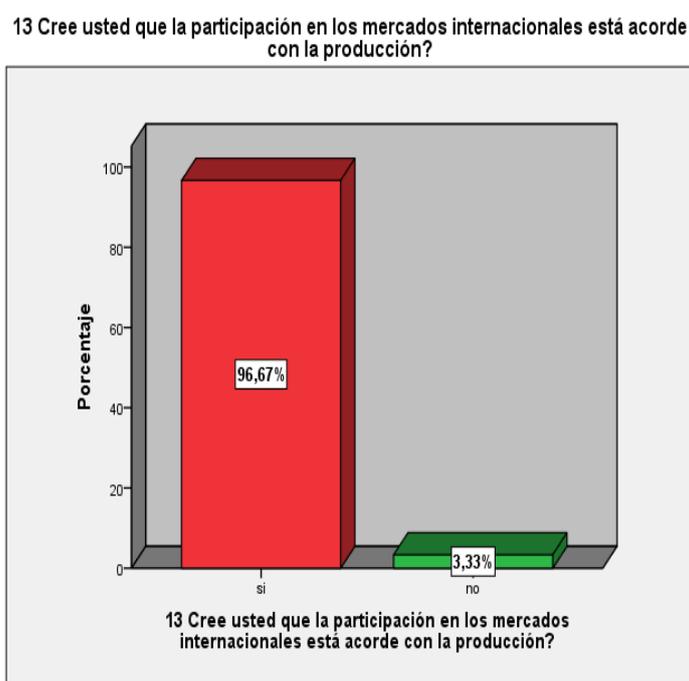


Figura N° 13

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, ¿según su opinión a la pregunta Cree usted que la participación en los mercados internacionales está acorde con la producción?

Interpretación: El 96,67% de los colaboradores encuestados creen que la producción SI está acorde la participación en los mercados internacionales, un 3,33% creen que la producción NO está acorde la participación en los mercados internacionales.

Tabla 14.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	28	93,3	93,3	93,3
	no	2	6,7	6,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

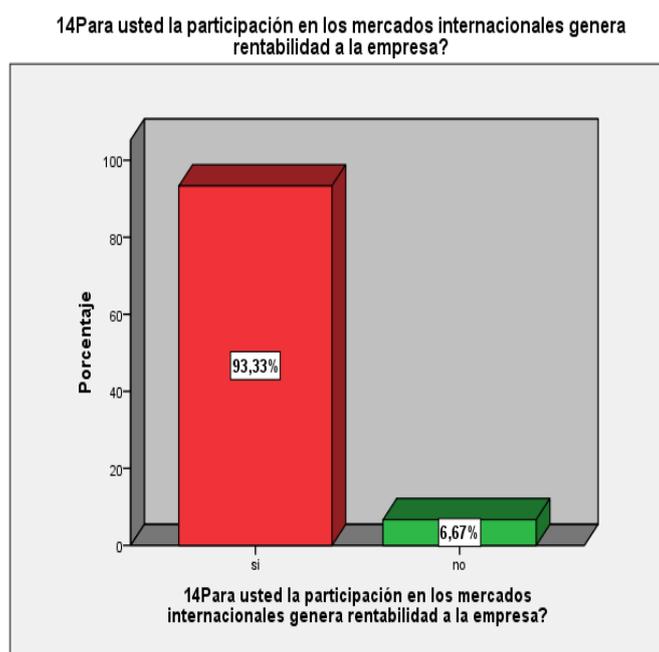


Figura N° 14

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, ¿según su opinión a la pregunta Para usted la participación en los mercados internacionales genera rentabilidad a la empresa?

Interpretación: El 93,33% de los colaboradores encuestados creen que la participación en los mercados internacionales SI generan rentabilidad a la empresa, un 6,67% creen que la participación en los mercados internacionales NO genera rentabilidad a la empresa.

Tabla 15.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	27	90,0	90,0	90,0
	no	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)



Figura N° 15

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Cree usted que la empresa puede mejorar su participación en los mercados internacionales?

Interpretación: El 90,00% de los colaboradores encuestados creen que SI puede mejorar su participación en los mercados internacionales, un 10,00% creen que NO puede mejorar su participación en los mercados internacionales.

Tabla 16.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	29	96,7	96,7	96,7
	no	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

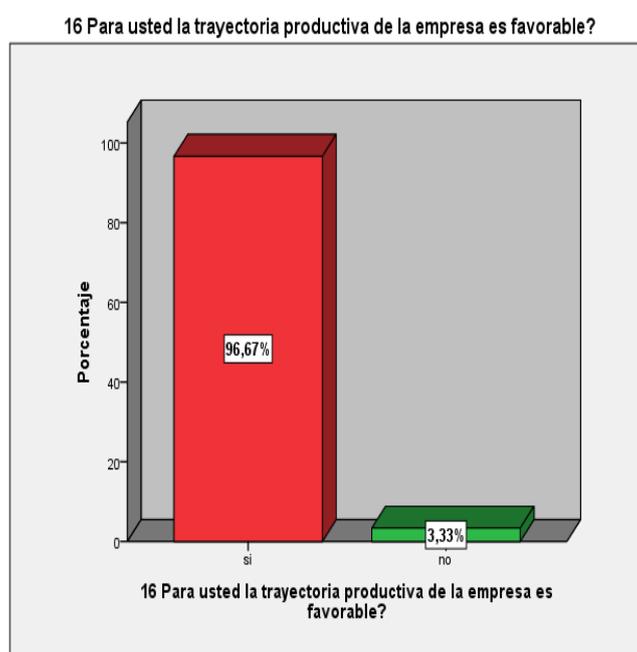


Figura N° 16

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta Para usted ¿la trayectoria productiva de la empresa es favorable?

Interpretación: El 96,67% de los colaboradores encuestados creen que SI es favorable la trayectoria productiva de la empresa, un 3,33% creen que NO es favorable la trayectoria productiva de la empresa.

Tabla 17.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	27	90,0	90,0	90,0
	no	3	10,0	10,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

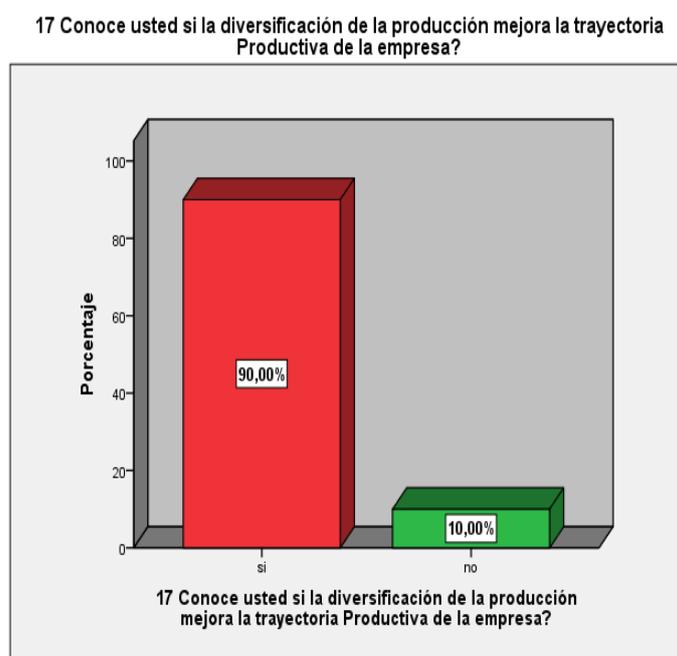


Figura N° 17

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Conoce usted si la diversificación de la producción mejora la trayectoria productiva de la empresa?

Interpretación: El 90,00% de los colaboradores encuestados creen que SI conocen que la diversificación de la producción mejora la trayectoria productiva de la empresa, un 10,00% creen que NO conocen que la diversificación de la producción mejora la trayectoria productiva de la empresa.

Tabla 18.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	26	86,7	86,7	86,7
	no	4	13,3	13,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

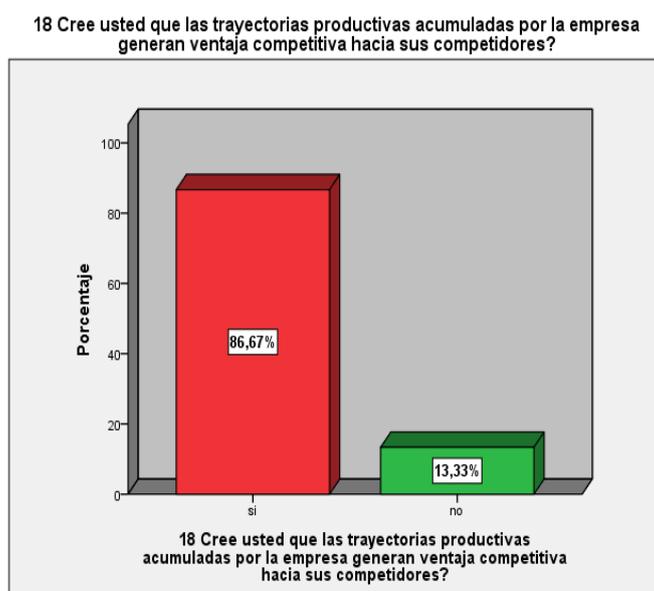


Figura N° 18

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Cree usted que las trayectorias productivas acumuladas por la empresa generan ventaja competitiva hacia sus competidores?

Interpretación: El 86,67% de los colaboradores encuestados creen que las trayectorias productivas acumuladas por la empresa SI generan ventaja competitiva hacia sus competidores, un 13,33% creen que las trayectorias productivas acumuladas por la empresa NO generan ventaja competitiva hacia sus competidores.

Tabla 19.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	28	93,3	93,3	93,3
	no	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

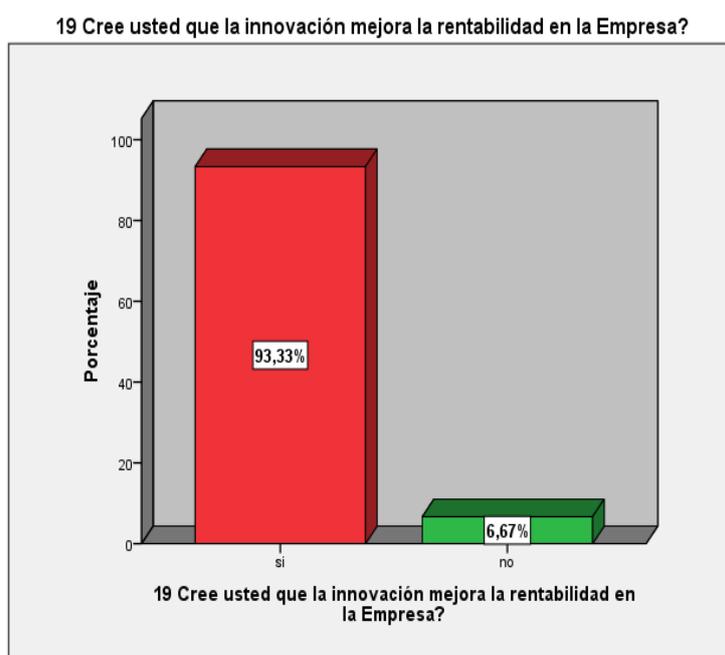


Figura N° 19

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Cree usted que la innovación mejora la rentabilidad en la empresa?

Interpretación: El 93.33% de los colaboradores encuestados creen que la innovación SI mejora la rentabilidad en la empresa, un 6,67% creen que la innovación NO mejora la rentabilidad en la empresa.

Tabla 20.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	29	96,7	96,7	96,7
	no	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

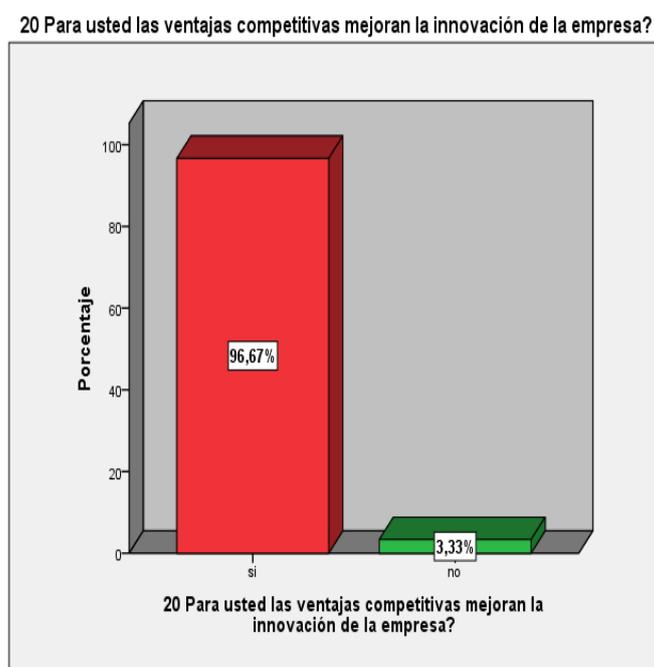


Figura N° 20

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Para usted las ventajas competitivas mejoran la innovación de la empresa?

Interpretación: El 96,67% de los colaboradores encuestados creen que las ventajas competitivas SI mejoran la innovación de la empresa, un 3,33% creen que las ventajas competitivas NO mejoran la innovación de la empresa.

Tabla 21.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	25	83,3	83,3	83,3
	no	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

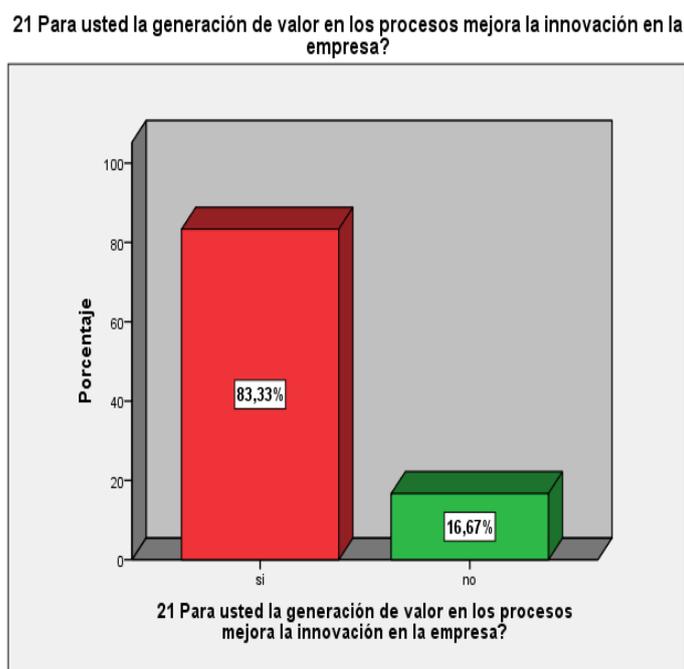


Figura N° 21

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Para usted la generación de valor en los procesos mejora la innovación en la empresa?

Interpretación: El 83,33% de los colaboradores encuestados creen que la generación de valor en los procesos SI mejora la innovación en la empresa, un 16,67% creen que la generación de valor en los procesos NO mejora la innovación en la empresa.

Tabla 22.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	29	96,7	96,7	96,7
	no	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

22 Para usted la empresa tiene un tamaño empresarial adecuado para diversificar la producción?

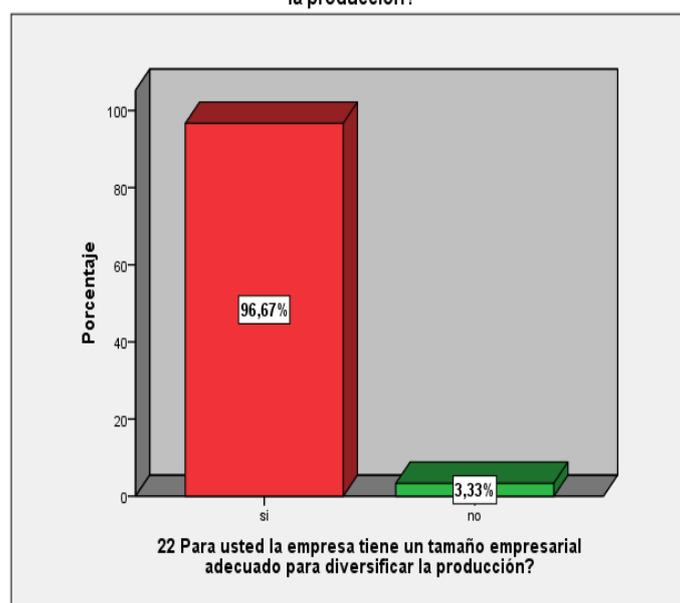


Figura N° 22

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Para usted la empresa tiene un tamaño empresarial adecuado para diversificar la producción?

Interpretación: El 96,67% de los colaboradores encuestados creen que la empresa SI tiene un tamaño empresarial adecuado para diversificar la producción, un 3,33% cree que la empresa NO tiene un tamaño empresarial adecuado para diversificar la producción.

Tabla 23.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	28	93,3	93,3	93,3
	no	2	6,7	6,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

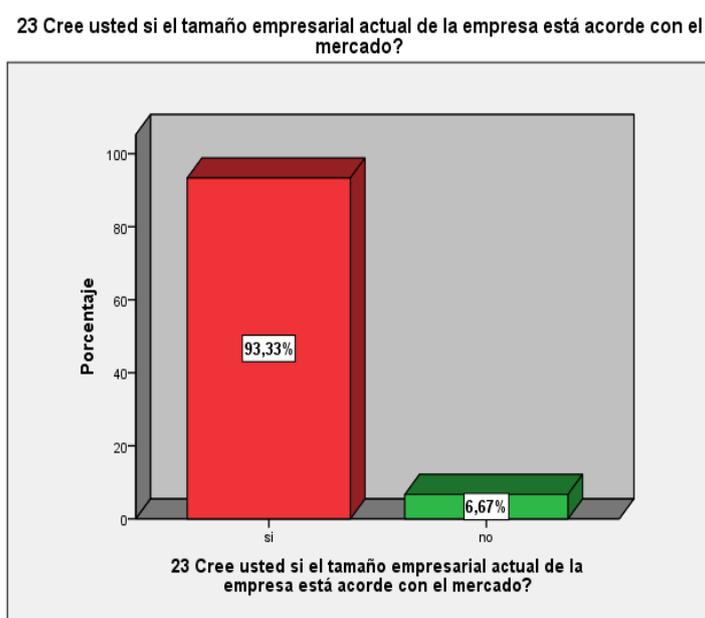


Figura N° 23

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Cree usted si el tamaño empresarial actual de la empresa está acorde con el mercado?

Interpretación: El 93,33% de los colaboradores encuestados creen que el tamaño empresarial de la empresa SI está acorde con el mercado, un 6.67% cree que el tamaño empresarial de la empresa NO está acorde con el mercado.

Tabla 24.

Número y porcentaje de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según opinión:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	26	86,7	86,7	86,7
	no	4	13,3	13,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia (2018)

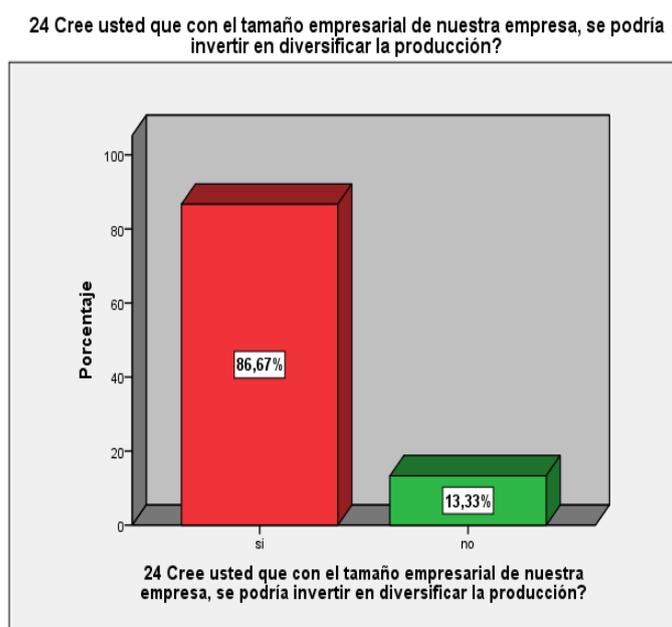


Figura N° 24

Número y porcentaje de colaboradores encuestados de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, según su opinión a la pregunta ¿Cree usted que con el tamaño empresarial de nuestra empresa, se podría invertir en diversificar la producción?

Interpretación: El 86,67% de los colaboradores encuestados creen que con el tamaño empresarial de nuestra empresa; SI se podría invertir en diversificar la producción, un 13,33% creen que con el tamaño empresarial de nuestra empresa; NO se podría invertir en diversificar la producción.

5.2.- Prueba de Hipótesis.-

Hipótesis específica 1:

Ho: La Gestión por resultados no influye en la participación en mercados internacionales dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

H1: La Gestión por resultados influye en la participación en mercados internacionales dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

Nivel de significación $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba: chi cuadrado

Tabla 25

Numero de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca Sac, por Gestión por Resultados en la empresa, según su participación en mercados internacionales

		X: PARTICIPACION EN MERCADOS INTERNACIONALES		Total
		si	no	
Y: GESTION POR RESULTADOS	si	29	1	30
		29	1	30
Total				

Fuente: Elaboración Propia

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	,026 ^a	1	,021
Razón de verosimilitud	,049	1	,693
Asociación lineal por lineal	,029	1	,853
N de casos válidos	30		

Fuente: Elaboración Propia

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03.

Decisión: como $\text{Sig} = 0.000 < \alpha = 0.05$ se rechaza H_0 .

Conclusión: con el 5% de significación las evidencias estadísticas nos conducen a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, es decir, que la Gestión por resultados influye en la participación en mercados internacionales dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

Hipótesis específica 2:

Ho: El Presupuesto no influye en la trayectoria productiva dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017

H1: El Presupuesto influye en la trayectoria productiva dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017

Nivel de significación $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba: chi cuadrado

Tabla 26

Numero de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, por Presupuesto en la empresa, según su Trayectoria Productiva

		X: TRAYECTORIA PRODUCTIVA		Total
		si	No	
Y: PRESUPUESTO	si	21	3	24
	no	5	1	6
Total		26	4	30

Fuente: Elaboración Propia

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	,052 ^a	1	,018
Razón de verosimilitud	,049	1	,493
Asociación lineal por lineal	,050	1	,792
N de casos válidos	30		

Fuente Elaboración Propia

a. 2 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,80

Decisión: como $\text{Sig} = 0.000 < \alpha = 0.05$ se rechaza H_0 .

Conclusión: con el 5% de significación las evidencias estadísticas nos conducen a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, es decir, que el Presupuesto influye en la trayectoria productiva dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017

Hipótesis específica 3

Ho: Las Finanzas no influye en la innovación dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017

H1: Las Finanzas influyen en la innovación dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017

Nivel de significación $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba: chi cuadrado

Tabla 27

Numero de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca

Sac, por las Finanzas en la empresa, según su Innovación

		X: INNOVACION		Total
		si	no	
Y: FINANZAS	si	28	1	29
	no	1	0	1
Total		29	1	30

Fuente: Elaboración Propia

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	,036 ^a	1	,033
Razón de verosimilitud	,069	1	,393
Asociación lineal por lineal	,034	1	,353
N de casos válidos	30		

Fuente: Elaboración Propia.

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,03

Decisión: como $\text{Sig} = 0.000 < \alpha = 0.05$ se rechaza H_0 .

Conclusión: con el 5% de significación las evidencias estadísticas nos conducen a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, es decir, que las Finanzas influye en la innovación dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017

Hipótesis específica 4

Ho: La planificación estratégica no influyen positivamente en el tamaño empresarial dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

H1: La planificación estratégica influye positivamente en el tamaño empresarial dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

Nivel de significación $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba: chi cuadrado

Tabla 28

Numero de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca Sac, por la Planificación estratégica en la empresa, según su tamaño empresarial

		X: TAMAÑO EMPRESARIAL		Total
		si	No	
Y:	si	28	0	28
	PLANIFICACION ESTRATEGICA	no	1	1
		29	1	30
Total				

Fuente: Elaboración Propia

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	14,483 ^a	1	,000
Razón de verosimilitud	5,996	1	,014
Asociación lineal por lineal	14,000	1	,000
N de casos válidos	30		

Fuente: Elaboración Propia.

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07

Decisión: como $\text{Sig} = 0.000 < \alpha = 0.05$ se rechaza H_0 .

Conclusión: con el 5% de significación las evidencias estadísticas nos conducen a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, es decir, que la planificación estratégica influye positivamente en el tamaño empresarial dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

Hipótesis general

H1: La aplicación de un Planeamiento Estratégico influye negativamente en la diversificación de la producción y la rentabilidad en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

H0: La aplicación de un Planeamiento Estratégico influye positivamente en la diversificación de la producción y la rentabilidad en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

Nivel de significación $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba: chi cuadrado

Tabla 29

Numero de colaboradores de la empresa Agroindustria Casablanca SAC, por Planeamiento estratégico en la empresa, para diversificar la producción.

		X: DIVERSIFICAR LA PRODUCCION		Total
		si	no	
Y:	si	25	0	25
	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	no	4	1
		29	1	30
Total				

Fuente: Elaboración Propia

PRUEBA CHI – CUADRADO

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,172 ^a	1	,023
Razón de verosimilitud	3,765	1	,052
Asociación lineal por lineal	5,000	1	,025
N de casos válidos	30		

Fuente: Elaboración Propia

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17

Decisión: como $\text{Sig} = 0.000 < \alpha = 0.05$ se rechaza H_0 .

Conclusión: con el 5% de significación las evidencias estadísticas nos conducen a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, es decir, que la aplicación de un Planeamiento estratégico influye positivamente en diversificar la producción en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chíncha – 2017

5.3.- Discusión de Resultados-

A partir de los Hallazgos encontrados **ACEPTAMOS NUESTRA HIPOTESIS ALTERNATIVA GENERAL** que nos dice que La aplicación de un Planeamiento estratégico influye positivamente en diversificar la producción en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Michael Porter, (2013), también con el tesista **Castro Vergara, René Isaías (2014)** que en su tesis Demanda de empleo derivada de procesos de innovación tecnológica y diversificación productiva, con el aporte de la tesis de **Montalvo Huertas, Holandy Margot (2016)** Estudio de mercado para la diversificación de la oferta exportable de cacao orgánico tostado en la Cooperativa Agraria Cafetalera Bagua Grande LTDA al mercado de Estados Unidos quienes señalan que el planeamiento estratégico a través de los años está tomando mayor importancia y que es necesario para cualquier empresa que quiera diversificar su producción para obtener mayor rentabilidad ya que su única finalidad sea la subsistencia y remuneración de la empresa.

“TODO ELLO ES ACORDE CON LOS ESTUDIOS REALIZADOS EN NUESTRA INVESTIGACION”.

Conclusiones

Primera: La presente investigación demuestra que existe relación significativa entre el Planeamiento estratégico y la dimensión de Participación en los Mercados Internacionales para diversificar la producción en la empresa agroindustria Casablanca S.A.C en la provincia de Chincha 2017; ya que se presentó una alta asociación entre las variables.

Segunda: Se demuestra que existe relación significativa entre el Planeamiento Estratégico y la dimensión de Trayectoria Productiva para diversificar la producción en la empresa agroindustria Casablanca S.A.C en la provincia de Chincha 2017; ya que se presentó una alta asociación entre las variables.

Tercera: Se demuestra que existe relación significativa entre el Planeamiento estratégico y la dimensión de Innovación para diversificar la producción en la empresa agroindustria CasaBlanca S.A.C en la provincia de Chincha 2017; ya que se presentó una alta asociación entre las variables.

Cuarta: Se demuestra que existe relación significativa entre el Planeamiento estratégico y diversificación de la producción en la empresa agroindustria Casablanca S.A.C en la provincia de Chincha 2017; ya que se presentó una alta asociación entre las variables.

Recomendaciones

Primera: Se recomienda mejorar el nivel de la gestión por resultados ya que es muy importante dentro de la empresa Agroindustria Casablanca Sac, es por ello que se debe de diversificar la producción bajo estándares de calidad, de esta manera se mejorara sustancialmente la rentabilidad de la empresa.

Segunda: Se debe de tener cuidado en relación al presupuesto que se destine cada año dentro de la empresa, ya que si la empresa Agroindustria Casablanca Sac apunta a ser líder en su sector, deberá de introducir el sistema de diversificar la producción de sus productos como un pilar importante para mejorar sus índices de exportación y ventas totales.

Tercera: El tema financiero de la empresa siempre debe de tener el cuidado y respaldo necesario ya que si la empresa Agroindustria Casablanca Sac quiere mejorar su capacidad productiva y así ser líder en su sector, es necesario cuidar y manejar de la mejor forma su sistema financiero.

Cuarto: Se recomienda que todo proceso de planificación estratégica que se realice en la empresa Agroindustria Casablanca SAC; se debe de hacer de manera conjunta con todos los trabajadores, con todos los controles de mandos, para que todo lo planificado se vuelque en la realidad y así todos estar involucrados en la mejora continua de la organización.

Bibliografía

(2004)., M. L. (2004). *Articulos Nutricionales de los Arandanos, El porque de su consumo*. Chile.

(2013)., S. I. (2013). Fundamentos Teoricos y empiricos de la relacion entre Diversificacion y resultados empresariales. *Revista de Economia Aplicada*, 139-165.

Aguayo, M. C. (14 de 06 de 2007). *¿En que consiste el Posicionamiento?* Obtenido de *¿En que consiste el Posicionamiento?*: <http://manolo-marketing.blogspot.pe/2007/06/en-que-consiste-el-posicionamiento.html>

Alejandro, a. C. (2015). Diversificacion de la produccion y el cultivo de coca en los yungas del departamento de la paz. Obtenido de <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/5749/t-2041.pdf?sequence=1>

Alfaro, r., leyton, s., meza, a., & sáenz, i. (2012). *Tesis, "satisfaccion laboral y su relacion con algunas variables ocupacionales en tres municipalilades "*. Lima.

Arrubla, j. (junio de 1969). *Posicionamiento*. Obtenido de posicionamiento: <https://marketingjuanarrubla.wordpress.com/2013/10/29/posicionamiento/>

Ballington. (2005). *Blueberry varieties around the world*. Santiago, chile.

Barrio.o. (2004). *Construccion de un ivernadero de arandanos*. Santiago, chile.

Breton, s. V. (s.f.). *Marketing para todos*. Obtenido de marketing para todos: <http://estrategias-marketing-online.com/marketing-viral-y-la-publicidad-viral-de-tu-empresa/>

Bueno, m. J. (2008). *El proceso inovador y tecnologico estrategias y apoyo publico* (primera ed.). La coruña, españa: netbiblo,s.l.

Burelli, c. B. (2014). *Factores que inciden en la decisiones de la diversificación productiva*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2084/1/baldino.2014.pdf>

Caceres nuñez, c. R., cardo velit, e., & gomez jimenez, m. I. (2016). *Planeamiento estrategico para la empresa agricola rio grande sac*. Tesis. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/7530/caceres_cardo_planeamiento_rio_grande.pdf?sequence=1&isallowed=y

Calera, I. (2015). *La calera*. Obtenido de <http://www.lacalera.com.pe/index.php/es/que-hacemos-la-calera-agricola>

Camacho miranda, n., nicelida, c. E., reyes mendieta, j. C., & diaz mayorga, r. M. (2016). *Planeamiento estrategico para la agroindustria*. Tesis. Obtenido de file:///c:/users/dayan/downloads/camacho_cordova_planeamiento_agroindustria.pdf

Ceplan. (abril de 2014). *Ceplan*. Obtenido de http://sgp.pcm.gob.pe/web/images/documentos/taller-avances-modernizacion/mesa1/2_ceplan-_anderson.pdf

Chiavenato, i. (2004). *Administración*. Sao paulo: limusa.

Chiavenato, i. (2011). *Teoría general de la administración* (octava ed.). (j. M. Chacon, ed.) Santa fe, mexico: mc graw hill.

Chiavenato, i. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración* (octava ed.). (j. M. Chacon, ed.) Santa fe, mexico df, mexico: mc graw hill education.

Chiavenato, i. (2016). *Introducción a la teoría general de la administración* (octava ed.). (j. M. Chacon, ed.) Santa fe, mexico df, mexico: mc graw hill education.

Cintha, r. V. (2010). *Territorio creativo*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/salovaldez3/marketing-viral-tesis>

Cintha, r. V. (2010). *Territorio creativo*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/salovaldez3/marketing-viral-tesis>

Correa.L. (2010). *Factibilidad Técnica Económica de la Producción y Comercialización de Peonías*.

Cortez almeida, i. r. (2012). *plan de negocios para diversificar y comercializar frutas importadas desde colombia, hacia los supermercados mega santamaria del ecuador*. Tesis, quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1127/1/T-UCE-0003-60.pdf>

Cruz, J. M. (2008). *La Fruticultura de Exportacion: Una alternativa de Desarrollo Empresarial Memoria de Magister ne Inenieria Industrial*. Santiago, Chile.

Dankhe. (1986).
Http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/texson_a_gg/capitulo4.pdf.
 Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/texson_a_gg/capitulo4.pdf.

David, f. R. (2003). *Administracion estrategica* (novena ed.). (e. Q. Duarte, ed.) Juarez, mexico: pearson.

David.f. (2013). *Conceptos de administracion estrategica*. Mexico.

De lama castillo, m. A. (2009). *Plan estrategico para mejorar la gestion en la municipalidad distrital de san jacnto*. Tesis. Obtenido de <https://es.slideshare.net/mdelama/tesis-final-marco-de-lama>

Del castillo, e. (2011). *Guia practica para la gestion de proyectos de responsabilidad social*. Peru.

Descartes, r. (2007). *Teoria de la administracion: un campo fragmentado y multifacetico*. Argentina.

Drucker, p. (2003). *Administracion estrategica* (novena ed.). (e. Q. Duarte, ed.) Juarez, mexico: pearson.

Dwyer, F. Y. (2006). *Marketing Industrial, Conexion entre la Estrategia, las Relaciones y el Aprendizaje*. Mexico: mcgraw - Hill Interamericana.

E., F. (s.f.). *Capacb*. Obtenido de www.capacb.org.ar/prensa.

Empresariales, p. (2011). *Carlos agusto rincon soto* (primera ed.). Bogota, colombia: ecoe ediciones.

Estallo, m. D. (2010). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. España: esic editorial. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=jprwg77m2jec&pg=pa73&dq=diversificacion+.+producto&hl=qu&sa=x&ved=0ahukewjrnzh6tjhdahvnofkkhfidcmiq6aeiizaa#v=onepage&q=diversificacion%20.%20producto&f=false>

Gorostegui, e. P. (2017). *Curso de economia de la empresa*. Madrid, españa: universitaria ramon areces. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=smi3dwaaqbaj&pg=pa34&dq=que+es+la+diversificacion&hl=qu&sa=x&ved=0ahukewikq7xrzjhdahwsuvkkhtqvc2qq6aeiizaa#v=onepage&q&f=false>

Grant, r. M. (2008). *Direccion estrategica, conceptos, tecnicas y aplicaciones*. Madrid-españa.

Hawthorne, & mayo, e. (2007). *Teoria de la administracion: un campo fragmentado y multifacetico*. Argentina: universidad nacional de misiones. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935466001>

<https://marketrends.wordpress.com/tag/marketing-viral/>. (s.f.). Obtenido de <https://marketrends.wordpress.com/tag/marketing-viral/>.

<https://marketrends.wordpress.com/tag/marketing-viral/>. (s.f.). Obtenido de <https://marketrends.wordpress.com/tag/marketing-viral/>.

I., s. (2014). Estrategia de diversificación y resultados de la empresa española. *Revista de economia aplicada*, 103-128.

Incispp. (15 de setiembre de 2017). *Incispp*. Obtenido de <http://incispp.edu.pe/blog/fases-del-planeamiento-estrategico/>

Inovación", c. E. (s.f.). *Plan estrategico e implantacion del cuadro del mando integral*. Obtenido de ceii ciudad real " planeamiento estratégico e implantación del cuadro de mando integral - 2009 centro europeo de empresas e innovación de ciudad real, página 12

Institucional, d. D. (s.f.). *Dirección de análisis y desarrollo institucional*. Obtenido de http://planestrategico.ufro.cl/index.php/component/docman/doc_download/11-

J., f. (2010). *Diversificación e [intangibles tecnológicos a partir del enfoque basado en recursos*. España.

J., v. (2006). *Análisis dinámico de la estrategia empresarial en el Perú*. Perú.

Kotler, p. Y. (2012). *Dirección de marketing*. México.

Kotler, p. Y. (2012). *Dirección de marketing*. México.

Labarga, j. M. (s.f.). *Crear y sobrevivir*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A. Obtenido de: [https://books.google.com.pe/books?id=hqy6oe86j6gc&pg=pa38&dq=tama%
c3%b1o+empresarial&hl=qu&sa=x&ved=0ahukewifizor2jhdahuor1kkhwegd1sq6aeiljac#v=
onepage&q=tama%
c3%b1o%20empresarial&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=hqy6oe86j6gc&pg=pa38&dq=tama%c3%b1o+empresarial&hl=qu&sa=x&ved=0ahukewifizor2jhdahuor1kkhwegd1sq6aeiljac#v=onepage&q=tama%c3%b1o%20empresarial&f=false)

Loredo Fernández, e. (1999). *Diversificación relacionada y transferencia de recurso*. Burgos.

Marciniak, r. (22 de agosto de 2013). *Gestión empresarial*. Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/08/22/10-ventajas-de-realizar-un-plan-estrategico/>

Marciniak, r. (22 de agosto de 2013). *Gestión empresarial*. Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/08/22/10-ventajas-de-realizar-un-plan-estrategico/>

Monografías. (30 de junio de 2011). *Monografías*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos87/que-es-presupuesto/que-es-presupuesto.shtml>

P, b. (2005). *Fisiología, nutrición y poda del arandano*. Santiago, Chile.

Porter, m. (2013). *Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Grupo Editorial Patria.

Raport, J. F. (1996). *Marketing Viral. Fast Company The Virus of Marketing*.

Robbins. (2003). *Administración de Recursos Humanos*. Marcella: San Marcos.

Romero, a. F. (2004). *Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones*. Madrid: ediciones diaz de santos, s.a.

Romero, a. F. (2004). *Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones*. Madrid, España: diaz de santos s.a.

Roushkov, d. (1994). Marketing viral. En d. Roushkov, *media virus*.

Salter, m. S., & weinhold, w. A. (1979). *Diversificación a través de la adquisición*. (p. Libre, ed.) Ilustrado. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=jprwg77m2jec&pg=pa73&dq=diversificacion.+producto&hl=qu&sa=x&ved=0ahukewjrnzh6tjhdahvnofkkhfidcmiq6aeiizaa#v=onepage&q=diversificacion%20.%20producto&f=false>

Stanton. (1999). *Fundamentos de marketing*. Obtenido de fundamentos de marketing:

<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Stanton. (1999). *Fundamentos del marketing*. Obtenido de fundamentos del marketing:

<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Suárez i., v. D. (2011). Decisiones de diversificación y reestructuración. En *cuadernos de economía* (págs. 67-89). España.

Tobar arias, k. E. (2007). *Elaboración de un plan estratégico para la empresa rhemania s.a ubicada en la ciudad de quito*. Tesis. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/586/1/cd-0979.pdf>

Trigoso, a. S. (agosto de 2014). *Aempresarial - actualidad gubernamental n° 70*. Obtenido de http://aempresarial.com/web/revitem/49_16653_43818.pdf

Vidal, i. (2005). *Fertirriegos en berries*. Chile.

Webster. (1996). *Procedimiento para determinar el posicionamiento en el mercado*.

Zamora, e. (marzo de 2011). *Conceptos, alcances, naturaleza y de las finanzas*.
Obtenido de http://asset.soup.io/asset/1764/4819_ca22.pdf

Zevallos esparza, f. R., ramirez silva, h. G., & alberti castillo, k. E. (2016).
Planeamiento estrategico del sector agropecuario de la region ucayali. Tesis.
Obtenido de file:///c:/users/dayan/downloads/zevallos_palacios_planeamiento_ucayali.pdf

Zvi bodie, r. C. (2003). *Finanzas*. Pearson educacion.

Anexos

Anexo 1

Cronograma de Actividades

N°	ACTIVIDAD	Mes 1					Mes 2					Mes 3					Mes 4				
		Semana					Semana					Semana					Semana				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Designación del tema	X	X	X																	
2	Formulación de la versión final del plan. Ajustes			X	X	X															
3	Remisión de la versión final del plan a la coordinación						X														
4	Trabajo de campo. Recolección de información estadística						X	X	X	X											
5	Procesamiento, análisis e interpretación de resultados										X	X	X	X	X	X					

Anexo 2

Presupuesto de actividades

Universidad	: Universidad Inca Garcilaso de la Vega
Facultad	: Ciencias Administrativas y Ciencias Económicas
Título del Proyecto	: Efectos de un planeamiento estratégico para diversificar la producción en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C en la Provincia de Chincha 2017
Duración del proyecto:	Tres meses
Fecha de inicio	: (Setiembre 2017)
Informe parcial	:(Octubre 2017)
Fecha de término	: (Enero 2018)
Informe final y doc. Acad.	:(Diciembre 2017)

Moneda	Externo	propios	(DAI)	(TOTAL)	parciales
--------	---------	---------	-------	---------	-----------

INGRESOS					3,250.00
Propios		3,250.00	0.00	3,250.00	
Externos					

EGRESOS					3,250.00
Honorarios					1,260.00
meses	valor unitario				
1 Investigador principal	3	0.00	0.00	0.00	
0.00		1,260.00		1,260.00	
1 asesor					
3	400.00				
Servicios					0.00
Equipos					420.00
1 Equipo PC		0.00	180.00	180.00	
180.00		0.00	240.00	240.00	
2 Equipar impresora					

120.00					
Materiales					560.00
1 Materiales de impresión		0.00	120.00	120.00	
120.00		0.00	440.00	440.00	
2 Materiales de tinta impresora					
220.00					
Movilidad					130.00
1 Movilidad local/ Provincial		0.00	130.00	130.00	
130.00					
Utiles de oficina					230.00
1 Utiles varios		0.00	230.00	230.00	
230.00					
Insumos informáticos					80.00
1 CD		0.00	80.00	80.00	
80.00					
Fotocopias y otros impresos					150.00
1 fotocopias		0.00	150.00	150.00	
150.00					
Alojamiento y viáticos					100.00
10 almuerzos x diez días		0.00	100.00	100.00	
10.00					
Otros gastos					120.00
1 assit, etc.		0.00	120.00	120.00	
120.00					

Imprevistos					200.00
1 embrima x del aporte facultad 200.00			200.00	200.00	
TOTALES		0.00		3,250.00	3,250.00
SUPERAVIT/ DEFICIT					00.00

Anexo 3

Encuesta sobre Planeamiento Estratégico

Estimado trabajador: el cuestionario que se le proporciona es con fines de investigación, de maneras anónima, solicitamos llenarlo según el siguiente recuadro:

SI	NO	A VECES
1	2	3

Ítems	Gestión por Resultados	Escala		
		1	2	3
1	¿Para Ud. es importante la gestión por resultados que realiza actualmente la empresa?			
2	¿Actualmente es eficiente la gestión por resultando que se está logrando en la empresa?			
3	¿Cree usted que los métodos que se utilizan para medir la gestión por resultados son adecuados?			
Presupuesto				
4	¿Para usted se planifica adecuadamente el presupuesto destinado cada año en la empresa?			
5	¿Según su opinión el presupuesto destinado en los últimos años han cumplido los objetivos de la empresa?			
6	¿Según su opinión es importante presupuestar antes de invertir en la diversificación de la producción en la empresa?			
Finanzas				

7	¿Considera usted que actualmente se maneja de la mejor forma el tema financiero de la empresa?			
8	¿Cree usted que la empresa utiliza herramientas adecuadas para el análisis y planeación de actividades financieras?			
9	¿Sabe usted si la empresa utiliza información financiera para tomar decisiones y para el control gerencial?			
	Planificación estratégica			
10	Cree usted que la participación de nuestro personal en los procesos de planificación estratégica es la adecuada?			
11	Sabe usted si se realizan charlas u capacitaciones sobre las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa?			
12	Cree usted que la empresa realiza una planificación estratégica de manera eficiente?			

Encuesta sobre Diversificar la Producción

Estimado trabajador: el cuestionario que se le proporciona es con fines de investigación, de maneras anónima, solicitamos llenarlo según el siguiente recuadro:

Si	NO	A VECES
1	2	3

Ítems	Participación en los Mercados Internacionales	Escala		
		1	2	3
1	¿Cree usted que la participación en los mercados internacionales está acorde con la producción?			
2	¿Para usted la participación en los mercados internacionales genera rentabilidad a la empresa?			
3	¿Cree usted que la empresa puede mejorar su participación en los mercados internacionales?			
Trayectoria Productiva				
4	¿Para usted la trayectoria productiva de la empresa es favorable?			
5	¿Conoce usted si la diversificación de la producción mejora la trayectoria Productiva de la empresa?			
6	¿Cree usted que las trayectorias productivas acumuladas por la empresa generan ventaja competitiva hacia sus competidores?			
Innovación				

7	¿Cree usted que la innovación mejora la rentabilidad en la Empresa?			
8	¿Para usted las ventajas competitivas mejoran la innovación de la empresa?			
9	¿Para usted la generación de valor en los procesos mejora la innovación en la empresa?			
Tamaño Empresarial				
10	¿Para usted la empresa tiene un tamaño empresarial adecuado para diversificar la producción?			
11	¿Cree usted si el tamaño empresarial actual de la empresa está acorde con el mercado?			
12	¿Cree usted que con el tamaño empresarial de nuestra empresa, se podría invertir en diversificar la producción?			

Anexo 4

1.- Matriz de Consistencia

Título: “Efectos de un Planeamiento Estratégico para diversificar la Producción en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C en la Provincia de Chincha 2017”

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y Sub Variables	Indicadores
<p>Problema Generall</p> <p>¿Cuál es la relación entre el planeamiento estratégico y el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chincha 2017?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el diversificar la producción la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chincha 2017?</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>La aplicación de un Planeamiento estratégico influye positivamente en diversificar la producción en la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chincha – 2017</p>	<p>Identificación de Variables.</p> <p>V. Independiente:</p> <p>X=Planeamiento Estrategico</p>	<p>V. Independiente:</p> <p>1.- Gestión por resultados 2.- Presupuesto 3.- Finanzas 4.-Planificación estratégica</p>
<p>Problemas Específicos:</p> <p>¿En qué nivel se relaciona la gestión por resultados con el diversificar la producción en</p>	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>Establecer la relación entre la gestión por resultados</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>La Gestión por resultados influyen en la participación en mercados</p>	<p>V. Dependiente:</p>	<p>V. Dependiente:</p> <p>1.-Participación en mercados internacionales</p>

<p>la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chinchá 2017? ¿En qué nivel se relaciona el presupuesto con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chinchá 2017? ¿En qué nivel se relaciona las finanzas con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chinchá 2017? ¿En qué medida se relaciona la planificación estratégica con el diversificar la producción en la empresa</p>	<p>con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chinchá 2017? Establecer la relación entre el presupuesto con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chinchá 2017? Establecer la relación entre las finanzas con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chinchá 2017?</p>	<p>internacionales dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chinchá – 2017 El Presupuesto influyen en la trayectoria productiva dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chinchá – 2017 Las Finanzas influyen en la innovación dentro de la Empresa Agroindustria Casablanca S.A.C. – Chinchá – 2017 La planificación estratégica influyen positivamente en el tamaño empresarial dentro de la la Empresa Agroindustria Casablanca</p>	<p>Y= Diversificar la producción</p>	<p>2.-Trayectoria productiva 3.- Innovación 4.-Tamaño empresarial</p>
---	--	--	---	--

<p>Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chincha 2017?</p>	<p>Establecer la relación entre la planificación estratégica con el diversificar la producción en la empresa Agroindustria Casablanca Sac en la provincia de Chincha 2017?</p>	<p>S.A.C. – Chincha – 2017</p>		
--	--	--------------------------------	--	--

Fuente: Elaboracion Propia

Anexo 5

TABULACIÓN

VARIABLE INDEPENDIENTE: PLANIFICACION ESTRATEGICA													VARIABLE DEPENDIENTE: DIVERSIFICAR LA PRODUCCION												
ITEM	Gestion por resultados			Presupuesto			Finanzas			Planificación estratégica			Acción en los Mercados Internacionales			Trayectoria Productiva			Innovación			Tamaño Empresarial			ALTERNATIVAS
	por resultados	por resultados	para metas	de presupuesto	de los últimos	de inversión	de la mejora	de la inversión	de la inversión	de las oportunidades	de la planificación	de internacionalización	de internacionalización	de internacionalización	de producción	de producción	de producción	de innovación	de innovación	de innovación	de salarial	de salarial	de salarial	de las que	
ENCUESTADO	01	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	02	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	03	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
ENCUESTADO	04	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	05	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	06	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	
ENCUESTADO	07	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	
ENCUESTADO	08	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	09	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	10	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	
ENCUESTADO	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	12	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	
ENCUESTADO	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	14	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	
ENCUESTADO	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	18	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
ENCUESTADO	19	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	20	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	21	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	23	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	
ENCUESTADO	24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	26	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
ENCUESTADO	27	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
ENCUESTADO	28	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
ENCUESTADO	29	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	
ENCUESTADO	30	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	

Fuente: Elaboración Propia