

"AÑO DE LA INTEGRACIÓN NACIONAL Y EL RECONOCIMIENTO DE NUESTRA DIVERSIDAD"

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA

(CREADA POR LEY N° 25265)



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**"EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN
LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS
DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO -
DISTRITO DE CASTROVIRREYNA"**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

FINANZAS Y GESTIÓN DE MYPES

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTADO POR:

Bach. Adm. QUISPE ESCOBAR, Wilton Demetrio

Bach. Adm. QUISPE FERNANDEZ, Franklin Einer

HUANCAVELICA - PERÚ

2012



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS

En la Ciudad Universitaria de Paturpampa; Aula Magna de la Facultad de Ciencias Empresariales, a los 29 días del mes de Setiembre del año 2011, a horas Once, se reunieron; el Jurado Calificador, conformado de la siguiente manera:

Presidente: Wilfredo Fernando Yupanqui Villanueva
 Secretario: Yohany Huarcay Quispe
 Vocal: Lino Andres Quiroz / Valladolid

Designados con resolución N° 136-2011-FCE-LNH; de la Tesis
 Titulado: "El Planamiento Empresarial y su incidencia en la Gestión de las MYPES Familiares Productoras de Lácteos en la Comunidad Campesina de Santo Distrito de Castrovirreyra."

Cuyo autor es el (los) graduado (s):

BACHILLER (S): Wilton Demetrio Quispe Escobar
Franklin Eiver Quispe Fernandez

A fin de proceder con la evaluación y calificación de la sustentación de la Tesis, antes citado.

Finalizado la evaluación; se invitó al público presente y al sustentante abandonar el recinto; y, luego de una amplia deliberación por parte del jurado, se llegó al siguiente resultado:

APROBADO POR Unanimidad

DESAPROBADO

En conformidad a lo actuado firmamos al pie.

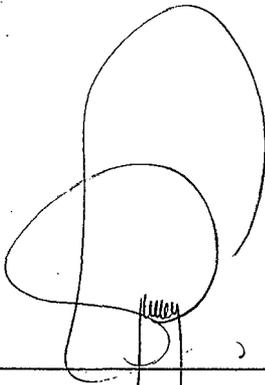
Presidente

Secretario

Vocal



DR. WILFREDO FERNANDO YUPANQUI VILLANUEVA
(PRESIDENTE)



LIC. ADM. YOHNNY HUARAC QUISPE
(SECRETARIO)



LIC. ADM. LINO ANDRES QUIÑONEZ VALLADOLID
(VOCAL)

PÁGINA DE ASESOR

Mg. Edgar Augusto, SALINAS LOARTE

A nuestros Padres:

Por inculcarnos el amor, la solidaridad, el deseo de superación y su abnegación por forjar en nosotros hombres de bien, por todo ello nuestra gratitud.

131

AGRADECIMIENTO

A nuestra Alma Máter la Universidad Nacional de Huancavelica, así como a los docentes de la Escuela Académica Profesional de Administración, por sus sabias enseñanzas, quienes con su abnegado sacrificio formaron valores y conocimientos en bien de nuestra formación profesional.

Asimismo, a las personas que contribuyeron con sus experiencias y consejos en el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

A la familia universitaria de la Facultad de Ciencias Empresariales por habernos brindado su apoyo moral y material en forma incondicional.

Los Autores.

ÍNDICE

	Pág.
PORTADA	
CONTRAPORTADA	
PÁGINA DE JURADOS	
PÁGINA DE ASESOR	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA A NIVEL GENERAL.....	16
1.2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA A NIVEL ESPECÍFICO.....	16
1.3. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	17
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	17
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	18
1.5. ALCANCE Y LIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	20
2.2. BASES TEÓRICAS.....	25
2.2.1. EVOLUCIÓN DEL PLANEAMIENTO.....	25
2.2.2. EL PROCESO ADMINISTRATIVO.....	27
2.2.2.1. Planeamiento.....	27
2.2.2.2. La Planificación.....	27
2.2.2.3. Planeamiento de Ventas.....	27
2.2.2.4. Planeamiento de Producción.....	28
2.2.2.5. Costos Fijos.....	28
2.2.2.6. Costos Variables.....	28

- 2.2.2.7. Costos Medios o Marginales.....29
- 2.2.2.8. Gastos de Operación.....29
- 2.2.2.9. Gastos Financieros.....29
- 2.2.3. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO29
- 2.2.4. PLANIFICACIÓN PARA PLANEAR31
 - 2.2.4.1. La Comunicación32
 - 2.2.4.2. La Habilidad.....37
 - 2.2.4.3. La Creatividad.....44
 - 2.2.4.4. Eficacia47
 - 2.2.4.5. Eficiencia.....49
- 2.2.5. MYPES.....54
 - 2.2.5.1. Características de las Mypes en el Perú55
 - 2.2.5.2. Retos de las Mypes.....57
 - 2.2.5.3. Industrias Lácteas: Pymes60
 - 2.2.5.4. Calidad de la Leche y de los Productos Lácteos63
 - 2.2.5.5. Calidad en la Industria de los Alimentos.....65
- 2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS68
- 2.4. HIPÓTESIS.....72
 - 2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL72
 - 2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS72
- 2.5. VARIABLES E INDICADORES72
 - 2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE72
 - 2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE.....72
- 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES73

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

- 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....75
- 3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....76
- 3.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....76
- 3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....77
- 3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN77
- 3.6. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO.....78
- 3.7. PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....79
- 3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....79
- 3.9. ÁMBITO DE ESTUDIO.....79

CAPÍTULO IV: RESULTADOS OBTENIDOS.

4.1. RESULTADOS DEL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS.....	80
4.2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	94
4.3. PRUEBA DE LA SIGNIFICANCIA DE LA HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	108

CONCLUSIONES**RECOMENDACIONES****REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS****ANEXOS**

RESUMEN

El presente trabajo titulado "EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO - DISTRITO DE CASTROVIRREYNA" está realizado con el objetivo de abordar exhaustivamente los conceptos fundamentales de la planificación desde un punto de vista teórico, en todo su esplendor, hasta las nuevas tendencias de la época contemporánea, evidenciando así la importancia en la gestión de las Mypes productoras de lácteos en Sinto-Castrovirreyna.

En la actualidad se precisa que las organizaciones diseñen estructuras más flexibles al cambio y que como consecuencia de ello se produzca el aprendizaje continuo y una mayor adaptabilidad de sí mismo con amplia visión hacia el futuro. Por ende, se hace imprescindible introducir nuevos métodos de dirección, como por ejemplo el Planeamiento, la cual está en función de conseguir una ventaja competitiva, pues no constituye un juego puramente intelectual, sino que brinda los elementos precisos para ponerla en práctica y en la que necesariamente tiene que involucrarse los gestores de las Mypes y donde la Planeación Estratégica resulta ser el apoyo determinante para esta gestión, ya que proporciona una guía para orientarse en el desempeño administrativo, a través de la cual, se observan las posibles alternativas de los cursos de acción en el futuro y es la base para la toma de decisiones del presente.

La esencia de la investigación refleja la imperiosa necesidad de estructurar y diseñar un adecuado planeamiento y planes estratégicos, que puedan permitir identificar de manera sistemática las oportunidades y los peligros que surgen para éstas productoras familiares, los cuales combinados con la buena información que tienen, proporcionan la base para que éstas Mypes tomen mejores decisiones, aprovechando las oportunidades y evitando los peligros.

INTRODUCCIÓN

Desde los albores mismos del desarrollo de la humanidad el hombre reveló su condición de ser social y la necesidad de crecer y desarrollarse en el marco propicio de la colectividad donde reflejó su capacidad para transformar el medio en la interacción del grupo.

Los nuevos esquemas gerenciales son reflejo de la forma de cómo las organizaciones piensan y operan, exigiendo entre otros aspectos: un trabajador con el conocimiento para desarrollar y alcanzar los objetivos del negocio; un proceso flexible ante los cambios introducidos por la organización; una estructura plana, ágil, reducida a la mínima expresión que crea un ambiente de trabajo que satisfaga a quienes participen en la ejecución de los objetivos organizacionales; un sistema de recompensa basado en la efectividad del proceso donde se comparte el éxito y el riesgo; y un equipo de trabajo participativo en las acciones de la organización.

Estas exigencias empresariales vienen a ser resueltas dentro del marco de las nuevas tendencias administrativas, como lo son la Gestión del Conocimiento, Procesos, Objetivos, Competencia y así mismo el Planeamiento Empresarial, al cual está destinada una significativa parte de esta investigación.

Actualmente se considera en el Perú a la familia, como la unidad básica de la organización social, por lo que a partir de ella se estructuran organizaciones más complejas, muchas de estas conforman las empresas familiares, siendo hoy en día más del 80% de las empresas, por lo cual juegan un rol dominante en la economía peruana. Por ejemplo, las empresas familiares representan cerca del 98.35% del total con 648,147 compañías, las cuales generan empleo para cinco millones de personas (el 86% del empleo privado) y generan el 42.1% del PBI peruano.

Es común señalar la importancia de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en la economía peruana, pero esa clasificación genérica encierra una gran diversidad que se hace necesario comprender para beneficio de

todos los que “hacen” empresa en el Perú. A lo largo de las dos últimas décadas, el país ha sido testigo de un crecimiento acelerado del número de micro y pequeñas empresas conducidas por un nuevo tipo de “empresario emergente”.

La mayor parte de las organizaciones empresariales en la región de Huancavelica son, sin duda alguna, empresas familiares. Este tipo de empresas tienen un peso muy importante en nuestra economía. Una Mypes familiar comienza como una aventura, no como un negocio. Existe una visión compartida, motivación más allá de lo económico y, sobre todo, un grupo humano sólido y dispuesto a cualquier sacrificio con tal de realizar su sueño; requiriendo para esto la superación de ciertas dificultades en cuanto a su gestión, con una visión más empresarial que permita a las Mypes familiares crecer a un buen ritmo durante sus etapas iniciales de desarrollo y mantenerse, pues su compromiso y flexibilidad son su ventaja competitiva frente a empresas no familiares.

Los temas de este trabajo están destinados a proporcionar una información de interés; por ello, lo hemos dividido en cuatro capítulos.

En el Capítulo I, Planteamiento del Problema, nuestro análisis nos ha permitido diagnosticar el tipo de planificación que se viene dando en las Mypes productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto, y de qué manera inciden en la gestión propiamente de una manera más eficiente y efectiva de sus procesos productivos.

En el Capítulo II, Marco Teórico Conceptual, entendiéndose como la parte sustantiva del estudio, presentamos la fundamentación teórico – científica, intentando encontrar principios, leyes y teorías, su análisis comparativo y el registro de información de nuestro ámbito de estudio, respecto a la gestión de las Mypes familiares productoras de lácteos; así mismo conocer los beneficios que puede generar posteriormente a cada una de estas micro empresas de nuestra región.

En el Capítulo III, Metodología y Técnicas de Investigación, nos referimos a los métodos y técnicas empleadas a efectos de diagnosticar y proponer un modelo de gestión propio y adecuado a sus realidades; confrontado

124

previamente a un análisis de la población y muestra de estudio, las técnicas para la recolección y el procesamiento de datos,.

Y, en el Capítulo IV, Resultados Obtenidos, analizamos en detalle el instrumento de investigación aplicado en nuestro ámbito de estudio, para proponer mejoras en el proceso de gestión de éstas micro empresas; para tal efecto, hacemos uso de los cuadros y gráficos estadísticos; con la finalidad de presentar los resultados obtenidos y la discusión teórica respectiva.

LOS AUTORES.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La pobreza sigue siendo uno de los mayores problemas a los que se enfrenta los países de América Latina y el Caribe. El crecimiento y la mayor estabilidad macroeconómica de la última década no han beneficiado a la gran mayoría de la población, tal y como lo muestran los índices de desigualdad, que apenas si han cambiado en los últimos 45 años. La transformación de las estructuras productivas de la región en un marco de progresiva equidad económica y social es la aspiración del BID, uno de cuyos objetivos es promover el desarrollo de la mayoría.

Para alcanzar éste objetivo las micro y pequeñas empresas son un sector prioritario. Aunque la inexistencia de una definición común para los países de América Latina dificulta hacer una estimación del peso de éstas empresas en la economía, es posible concluir que constituyen la inmensa mayoría de las compañías latinoamericanas, proveen entre el 20% y el 40% de los empleos en el sector formal y

entre el 30% y 80% de los empleos totales y producen, al menos, el 30% del Producto Bruto Interno¹.

Las Mypes representan un conjunto de 2.5 millones de micro y pequeños empresarios formales e informales que realizan actividades de desarrollo de la capacidad humana, dando oportunidades de empleo a los grandes sectores de la población para así combatir la pobreza.

El Ministerio de Economía y Finanzas constituyó el Programa Especial de Apoyo Financiero a la Microempresa y Pequeña Empresa del Banco de la Nación. Según la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú (APEMIPE), se espera que este programa financie a más de 100 mil microempresas y pequeñas empresas en el país.

En la actualidad en nuestro país, las formas de hacer comercio han cambiado mucho en estos últimos años con ayuda del Internet, una persona que esté conectado al Internet podrá comprar cualquier producto que se ofrezca en la red en cualquier parte del mundo. En este panorama, la pequeña empresa difícilmente tendrá alcance global actuando individualmente; aunque tenga un buen nicho del mercado local, no estará libre de que en cualquier momento sea atropellado por una empresa del exterior en su tradicional mercado.

Su principal característica son la débil penetración de las fuerzas de ventas de los proveedores, empresas sin acceso a financiamiento para satisfacer sus necesidades de equipos, repuestos y maquinarias, ineficiente búsqueda de menores precios en la gestión de compras, altos y redundantes inventarios en la gestión de abastecimiento, etc. La micro y pequeña empresa es la que más sufre los efectos de la globalización actuando en forma individual, básicamente atendiendo el mercado local/regional, con pocos recursos para inversiones y mejora de sus productos y procesos, siendo vulnerable a la incursión de grandes empresas en sus

¹ Banco Interamericano de Desarrollo (2006).

mercados. En los últimos tiempos, las Mypes han cobrado relevancia, en cuanto a la importancia de estas empresas como generadoras de empleo y como posibles motores de crecimiento económico, la literatura reciente destaca la importante contribución que la empresa pequeña puede hacer para fortalecer el desempeño general de una economía. Si bien es probable que existan algunos bienes y servicios cuya producción en pequeña escala tiene un mercado específico, es rentable y constituye una actividad sostenible.

Frente al problema de la baja asociación entre el crecimiento económico y el empleo, se requiere generar un crecimiento más homogéneo entre los diferentes sectores económicos y que tenga mayores articulaciones con el empleo. Para ello es necesario promover la articulación de los sectores productivos menos dinámicos, Mypes urbanas y pequeños productores agrarios con los sectores más dinámicos de la economía.

Según el INEI, las Mypes representan el 97,9% del total de empresas y han logrado absorber al 75,9% del empleo. Incluso, se destaca como principal sector el comercial seguido del manufacturero y de servicios. Hace unos días, la polémica se encendió debido a la decisión de la PCM de pasar este sector del Ministerio de Trabajo al de Producción. El especialista en tema de Mypes de la UDEP, Julio Hernández, aclara algunos puntos de este controversial tema.

Las Mypes en la región de Huancavelica son aportantes al PBI en un 0.02 % donde se encuentra en el penúltimo lugar a nivel nacional. Muchas de las Mypes realizan sus actividades de manera informal debido a que se encuentran en zonas alejadas de la ciudad de Huancavelica. Asimismo, en éste ámbito de la región las Mypes se encuentran con dificultades en el crecimiento y desarrollo a razón de la falta de un plan de desarrollo concertado a nivel regional implementando la aplicación del proceso administrativo, manejo

empresarial, asistencia técnica de una forma adecuada. Por otro lado la ausencia de las autoridades representantes del Gobierno Regional, ya que muchos de ellos solo están concentrados en la capital de la región.

La Municipalidad Provincial de Castrovirreyna no tiene una visión clara en su Plan de Desarrollo Estratégico de las Mypes. En un 99% las Mypes del distrito tienen dificultades a diario por la falta en la asistencia técnica, procedimiento del proceso administrativo y del manejo del sistema empresarial por el desconocimiento de parte de quienes los dirigen.

Las precarias condiciones en las que se encuentran las Mypes en el distrito de Castrovirreyna – Sinto es por la falta de iniciativa de superación de la misma población, ausencia de parte de las instituciones financieras, ONGs y gobierno de turno. Donde la Universidad Nacional de Huancavelica también se aísla frente a las realidades de las Mypes de la región en vez de aportar a su desarrollo.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

- ¿Cuál es la incidencia del planeamiento empresarial en la gestión en las Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿De qué manera el conocimiento en administración en las Mypes familiares productoras de lácteos incide sobre la gestión en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna?

- ¿De qué manera los programas de capacitación en las Mypes familiares productoras de lácteos incide sobre la gestión en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna?
- ¿De qué manera una administración tradicional y conservadora en las Mypes familiares productoras de lácteos incide sobre la gestión en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna?

1.3. OBJETIVO

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Conocer la incidencia del planeamiento empresarial en la gestión en las Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la incidencia del conocimiento en administración en la Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna.
- Determinar la incidencia de los programas de capacitación en las Mypes familiares productoras de lácteos sobre la gestión en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna.
- Determinar la incidencia de una administración tradicional y conservadora en las Mypes familiares productoras de lácteos sobre la gestión en la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna.

1.4. JUSTIFICACIÓN

Es necesario dar respuesta a la sentida necesidad de apoyo teórico del proceso administrativo para una buena gestión a las organizaciones definidas como Mypes familiares de la Comunidad Campesina de Sinto - Distrito de Castrovirreyna; logrando así que estas obtengan un mejor rendimiento y reconocimiento, superando para esto los factores que impiden la aplicación del proceso administrativo para la supervivencia y conducción de la empresa familiar y así puedan contar con algún soporte para la toma de decisiones en pro de la continuidad de las mismas en el tiempo. Además, se pretende alcanzar por medio de la investigación complementar la teoría y las investigaciones ya existentes, un avance en el conocimiento, de tal forma que se de relevancia institucional y profesional a la gestión de las Mypes familiares; asimismo, se logre determinar eficientemente qué factores impiden la aplicación del proceso administrativo para la supervivencia.

La investigación se enmarca dentro de las bases de implementación de estrategias, para poder de algún modo superar la pobreza y mejorar las oportunidades económicas para los pobladores de la Comunidad Campesina de Sinto, el objetivo estratégico es aplicar métodos orientados al proceso administrativo empresarial para lograr la competitividad, mejores ingresos y la calidad de vida de la población.

Al concluir la investigación, creemos que los resultados de la tesis servirán como base para emprender nuevos estudios relacionados al mejoramiento de la gestión de las microempresas y la disminución de la pobreza no sólo de la provincia de Castrovirreyna sino también de las demás provincias de la región y en el país.

1.5. LIMITACIÓN

La poca accesibilidad de información bibliográfica no ha permitido realizar una investigación mucho más exquisita, la información referida al tema de investigación a nivel de la comunidad y del distrito de Castrovirreyna es carente; por el cual la presente se orienta a contribuir en el desarrollo del distrito.

La falta de bibliografías especializadas y trabajos de investigación relacionados al tema de investigación, realizados en la Región de Huancavelica.

La restricción al acceso de la información dentro de la entidad de estudio, así como la indisponibilidad por parte del personal, por las diferentes actitudes que se mostró en el desarrollo del trabajo de investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO

A. Influencia de la Extrema Pobreza en el Desarrollo de la Región Huancavelica-Provincia de Acobamba - 2008. Ramiro Guzmán Ibañez, en la que resume:

“Si bien nuestra economía experimentó un crecimiento económico, la incidencia de la pobreza no cambió, mas aun se incrementó, impacto que no benefició a los pobres, es decir influyó directamente en el desarrollo de la Provincia de Acobamba, tal cual la pobreza y la desnutrición crónica están vinculados directamente, y estos asociados al nivel educativo, analfabetismo, déficit calórico, bajo poder adquisitivo, agua y saneamiento, esto demostrado por la pobre calidad del gasto social, descentralización. Concluyéndose además que el gasto de los hogares de la provincia de Acobamba que se utiliza como unidad de medida para los indicadores de la extrema pobreza, están

*estrechamente vinculados a los ingresos laborales y no a las transferencias gubernamentales”.*²

En la misma investigación se indica que sin duda la pobreza extrema influye negativamente en el desarrollo y la economía de los pueblos. Es así que en un país pobre y con alta prevalencia de desnutrición se tiene como resultado una baja productividad y desarrollo intelectual del adulto, consecuentemente esto afecta en el desarrollo sostenido del país; al respecto el investigador concluye lo siguiente:

“El presupuesto familiar tiene la siguiente composición: 90% del ingreso de los pobres extremos son generados en el hogar y sólo entre el 3.8% y 4.6% constituyen transferencias gubernamentales; de este 90% el 60.6% generado lo constituyen los ingresos laborales que reflejan en el aumento de empleo y salarios generalmente extractiva, es decir de mano de obra no calificada en el que se halla la población pobre.

Por tanto el gasto de los hogares, que se utiliza como unidad de medida para los indicadores de pobreza, está estrechamente vinculado a los ingresos laborales; no a las transferencias gubernamentales. Incrementando las desigualdades en la distribución del ingreso, particularmente entre el capital y el trabajo.

En cuanto a la esperanza de vida esta continuó decreciendo, aunque aún hay grandes brechas al interior del área rural. Por otro lado, los años de estudio logrado por la población siguieron elevándose lentamente, pero en general se ha mantenido la desigualdad en la calidad de los aprendizajes entre la población en pobreza y la de extrema pobreza.

² GUZMAN, Ramiro. 2009. Pp. 04

Finalmente, las condiciones de materia de vivienda y saneamiento continúan en condiciones deplorables.³

B. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Presentó el nuevo mapa provincial y distrital de la pobreza en el Perú. Se dice que con dicho mapa se busca identificar las necesidades de cada jurisdicción, a partir de ello rediseñar los programas sociales. Según el Jefe del INEI, Renán Quispe, "Hasta antes de este mapa, no se conocían los efectos de la pobreza más allá de las regiones".

De acuerdo a dicho mapa la situación es como sigue, del total de 1832 distritos que hay en el país 190 distritos (10% del total) están por encima de la línea de pobreza; 459 distritos presentan porcentajes de pobreza entre 25% y 49%; 639 distritos presentan porcentajes de pobreza entre 50 y 74.9%; y 544 distritos (30%) tienen un nivel de pobreza de 75% a más.

El director ejecutivo de la estrategia Crecer, Iván Hidalgo, anunció que:

*"el gobierno replanteará la focalización de todos los programas sociales hacia los 544 distritos del Perú que tienen niveles de pobreza por encima de 75%. De ese total, el 60% (340) está ubicado en cinco regiones: Puno (92 distritos), **Huancavelica (84)**, Ayacucho (63), Cusco (58) y Apurímac (44). -Nos sentaremos con todos los directivos de los programas sociales para rediseñar el trabajo de acuerdo con el nuevo mapa del INEI-, anotó. Agregó que el objetivo es contar con un padrón de beneficiarios".⁴*

³ Ibid., Pp. 118.

⁴ Cecopros "Santo Domingo". 2009.

C. Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la región de Huancavelica 2006-2015.

En el plan se hace la referencia que en la región Huancavelica cuenta con numerosos recursos turísticos y patrimonios culturales, que con ayuda y la intervención del Estado se convertirían en atractivos turísticos para luego ser promocionados como productos turísticos, con el objetivo de su puesta en valor de estos recursos. La Gerencia Regional de Desarrollo Económico del Gobierno Regional de Huancavelica a través de un equipo técnico han formulado proyectos para mejorar y fortalecer las capacidades a prestadores de servicios turísticos en la región de Huancavelica, que están comprendidas en las provincias de Acobamba, Angaraes, Castrovirreyna, Churcampa, Huaytará, Tayacaja y Huancavelica.

Los beneficiarios directos serán los pobladores de las provincias y distritos de la región que tengan algún tipo de actividad relacionada al turismo y comercios que se encuentren ubicados dentro de la influencia de los recursos turísticos, los beneficiarios indirectos son los pobladores de toda la Región Huancavelica.

La Gerencia Regional de Desarrollo Económico y la Dirección Regional de Turismo buscan en promover el desarrollo turístico y desarrollar circuitos turísticos en la Región Huancavelica, considerando que el proyecto ayudara a desarrollar las actividades turísticas en todo la región.

D. El Plan de Desarrollo Concertado del Centro Poblado de Tinquercasa 2008 – 2015, en cuanto a la Unidad Estratégica de Producción, en lo que encontramos:

“El rendimiento productivo de la agricultura es bajo, debido a que la cosecha por hectárea de los productos agrícolas es inferior a lo que se espera, la fertilidad de la tierra es cada

*vez menor, porque presenta mayor erosión; esto se debe al desconocimiento del manejo de tierras”.*⁵

Esto evidencia el bajo nivel de contribución al Producto Bruto Interno. En el mismo documento se hace referencia lo siguiente:

“La baja producción agropecuaria es debido a que hay poca intervención de asistencia técnica, de lo contrario se superaría el rendimiento productivo en agricultura y ganadería...

... La presencia de enfermedades en la actividad ganadera es constante, para los cuales los productores pecuarios acuden a medicinas caseras o naturales. Acuden muy pocas veces a zootecnistas o veterinarios...

*... El mercado de la artesanía textil es limitado en el aspecto de mercadeo y promocionamiento. La gran mayoría de los artesanos realizan las producciones textiles para sí mismas y familiares, pocas veces existe contratos de terceros o mediadores. El objetivo que presenta el centro poblado es crear las condiciones adecuadas en el mercado, con la finalidad de desarrollar la actividad de la artesanía textil; debido a que es un potencial indispensable que se muestra en Tinquerccasa, la práctica de la artesanía textil lo llevan a cabo desde los 6 años de edad en las mujeres”.*⁶

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Evolución del Planeamiento

El estudio de Mc Kinsey puso de relieve el hecho de que la evolución del planeamiento puede segmentarse en cuanto a las fases secuenciales claramente diferenciadas: La primera de ellas, el planeamiento financiero. La segunda fase, el

⁵ IDESAM. 2008. PDCCPT 2008 – 2015. Pp. 08.

⁶ Ibid., Pp. 09.

planeamiento basado en él pronóstico. La tercera fase ha sido denominada planeamiento orientado. Y la cuarta fase, administración estratégica.

Las cinco etapas en la evolución de los sistemas de planeamiento:

Etapas I: Presupuestación y planeamiento financiero:

El planeamiento se contempla como un problema financiero y sobre esa base se implantan los procedimientos para pronosticar rentabilidad, costo y exigencia de capital, con un año de anticipo. Posee una estrategia, incluso a un que no tengan un sistema de planeamiento formal. La calidad de esa estrategia depende en gran parte del vigor o la fuerza empresarial del grupo de la alta gerencia.

Etapas II: Planeamiento estratégico y unidimensional:

Se enfoca sobre las posibilidades presentes en función de datos del pasado y es unidimensional ya que se basa en una sola dimensión: la actual. La empresa en la etapa II considera la ubicación en la matriz de análisis de cartera con expresión de estrategia. Para describir la compañía, un planificador de etapas II generalmente extraerá una matriz de análisis de carteras y mencionará las necesidades de inversión de ciertos negocios, obteniendo fondos de otros.

Etapas III: Planeamiento dinámico y multidimensional al nivel de negocio:

Enfoca su atención en la interpretación de los fenómenos primarios de mercado que son los que en definitiva marcan el ritmo del cambio. El planeamiento y la distribución de recursos deben

variar constantemente en el tiempo. El planeamiento multidimensional abarca todas las dimensiones posibles del ámbito producto-mercado, sin atarse a lo que la empresa siempre fabrico y vendió, para determinado mercado.

Etapa IV: Planeamiento dinámico, multidimensional y creativo al nivel de empresa:

Es creativa y no opera a partir de una estrategia convencional. Nuevas maneras de definir y satisfacer las necesidades del cliente, nuevos métodos para competir con mayor eficiencia, nuevos productos y servicios, nuevas concepciones estratégicas.

Consiste en crear continuamente opciones mirando hacia el exterior, analizando los escenarios. El objetivo del planeamiento de la etapa IV es tener a largo plazo una cartera de negocios balanceada, compuesta por un familiar de negocio en cada lugar de la matriz.

Etapa V: Administración estratégica:

El poder de la estrategia es muy grande; es la que marca el rumbo de toda la empresa; una estrategia poco clara o no apta llevara a la organización a su desaparición en cambio, una estrategia adecuada, flexible y entendida por todos los miembros de la organización llevara a esta a un éxito seguro.

La diferencia entre una empresa de la etapa V y las anteriores no es la complejidad de sus técnicas de planeamiento, sino la de dirección y profundidad con que los planes estratégicos están inmersos en toda

la organización y ligado a la toma de decisiones operativas.

Administrar estratégicamente implica que la estrategia guíe todo el paso de la organización, y en función de ella se adecuen todos los procesos administrativos.

2.2.2. El Proceso Administrativo

2.2.2.1. Planeamiento

Es curso de acción a seguir de la empresa, mediante estrategias y tácticas elaboradas, buscando la maximización de los resultados utilizando los recursos necesarios de un modo racional y adecuado en la toma de decisiones⁷.

2.2.2.2. La Planificación

Es un proceso analítico, que incluye una estimación del futuro de alcance nacional sobre la base de determinados recursos de acción. Alternativos, para el cumplimiento de los fines de un país en el corto, mediano y largo plazo.

2.2.2.3. Planeamiento de Ventas

Pensar en forma de atraer cliente, tanto como para hoy como para mañana, conduce en forma natural al planeamiento de ventas.

Quien debe planear en forma anticipada, es el responsable el área del departamento de ventas el cual tendría de interrogarse con las siguientes preguntas:

- ¿Qué productos ofrecemos?

⁷ Luis Fernando Valeriano Ortiz. Planeamiento Empresarial. Pag. 25

- ¿Qué compañías o personas compran esos productos?
- ¿Cómo podríamos animarlo a comprar en nuestra Mypes?

2.2.2.4. Planeamiento de Producción

Es la transformación de la materia prima (leche) con el pronóstico de comercialización en el mercado local regional y nacional.

2.2.2.5. Costos Fijos

Son aquellos costos de la empresa que no varían con la cantidad producida de bienes y/o servicios, es decir, son aquellos que son independientes del volumen de producción en lo que se refiere a cuanto se produzcan de tal bien y servicio⁸.

2.2.2.6. Costos Variables

Son aquellos costos de la empresa que directamente depende de cuánto se produzcan de tal o cual bien y servicio en el ciclo de las operación de la firma, ya que en el largo plazo todo los costos son variables por su propia naturaleza del negocio, siendo este periodo apropiado para hacer ajustes apropiados de la empresa. Según las nuevas circunstancias del mercado creciente⁹.

2.2.2.7. Costos Medios o Marginales

Es equivalente al costo unitario de la empresa y se define como $cm = ct/x$, es decir como el costo total dividido entre la cantidad producida. Por el costo marginal es aquel incremento en el costo total, que se

⁸ Simion Andrade E. Gestión Empresarial de Pequeñas Micro Empresa. Pag.184

⁹ Simion Andrade E. Gestión Empresarial de Pequeñas Micro Empresa. Pag.184

queda ante el aumento en la producción de la unidad¹⁰.

2.2.2.8. Gastos de Operación

Son aquellos recurso que se destinan para los gasto de ventas y de gastos administración. Los gastos de ventas son destinados para la distribución normal del producto al mercado de consumos. Los gastos de administración permiten cumplir con las remuneraciones de los trabajadores, materiales, útiles de oficina, alquileres, depreciación seguros e impuestos¹¹.

2.2.2.9. Gastos Financieros

Son los monetarios que se destinan para el pago periódico del préstamo adquirido de las distintas instituciones financieras y de la banca privada cuyos desembolsos y los servicios a la deuda se programan en periodos definidos, siendo conocido como amortizaciones a la deuda de intereses del préstamo¹².

2.2.3. Planeamiento Estratégico

Para introducirnos en el concepto de planeamiento estratégico, recogemos las definiciones y pensamientos:

"La planeación es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción (...) la planeación (...) se anticipa a la toma de decisiones" (Ackoff, 1981, citado en Goodstein, Nolan y Pfeiffer, 1998)

¹⁰ Simion Andrade E. Gestión Empresarial de Pequeñas Micro Empresa. Pag.185

¹¹ Simion Andrade E. Gestión Empresarial de Pequeñas Micro Empresa. Pag.189

¹² Simion Andrade E. Gestión Empresarial de Pequeñas Micro Empresa. Pag.189

Goodstein, et al (1998) señalan que *"la estrategia es un patrón de decisiones coherente, unificado e integrador (...) constituye un medio para establecer el propósito de una organización en termino de sus objetivos a largo plazo, sus planes de acción y la asignación de recursos (...) representa una respuesta a las fortalezas y debilidades internas y a las oportunidades y amenazas externas con el fin de desarrollar una ventaja competitiva"* (p.6).

"La planeación estratégica no trata de tomar decisiones futuras, ya que solo estas pueden tomarse en el momento. La planeación del futuro exige que se haga la elección entre posibles sucesos futuros, pero las decisiones en sí, las cuales se toman con base en estos sucesos, solo pueden hacerse en el momento. Por supuesto una vez tomadas, pueden tener consecuencias irrevocables a largo plazo" (Steiner, 1983, p. 22).

"De mis productos actuales, ¿Cuáles son realmente competitivos en cuanto a precio y calidad?, ¿Qué modificaciones tendrían que realizar en mi planta productiva para abatir mis actuales costos de producción?, ¿debo renunciar a uno de ellos?, ¿Qué nuevos productos debo integrar a mi estrategia de ventas: a través de manufactura propia, maquinándolos o de importación directa?", ¿mis canales de comercialización son los adecuados y como mejorarlos" Cornejo, 1991, p. 52).

2.2.4. Planificación para Planear

En el caso de las micro empresas existen ciertas características que influirán en la planeación: El micro empresario es aquel que toma todas las decisiones en la empresa; y tiene contacto frecuente con sus empleados que son, en gran parte, sus propios familiares; las líneas de

autoridad son referidos en forma inexacta, la comunicación entre los componentes se realiza en forma verbal, no tienen políticas formales, la supervisión del trabajo es en forma personal, y cuenta con pocos fondos disponibles para contratar más personal y comprar insumos y bienes de capital.

Al respecto Steiner (1983) corrobora en señalar que:

"...existen factores que influyen en el diseño de los sistemas de planeación, como que las pequeñas empresas solo cuentan con una planta, el estilo directivo del microempresario es democrática y tolerante, piensa en las operaciones del día, se deja llevar por la intuición, puede o no tener experiencia en la planeación. También influye el medio ambiente en el que se desarrolla ya que es turbulento, hay gran cantidad de mercados y clientes, o cuenta con un solo mercado y un solo cliente, la competencia es fuerte. Su complejidad en los procesos de producción son cortos, sus procesos de fabricación sencillos, cuenta con una tecnología limitada y con un largo tiempo de reacción del mercado. La naturaleza de sus problemas son fuertes en el corto plazo y el propósito del sistema de planeación es la capacitación del empresario".

2.2.4.1. La Comunicación

Según Keith Davis: "Es el proceso de transmitir información y comprensión entre dos personas". Es la manera de relacionarse con otras personas a través de datos, ideas, pensamientos y valores. Ésta une a las personas a partir de sentimientos y conocimiento.

David Fischman (2000) Comunicación Efectiva; la comunicación en la empresa es como el sistema

circulatorio del ser humano. Si hay bloqueos arteriales es posible que se produzca un ataque al corazón. De la misma forma, un bloqueo de la comunicación en la empresa merma la productividad y destruye el clima laboral.

Esta situación, frecuente en el mundo empresarial, muestra dos estilos de comunicación. Agresivo y pasivo. Las personas con un estilo agresivo explotan ante los problemas. Suelen menospreciar el trabajo de los demás, piensan que ellos siempre tienen la razón, son dominantes, invaden el espacio de las personas y les gusta ser el centro de atención.

Las personas que tienen el estilo pasivo, en cambio, no explotan: Agraden de forma más sutil pero quizá más dañina. Suelen ser sujetos inseguros y temerosos de tomar riesgos, esconden sus verdaderas emociones e intenciones, buscan la aprobación de los demás y prefieren ceder antes que luchar por lo que creen.

El mejor estilo de comunicación es aquel en que la persona respeta a los demás y también se respeta a sí misma.

Sabemos que el servicio es intangible pero al tangibilizar la comunicación se genera expectativas que deben ser cubiertas o mejor aún superadas por las personas que prestan el servicio. Con ello facilitan una percepción favorable por parte de los usuarios, evitar brechas para que no resulten usuarios insatisfechos, donde la comunicación refleje características relevantes a los usuarios, que se cumplan siempre.

A. Comunicación Interna.

La comunicación interna busca hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia, que la gerencia también conozca el pensamiento de los empleados, y que los empleados se conozcan entre sí.

En la empresa es bueno hacer llegar información a los trabajadores para que se sientan integrados y motivados en los distintos proyectos. La responsabilidad de iniciar y mantener una buena comunicación recae en los directivos.

B. Comunicación Efectiva.

Cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, también recibimos una respuesta y nuevamente comunicamos ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos.

En términos generales podemos agrupar dos tipos de comunicación:

B.1. Comunicación verbal:

- Es la que expresamos mediante el uso de la voz: Saludar al usuario con calidez. Esto hará que el usuario se sienta bienvenido.
- Ser precisos. No se deben utilizar frases como "Haré lo que más pueda". El usuario no entiende que es "lo que más podemos".
- No omitir ningún detalle. Cuando le diga a un usuario que el producto cuesta S/

40,00; eso es lo que él espera que le cobren. Si existen cargos adicionales hay que decírselo por anticipado.

- Pensar antes de hablar. Cuanto más sepamos acerca del usuario, mejor lo vamos a atender. Pensar en lo que se va a decir antes de comenzar a hablar nos dará la posibilidad de transmitir nuestro mensaje.

B.2. Comunicación no verbal:

Es mucho más que las palabras que utilizamos; éstas, en realidad, constituyen un canal relativamente débil o menos impactante para dar y recibir mensajes. Investigaciones recientes demuestran que en una disertación, una comunicación personal ante un grupo de individuos, el 55% del impacto de transmisión se concreta a través del lenguaje corporal y los gestos, el 38% llega mediante el tono de voz, cadencia, etc. y sólo el 7%, a través del contenido y el significado de las palabras.

Utilicemos la sonrisa, postura, vestimenta, gestos, que son ejemplos de la comunicación no verbal, para capitalizar la satisfacción del usuario.

C. El uso del teléfono.

Una de las formas de tomar contacto con el usuario es mediante el uso del teléfono. Es muy importante la forma en que establecemos la comunicación y el tono de la conversación. Antes

de iniciar el tratamiento del tema, el diálogo con la persona que está del otro lado de la línea debe iniciarse siguiendo estos pasos elementales:

- Saludar al interlocutor
- Dar el nombre de la empresa y cargo o departamento.
- Decir nuestro nombre (habla Fulano de Tal.....).
- Ofrecer ayuda (Por ejemplo: "¿en qué le podemos ayudar?...").

Antes de tomar el auricular, debe haber una disposición entusiasta de la persona que atiende. Luego se debe escuchar cuidadosamente para descubrir que es lo que desea nuestro interlocutor:

- Hacer una pregunta o consulta.
- Expresar una objeción.
- Hacer un planteo.

La buena atención telefónica tiene una serie de requisitos que se deben cumplir para lograr ese objetivo.

- Comprender todas las funciones del teléfono.
- Contestar el teléfono tan pronto sea posible.
- Mantener el micrófono del receptor alineado frente a la boca y hablar con claridad.
- Evitar los ruidos innecesarios.
- Mientras se habla por teléfono, no beber, no comer, ni masticar goma de mascar.
- No hablar con terceros mientras se está atendiendo una llamada.

- Se debe pedir consentimiento para hacer esperar al usuario.
- Hay que utilizar el botón de espera, cuando hagamos esperar a un usuario.
- No dejar al usuario esperando mucho tiempo en la línea. Se irrita y fastidia. Se predispone mal.

En muchas oportunidades debemos evaluar no solamente lo que decimos, sino como lo decimos. Lo correcto es decir: "Puedo comunicarlo con el departamento de administración". "No hay que dar detalles innecesarios".

Lo correcto es tomar el nombre y teléfono del usuario y llamar cuando vuelve el encargado.

Defensoría del Pueblo (2003) A los Alcaldes Provinciales y Distritales; Construir la Oficina municipal de atención a las personas ubicándola preferentemente como un área dependiente de la dirección de bienestar social y desarrollo humano, por ser esta la instancia encargada de los grupos poblacionales que requieren de una atención prioritaria.

La entidad que trabaja conscientemente con valores se traduce en un trato de respeto a la dignidad de cualquier tipo de usuarios, sea este grande, mediano o eventual, incluso de aquel que no lo es. Los usuarios de cualquier nivel o tipo requieren la atención prioritaria porque es la razón de la entidad. Si la atención es preferencial también dice mucho de la organización.

También es importante incluir el contacto con los usuarios a través del medio telefónico.

2.2.4.2. La Habilidad

Existen ciertas habilidades que debe desarrollar todo el personal de una organización, no solo los empleados, en orden de cumplir las expectativas del usuario, estas destrezas se refieren y son:

a. Diagnosticar

A todos nos impactan ciertas características de una persona cuando la vemos por primera ocasión, su físico, sus movimientos corporales, su forma de vestir, su contacto personal con nosotros o con otras personas, en fin varios aspectos que nos llaman la atención o simplemente no lo hacen. Por ello, para lograr esta sensación de impacto en los usuarios, es muy importante cuidar lo que comúnmente se conoce como comportamiento no verbal, porque es la primera impresión que se lleva el usuario.

Este comportamiento no verbal está compuesto por las características mencionadas anteriormente, a las cuales se les suma el entorno y lo que los expertos llaman el lenguaje (signos, tonos y gestos que acompañan el lenguaje).

La habilidad de diagnosticar se refiere entonces a que las personas, no solo nuestros usuarios, sino nosotros mismos en nuestra vida diaria, como usuario y como empresa, determinamos por nuestras primeras apreciaciones, ciertos niveles de "calidad" o "necesidad" relacionados con la apariencia, trátase de estar en una tienda de

discos como compradores, conociendo a un vecino en nuestra vida personal o atendiendo a un usuario como parte de una empresa.

- ❖ **Importancia:** Algunos estudios hechos en los EE.UU. evidencian la importancia del comportamiento no verbal, ya que se ha demostrado que cerca del 45% de un mensaje se expresa con el cuerpo.

b. Escuchar.

El sentido del oído es una de las características con las que contamos los seres humanos y los animales, oír es un comportamiento deliberado con el cual nacemos casi todos. Escuchar va más allá del hecho de oír, oír es una acción refleja, mientras que escuchar es una habilidad, que aun que natural, debe ser desarrollada.

b.1. ¿Por qué escuchamos?

- Es una manera natural de adquirir información.
- Así podemos entablar relaciones, hacer amigos.
- Para que quien habla se sienta reconocido.
- Para disfrutar, para relajarnos.

b.2. Elementos a desarrollar:

Para mejorar nuestro nivel como escuchar y así detectar de mejor manera las necesidades del usuario:

- La percepción: Hay que prestar atención verdadera (percibir y entender) a las expresiones de las personas.
 - Las distracciones: Al momento de escuchar a un usuario no nos podemos permitir estar desconcentrados, en ese momento tenemos que estar 100% con el usuario y enfocados en lo que nos está comunicando.
 - La evaluación: Debemos aprender a analizar tomándonos el tiempo necesario para ello, seleccionando lo que estamos escuchando o ya escuchamos y determinando lo que es realmente importante...
- ❖ **Importancia:** Para conseguir un buen conocimiento del usuario, así como para mantener una sólida relación con él, debemos desarrollar la habilidad de escuchar.

Rogelio Soto P. (2002) *La Actitud Positiva*; Podemos definir el concepto de actitud como la, predisposición de una persona para realizar una actitud en particular. Al decir predisposición, nos referimos a una disposición anticipada al hecho. Es decir, apertura mental anterior a la acción.

La actitud es el resultado del proceso de formalización de una persona, desde que nace hasta que es adulta y que hace actuar de determinadas maneras frente a las

múltiples situaciones que enfrenta durante su vida. La actitud de una persona está condicionada por tres factores esenciales:

- *Primer factor corresponde al ambiente en el cual se desarrolla la persona. Es el entorno que entrega las condiciones básicas de subsistencia, como lo es el hogar que habita.*
- *Segundo factor está constituido por las influencias diarias de las personas que rodean al individuo. La familia, los parientes, los amigos, condiscípulos de la escuela durante la infancia y compañeros de trabajo, especialmente en los primeros años de vida laboral.*
- *El tercer factor que condiciona las actitudes de una persona corresponde a los acontecimientos que le suceden a diario y que son los que en definitiva van marcando su vida.*
- *Indudablemente, para que una persona asuma un cambio interior, debe desarrollar una lucha contra todo aquello que tiene grabado en su mente y que condiciona fuertemente su actuar.*

Las personas con actitudes positivas son las que saben cuidar a los usuarios. Para servir a los usuarios es imperativo cuidarles. El cuidado del usuario permitirá hacerle la vida más agradable es decir por propia convicción.

Al convivir en un ambiente de actitudes positivas, donde los valores y principios guían los

comportamientos. Despliegue la formación en la práctica y un estilo de vida de la propia comunidad.

c. Preguntar

Es muy importante porque es la manera más directa y sencilla para recoger la información de quien tenemos en frente, además, es una forma de mostrar interés y empatía por nuestro interlocutor.

La expresión de la pregunta se relaciona con el ritmo, que no es más que la cantidad, frecuencia y secuencia de las palabras y con la actitud, es decir, expresiones de aprobación o reprobación, intolerancia o cercanía, al efectuar la pregunta debemos ser neutrales.

Muchas veces los usuarios tienen dificultad para expresarse, nuestra responsabilidad es llegar al verdadero asunto. ¿De qué forma?, indagando. ¿Cómo?, formulando preguntas.

c.1. preguntas abiertas o generales sirven

para:

- Establecer necesidades.
- Definir problemas.
- Comprender pedidos.
- Obtener más información.

c.2. preguntas cerradas específicas para:

- Clarificar lo que se ha dicho.
- Hacer que el usuario preste su conformidad.
- Resumir una conversación o confirmar un pedido.

Pero la forma con que preguntamos tiene que ver con el vocabulario utilizado, la estructura, es decir, si lanzamos preguntas abiertas o con múltiples alternativas, si son directas o no, etc. Se debe tratar de ofrecer diferentes alternativas, cuando sea posible, al usuario, además el vocabulario siempre ha de ser respetuoso y amable.

❖ **Importancia:** Para desarrollar esta habilidad se debe cuidar de la forma en que preguntamos y de la expresión de la pregunta. En todos los casos hay que escuchar lo que el usuario "dice" pero también lo que "no dice".

d. Sentir.

Mediante esta habilidad transmitimos empatía y allanamos el camino a los buenos resultados. Con sentir nos referimos a ponernos en el lugar de nuestros usuarios a sentir lo que el otro siente con respecto a una situación o problema particular. Para desarrollar esta habilidad debemos saber diagnosticar, escuchar y preguntar, además debemos conocernos muy bien a nosotros mismos, nuestros servicios y las capacidades de la empresa, así podremos comprender más fácilmente y ponernos en el lugar del usuario ya que sólo así llegamos a conocerlo verdaderamente.

❖ **Importancia:** Sintiendo logramos convertirnos en "amigos" de nuestros usuarios.

Desarrollando las cuatro habilidades la empresa podrá acercarse más a los usuarios y de esta

manera adelantar estrategias que permitan acortar la brecha entre lo ofrecido y sus expectativas.

Lucio Lescano Duncan (2005) *La puerta emocional*; se abre cuando se brinda una sonrisa que acoge y tranquiliza, cuando se mira a los ojos y todas las capacidades se dirigen a un solo fin: el usuario o usuario. Se abre cuando existen propósitos concretos y acciones coherentes para dar al usuario lo que desea y sorprenderlos con mejores soluciones. Tener al usuario como fin implica pensar en todos los elementos que pueden enriquecer o debilitar su experiencia al interactuar con nuestra organización. Muchos aun no comprenden el impacto que genera el primer contacto con el usuario.

El enfoque de servicio está sustentado en las personas y no en otra cosa. El servicio a medias tintas se pierden en la mente de los usuarios. No hay lugar para la mediocridad en el contexto actual y en una organización orientada hacia el servicio se trata de una actitud, y esta se manifiesta concretamente en las iniciativas, la generosidad, la alegría y sobre todo en el aprendizaje permanente.

2.2.4.3. La Creatividad

Cada vez los usuarios son más exigentes en cuanto a calidad del servicio, atención y profesionalismo que esperan de una empresa. Así, las mismas deben reorganizar su estructura para poder satisfacerlos,

adaptándose a las necesidades y requerimientos de los mismos.

La estructura de una empresa debe estar preparada para brindarles soluciones efectivas a sus usuarios, ya que si están insatisfechos con el producto o servicio, no dudarán en acudir a otra alternativa que cubra sus necesidades de una manera más eficiente. Así, una de las claves del éxito de una empresa depende de su dedicación en capacitar a toda su estructura en atención al usuario. Esta metodología incluye a la creatividad y la innovación como herramientas fundamentales para identificar, segmentar y así poder atender la plena satisfacción del usuario. Además es posible aplicar estas nociones a las áreas de Marketing y Ventas, y a la creación de manuales de procedimientos de atención al usuario.

a. Creatividad en la organización.

Cuando surge un problema en la compañía, y una persona coloca sobre la mesa una idea interesante, que resuelve la situación y produce resultados positivos, este individuo también está siendo creativo. Alfonso Paredes Aguirre afirma que "los miembros de una organización deben fomentar un proceso que incluya oportunidades para el uso de la imaginación, experimentación y acción".

b. Creatividad en el ambiente laboral.

La creatividad está presente en todos los ámbitos de nuestra vida cotidiana. Podemos tener imaginación para decorar nuestro hogar, diseñar un vestido y hasta decorar un pastel. Sin

embargo, cuando somos creativos en nuestro ambiente laboral, el nivel de inspiración, así como las propuestas y soluciones que proponamos, adquieren un nivel de responsabilidad y de seriedad mucho mayor.

b.1. Recepción: El estar, no sólo físicamente para atender al usuario, sino también estar atento, demostrando un compromiso profesional.

- Calidez: El ser, la identidad de la persona.
- Idoneidad: Conocerse a sí mismo, los límites y capacidades, y también tener conocimiento técnico en lo que respecta a lo específicamente laboral.
- Rapidez: Ser efectivo en cuanto a la toma de decisiones.
- Actitud de venta: Crear vínculos de confianza entre el vendedor y el usuario.

Lucio Lescano Duncan (2005) “la creatividad”; *Para lograr la búsqueda reactivación de la creatividad es preciso curarnos de la enfermedad más peligrosa para la disciplina del servicio: Las actitudes negativas efectivamente, lograr el esfuerzo necesario y el justo equilibrio entre la productividad y la satisfacción es un asunto, en esencia, de actitud en una organización en su gestión no solo es agudizar las habilidades sino esencialmente las actitudes.*

Con la creatividad los empleados tangibilizan al estar en contacto con el usuario al dominar las

tareas que debe desarrollar, cuando cuenta con la información que los usuarios necesitan para absolver sus dudas e inquietudes, y cuando inspira confianza por el modo como se hacen las cosas, por su actitud y por la manera cómo afronta las situaciones inesperadas, resolviéndolas con sentido común y priorizando las necesidades de los usuarios. Es decir los empleados tangibilizan el servicio cuando dominan las tareas establecidas y cumplen los estándares y cuando además aprovechan las situaciones que se presentan solucionándolas con la suficiente capacidad y autonomía; donde se utilizan mucho de sí mismo la creatividad y habilidad para hacer la vida agradable tanto a sí mismos como a los usuarios.

2.2.4.4. Eficacia

Eficacia es para qué se hacen las cosas; cuáles resultados se persiguen; cuáles objetivos se logran.

Decimos que una organización es eficaz cuando cumple los objetivos que se ha marcado y que es eficiente cuando consigue los mejores resultados posibles en relación con los recursos que ha empleado.

Una empresa intentará lograr tanto la eficiencia económica como la técnica. Se entiende por eficiencia económica el logro de los objetivos marcados con los menores costes posibles, y por eficiencia técnica el logro de los objetivos marcados partiendo de los recursos de que se dispone.

a. La eficacia de una empresa.

Roger Phillips, manifiesta que los equipos de la gerencia de empresas eficaces reconocen que para ser viables en más a largo plazo, deben reconocer que tienen amplias responsabilidades.

Para muchas organizaciones, estas responsabilidades se sobrepasan las perspectivas de funcionamiento convencionales y estrechas para incluir las preocupaciones por el ambiente, las economías locales y más grandes, sociedad en grandes, y otros tenedores de apuestas que sean afectados directamente o indirectamente por las acciones de las empresas. La anchura de responsabilidades resulta de la comprensión que la empresa es un elemento integrado en el sistema de la sociedad y ambiental complejo y que los efectos de sus acciones en otras partes del sistema influenciarán directamente su medio y viabilidad más larga del término. Todos los partidos son dueños afectados, empleados, usuarios, surtidores, sociedad en su totalidad, y su ambiente físico así como la empresa sí mismo. El valor del comportamiento eficaz constante puede ser grande. Cuando los empleados y el guardapolvo de la empresa hacen la cosa derecha, la empresa puede abordar desafíos con gran eficacia y gozar de éxito y de viabilidad durable.

b. Eficacia administrativa.

Negandhi, sugiere como base para establecer la eficacia administrativa, los siguientes criterios:

- Capacidad de la administración para encontrar fuerza de trabajo calificada.
- Moral de los empleados y satisfacción en el trabajo.
- Rotación de personal y ausentismo.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Utilización adecuada de la fuerza de trabajo.
- Eficacia empresarial para adaptarse al ambiente externo.

c. Eficacia empresarial.

La eficacia administrativa lleva a la eficacia empresarial. Tres condiciones esenciales se requieren para lograrla:

- Alcance de los objetivos empresariales.
- Mantenimiento del sistema interno.
- Adaptación al ambiente externo.

Una empresa que es capaz de lograr sus objetivos es una empresa eficaz.

2.2.4.5. Eficiencia

Eficiencia es cómo se hacen las cosas; de qué modo se ejecutan.

a. Eficiencia de una empresa.

Las empresas eficientes crecen y sobreviven, a diferencia de las que no lo son. Si para ello utilizar sus recursos de la mejor manera posible, será también una empresa eficiente.

La eficiencia entonces requiere el compromiso y el esfuerzo de todos los trabajadores de una empresa, para así lograr un trabajo bien hecho.

Las empresas eficientes son capaces de satisfacer tanto los requerimientos de sus usuarios como de sus propios trabajadores, además de promover su crecimiento y constante capacitación.

Joseph I. Bower (1995) *Gestión de Complejidad*; *las relaciones entre los negocios y el estado son una parte problemática del complejo mundo que administran los gerentes generales. Surgen dificultades porque los negocios y el gobierno operan con dos sistemas distintos de administración, el uno tecnocrático, el otro político. Estos sistemas varían en el contrato implícito que les ofrecen a los participantes. El segundo se basa en el principio de que los administradores deben tratar de asegurar que el sistema sea equitativo con la mayoría de las personas a quienes afecta.*

Hay una complejidad en una empresa de cómo administrar, ahora en una entidad pública ocurren leyes, normas que dictan el gobierno en la cual pueden seguirlo los que conforman la entidad pero para que sea óptimo tiene que ver la actuación y supervisión de los gerentes hasta el alto rango para que sea equitativo el servicio tanto interno y externo.

b. Lograr la Eficiencia.

b.1. Dirección correcta de la empresa.

La presencia del jefe líder es fundamental para cualquier negocio. El primer paso para ser eficiente estará en sus manos: deberá

estructurar su empresa de la mejor manera posible, asignar los puestos adecuados y elegir a los mejores candidatos para ocuparlos. La selección adecuada es fundamental para tener trabajadores eficientes, activos, respetuosos.

b.2. Contar con plan estratégico.

Una organización eficiente tiene claramente definidos sus objetivos y estrategias para alcanzarlos y es capaz de perseguirlos y cumplirlos. El plan estratégico debe marcar las directrices y el comportamiento para que una organización alcance las aspiraciones que se planteado.

***Dr. William T. Ryan (2001) El consumidor como sistema de comportamiento;** el consumidor constituye un complejo sistema de comportamiento caracterizado por un amplio abanico de respuestas, no obstante, el sistema del consumidor está influido por las relaciones de asociaciones interacción con otros sistemas o núcleos mayores de la sociedad. ¿Cuál es la naturaleza exactamente del sistema?. Un sistema se puede definir como un todo complejo y organizado; como un entramado o combinación de partes o de cosas que forman un todo unitario o complejo.*

En la Municipalidad el servicio es heterogéneo la cual es vista como una debilidad pues no nos permite proporcionar un servicio homogéneo y uniforme esto puede deberse a diversas razones. La esencia de la heterogeneidad radica en el factor humano, es decir, en las personas, porque no trabajan en conjunto.

Lo más sensato parece ser que a una mayor cantidad de usuarios, exista una mayor probabilidad de heterogeneidad y más a un porque esos contactos se da a través de las personas.

b.3. Responsabilidades claras de los empleados.

Deben conocer las condiciones de trabajo, los horarios, sus beneficios y responsabilidades, para trabajar de la mejor manera posible.

b.4. Administración del tiempo laboral.

Las empresas ineficientes muchas veces terminan trabajando más horas que las adecuadas o bajo condiciones de stress. Utilizar adecuadamente el tiempo en la empresa es fundamental para ser eficientes. Asegúrese de fijar reuniones en horarios preestablecidos y evitar pasarse de estos horarios, fije tiempo también para el esparcimiento y la diversión. Los proyectos y tareas más difíciles deberá programarlos con la mayor anticipación posible.

B.5. Valor del trabajo en equipo.

La participación de los trabajadores se traduce en mayor rendimiento. Es condición de eficiencia creer en el trabajo de los demás. Escuche sus ideas e incorpórelas dentro de su plan estratégico. Cuando sus colaboradores realmente entienden hacia dónde va la empresa, estarán mucho más dispuestos a trabajar por ella. Una empresa eficiente tiene empleados motivados y promueve su crecimiento: asegúrese entonces de brindarles los mayores beneficios posibles.

B.6. Invertir en personal.

Sus trabajadores son el principal capital de su empresa. Asegúrese de capacitarlos en las nuevas tecnologías y en los ámbitos necesarios que su empresa requiera.

B.7. No descarte las tecnologías.

La tecnología es fundamental en una organización para ser eficiente. Muchas de estas pueden facilitar el trabajo, permitiendo lograr las metas con mayor rapidez. Para los usuarios, una empresa eficiente es capaz de cumplir y exceder sus expectativas.

La eficiencia busca el mejoramiento mediante soluciones técnicas y económicas, en cuanto la eficacia busca que el rendimiento de la empresa sea máximo, a través de medios técnicos y económicos

(eficiencia) y también por medios políticos (no económicos).

Según Thomas Friedman en la conclusión de su libro *La tierra es plana*, refiriendo a David Rothkopf "para nosotros, la cuestión no radica en lo que ha cambiado, sino en darnos cuenta de lo que no ha cambiado". Esto claramente expresa que no debemos enfocarnos solamente en el pasado, sino también en lo que falta por cambiar que es el futuro. Es decir, que debemos enfocarnos en lo que no ha cambiado para predecir los cambios futuros, lo cual se puede hacer al establecer mediciones, tendencias y acciones correctivas, lo cual generaría una actitud proactiva y que tomaría en cuenta lo que es ser eficiente y evitar situaciones de crisis o adelantarse a ellas.

Joseph L. Bower y Thomas M. Hout
"Oficio y Arte de la Gerencia", *Por ser el tiempo fuente de ventaja competitiva, los gerentes generales tienen que aumentar las velocidades de las operaciones de una organización.*

Dentro de la municipalidad para poder actuar con decisión, sin crear problemas, los gerentes necesitan saber primero que es lo que está pasando, profundizar más que está sucediendo realmente, en la cual se harían las evaluaciones con cuidado, empezando

que sucede con el personal y con ellos mismos, buscar una solución satisfactoria, en segundo lugar hacer una elección en base a valores y ética y no tener la paciencia suficiente a que las cosas cambien por sí mismas.

2.2.5. Mypes

La microempresa tiene una importancia fundamental tanto en la generación de empleo como en el combate de la pobreza. Es por esta razón que se han llevado a cabo varios esfuerzos con el objetivo de conocer más profundamente al sector, y en esta investigación se ha intentado sintetizar la información más relevante que lo caracteriza, para que todos las que puedan leerlo puedan consultarla. Esto quiere decir que la microempresa busca generar empleo, es por ello que se realizan grandes esfuerzos para que ellas puedan acceder a financiamientos para que de esta manera puedan surgir y combatir la pobreza.

La importancia de las pequeñas y medianas empresas (Mypes) para lograr el desarrollo con inclusión social la necesidad de promover un desarrollo territorial basado en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas y en su efectiva inserción en los mercados, favoreciendo de esta manera la generación de empleo, la democratización de oportunidades y la participación de los ciudadanos, es decir, la inclusión social. Es importante porque busca que las Mypes ingresen en el mercado para generar empleo y oportunidades a los pobladores del país.

Las Mypes tienen calificación en cuanto a producto para exportar, su limitación es que deben hacer consorcios de exportación. Un pedido de Estados Unidos en el área de

confección habla de miles de prendas y eso no lo puede atender una Mypes o un pequeño número de ellas. Tiene que conformarse verdaderos consorcios, que puedan negociar pedidos muy grandes y repartir el trabajo

2.2.5.1. Caracterización de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) en el Perú

No hay definiciones de aplicación universal referentes al micro y la pequeña empresa. Según la Recomendación N° 189 adoptada por la Organización Internacional del Trabajo en 1998, el concepto de microempresa debe ser aplicado de acuerdo a las condiciones prevalecientes en cada país, lo cual sucede en la práctica.

Para determinar el universo y características de la microempresa es importante tener en cuenta la Ley No 28015 D.S. No 009-2003-TR, referida a la Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa. En dicha Ley se establece en el artículo dos, acerca de la definición de la micro y pequeña empresa, lo siguiente: "la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio".

En el artículo tres, referido a las características de las micro y pequeña empresa (Mypes), se dice: "las MYPEs deben reunir las siguientes características concurrentes:

a. El número total de trabajadores:

- La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- La pequeña empresa: abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

b. Niveles de ventas anuales:

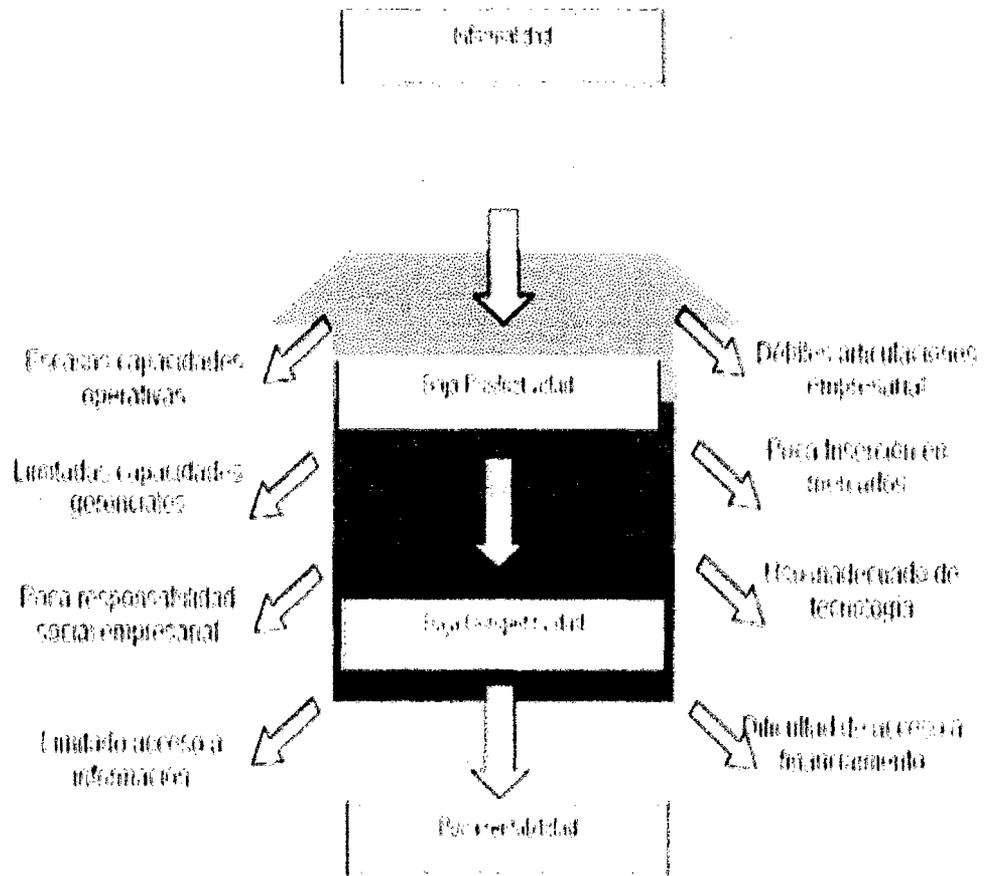
- La microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias.
- La pequeña empresa a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 unidades impositivas tributarias (UIT).

De acuerdo al artículo 3 del reglamento, en el cómputo del número máximo de trabajadores de las Mypes se toma en cuenta a los trabajadores que tengan relación laboral con la empresa, cualquiera sea la modalidad prevista en las normas laborales.

2.2.5.2. Retos de las Mypes

Las Mypes enfrentan una serie de restricciones internas y externas, derivadas de su limitada escala y sus débiles relaciones de articulación y colaboración, que impiden explotar este potencial competitivo que son sintetizadas en el gráfico siguiente:

Gráfico N° 01
Principales Restricciones Internas de las Mypes



a. **Heterogeneidad de las Mypes:** Si bien es cierto la Ley 28015 establece las características de las Mypes, todavía son utilizados los criterios tradicionales de número de trabajadores y monto de ventas brutas anuales, por lo que necesitamos incorporar otros criterios más técnicos que nos permitan determinar la capacidad de acumulación de capital, además de diferenciar a las Mypes de las unidades económicas que atienden las necesidades de sobrevivencia de las familias. Adicionalmente, es necesario tratar a las Mypes por su nivel de formalidad o informalidad a partir

de considerar los ingresos laborales, aseguramiento de la fuerza laboral, condiciones de empleo y del local de la Mypes. Caracterizar a las Mypes con estos criterios permitirá establecer estrategias de programas dirigidos a atender una o más de estas características identificadas.

- **Baja productividad.** En las Mypes los niveles de productividad tienen una correlación positiva con el tamaño de la empresa: es decir, a menor tamaño, menor productividad. Las consecuencias de esta baja de productividad repercuten en la baja calidad del empleo, altos niveles de subempleo y los bajos ingresos de los empresarios y trabajadores.
- **La informalidad.** Las Mypes formales representan el 25% del total de Mypes, contra los aproximadamente 1.8 millones de Mypes informales, que alcanzan el 75% del total de Mypes del país. A medida que la empresa crece disminuye la informalidad, de allí que las pequeñas empresas formales son 25,938 unidades económicas y las informales son solamente 15,395, según información de la Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- **Volumen de ventas en las Mypes.** Los estudios de SUNAT realizados en varios periodos nos indican que también hay una relación directa entre tamaño de empresa y volumen de ventas de

éstas. El mayor porcentaje de Mypes son micro empresas y representan el 77% de las empresas con ingresos menores a 13 UIT. Además, cuando una Mypes crece se incrementan sus ventas.

- Inserción en el mercado externo. Las Mypes tienen una débil participación en las exportaciones, representan sólo el 0.14% del total de empresas y sus ventas declaradas representan sólo el 0.26% de participación, según la SUNAT, para el año 2004.
- Empleo de baja calidad. Las Mypes son las que más empleo generan, sin embargo éste es de baja calidad, sobre todo, en las Mypes informales, de allí que el nivel de pobreza se incrementa en las regiones en las que las Mypes informales son mayoritarias. Hay una relación positiva directa entre informalidad, empleo informal, niveles bajos de ingreso y pobreza.
- En general constatamos que las Mypes se caracterizan por:
 - Limitadas capacidades gerenciales.
 - Muy baja productividad.
 - Bajos niveles de competitividad.
 - Baja rentabilidad.
 - Escasa inserción a los mercados, sobre todo al mercado externo.
 - Bajo nivel de tecnología.
 - Escasa capacidad operativa.
 - Limitado acceso a información sobre mercados, tecnología, etc.

- Débil articulación empresarial.
- Barreras para acceder al mercado financiero formal.
- Barreras burocráticas para acceder a la formalización.
- Poco acceso a los sistemas de desarrollo del capital social y a la capacitación.

2.2.5.3. Industrias Lácteas: Pymes

En la industria láctea de países de Centroamérica donde coexisten, o aparentan coexistir, dos sectores bien diferenciados, uno de grandes empresas, con grandes plantas y moderna tecnología y un sector de Pymes, con plantas más artesanales y productos tradicionales.

La Pymes láctea de estos países, promedio procesa entre 10 000 y 20 000 litros por día para la producción de derivados lácteos. Si bien el sector es muy diverso, en general utiliza tecnología tradicional, con un mayor uso de mano de obra, la calidad de producto es variable. Si bien las Pymes se dedican principalmente a abastecer el mercado interno, en los últimos años un grupo de Pymes iniciaron el difícil camino de la exportación.

Las grandes empresas representan la columna vertebral de la industria, por la calidad de sus productos, su acceso a la tecnología, al mercado de capitales y su capacidad exportadora, sin embargo no es posible concebir una industria exitosa donde no participe de manera importante el sector de las Pymes, que hoy tienen un gran peso en el sistema productivo del país, están generando recursos

genuinos, productos de exportación, creando fuentes de trabajo.

La industria alimentaria en general y la láctea en particular ha evolucionado en los últimos años. Estos cambios acelerados que se están presentando, tanto en la transformación de los alimentos como en su intercambio comercial, están orientados a garantizar cada vez más la oferta de alimentos seguros.

Las (Pymes), tiene una importancia muy grande en el desarrollo de los países, ellas pueden ser la diferencia entre un país financieramente sano y otro que no lo sea tanto. En México por ejemplo el 98% de las empresas son pequeñas o medianas.

La aplicación de buenas prácticas de fabricación en los productos lácteos así como en cualquier otro producto alimenticio, reduce significativamente el riesgo de originar infecciones e intoxicaciones alimentarias a la población consumidora y contribuye a formar una imagen de calidad, reduciendo las posibilidades de pérdidas de producto al mantener un control preciso y continuo sobre las edificaciones, equipos, personal, materias primas y procesos.

Tradicionalmente la producción de lácteos se ha caracterizado por realizar un esquema de control de calidad en dos etapas: la primera a la materia prima con el fin de determinar el precio de pago a los productores de leche, y la otra que se realiza sobre el producto terminado. En la actualidad la inspección tradicional se ha complementado con el uso de sistemas de control de procesos basado en enfoques sistemáticos y científicos, como son los Sistemas de Aseguramiento de Calidad.

Las empresas que no tengan sistemas de calidad adecuadamente implantados, están en serias desventajas frente aquellas que si los tienen. Los sistemas de calidad eficientemente administrados y aplicados pueden ser factores catalizadores del desarrollo de ventajas competitivas sostenibles.

El desafío para lograr esto es un camino al que algunos países le quedan por recorrer, Por Ejemplo Chile quedó en el cuarto lugar en certificaciones de ISO 9000 entre países de América Latina¹³. Respecto de la norma ISO 9001:2000, hasta diciembre de 2006 al menos se han extendido 897.866 certificaciones en 170 países y economías, donde el 2006 ha tenido un aumento del 16% respecto del año 2005, Bajo otro punto de vista, el 2006 tiene un incremento de 5.4 veces lo que al año 2002 se tenía a nivel mundial. En el caso chileno la situación fue la siguiente: al año 2002, 92 certificaciones y al año 2006, 2.565 certificaciones. En este último año, Chile participó en un 9% del total de certificaciones de la región, donde Brasil lideró los reconocimientos con el 30%.

En las diferentes latitudes de un mundo globalizado, los clientes o consumidores cada vez somos más exigentes en cuanto a la calidad de los productos; además, las regulaciones internacionales y la creación de los grandes bloques económicos han reemplazado las barreras comerciales de ingreso de productos importados por barreras de orden técnico, por ejemplo, a la Unión Europea solamente pueden ingresar productos que hayan sido elaborados empleando el sistema de calidad basado en HACCP.

¹³ informe de la International Organization for Standardization (ISO)

Adicionalmente, los gobiernos locales también están siendo exigentes con las industrias de alimentos bajo su jurisdicción, como lo es en el caso del Perú el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de los Alimentos. de otro lado la integración de los sistemas HACCP con sistemas de gestión de la familia ISO como los estándares ISO 9000 e ISO 22000 está llegando a ser imperativo para poder tener procesos competitivos.

2.2.5.4. Calidad de la leche y de los productos lácteos

En el momento de la recepción, la leche cruda es sometida a una serie de análisis que permiten evaluar su ajuste a tales requisitos y así mismo a su salida de las plantas procesadoras. Después que la leche sale de la vaca ya no se puede cambiar su composición fisicoquímica a no ser en algunos ajustes permitidos para mejorar su aspecto (Homogenizar), disminuir algunos de sus componentes para hacerla más atractiva para algún consumidor especial (deslactosar, descremar), preparación de derivados: queso, helado, yogurt, suero, cremas y otros, todo ello mediante tecnologías permitidas y declaradas.

La leche es el único material producido por la naturaleza para funcionar exclusivamente como fuente de alimento. Por esto, un factor fundamental que influye sobre el valor de aceptación universal de la leche es la imagen que ésta representa, a saber, que constituye una fuente nutritiva, no superada por ningún otro alimento conocido por el ser humano. La leche es el más completo y equilibrado de los

alimentos, exclusivo del hombre en sus primeros meses de vida y excelente en cualquier edad.

Si bien son incuestionables las cualidades nutritivas de la leche y los productos lácteos, no es menos cierto que, desde su síntesis en la glándula mamaria hasta su llegada al consumidor, estas cualidades están sometidas a un gran número de riesgos que hacen peligrar la calidad original.¹⁴

Estos riesgos son: la contaminación y multiplicación de microorganismos, contaminación con gérmenes patógenos, alteración físico-química de sus componentes, absorción de olores extraños, generación de malos sabores y contaminación con sustancias químicas tales como pesticidas, antibióticos, metales, detergentes, desinfectantes, partículas de suciedad, etc. Todos éstos, ya sea en forma aislada o en conjunto, conspiran en forma negativa sobre la calidad higiénica y nutricional del producto y, consecuentemente, conspiran en contra de la salud pública y economía de cualquier país.

Es por ello que el desafío para quienes trabajan en el sector lechero no sólo es producir mayor cantidad de leche sino, también, de alta calidad higiénica, y para ello deben contemplarse aspectos fundamentales, como lo son la higiene microbiológica, higiene química e higiene estética. Tres aspectos que, unidos, pueden contribuir favorablemente a la mejora del sector lechero de nuestros países, con el beneficio consecuente en el desarrollo físico e intelectual de las generaciones venideras.

¹⁴ James M.J. 2002; Hernández, R. 2006.

Higiene de la leche y salud pública, dos aspectos que se conectan mediante una sola palabra, "calidad".

2.2.5.5. Calidad en la Industria de los Alimentos

Desde hace ya varios años, las preferencias de los consumidores tienden a orientarse hacia productos más sanos, nutritivos, sabrosos y producidos por métodos más respetuosos del medio ambiente. El hilo conductor de esta evolución es la calidad, un imperativo fundamental y un concepto complejo:

"Conjunto de atributos que hacen referencia de una parte a la presentación, composición y pureza, tratamiento tecnológico y conservación que hacen del alimento algo más o menos apetecible al consumidor y por otra parte al aspecto sanitario y valor nutritivo del alimento"¹⁵

En la práctica la calidad a la que nos referimos es: calidad sanitaria, calidad nutritiva, calidad tecnológica, calidad organoléptica y calidad económica.

La salubridad es, obviamente, la primera condición y uno de los elementos obligatorios de la calidad. Lo mismo cabe decir de la observancia de las normas legales relativas al medio ambiente y al bienestar de los animales. El valor nutritivo de los productos es un concepto más relativo, ya que va unido a los hábitos alimentarios. Otros aspectos de la calidad son optativos, dado que implican nociones subjetivas que dependen de las preferencias de los consumidores (sabor, olor, apariencia) (FAO, 1999).

¹⁵ Elergonomista.com. "calidad de los alimentos. 2005.

Los estilos de vida de hoy en día son muy diferentes a los de otros tiempos. El acelerado ritmo de la vida actual y el aumento de hogares con una sola persona y de mujeres que trabajan han introducido cambios en los hábitos de consumo y la preparación de los alimentos. Una de las consecuencias positivas de este hecho han sido los rápidos avances que se han logrado en cuanto a tecnología alimentaria y las técnicas de procesamiento y envasado de los alimentos, que ayudan a garantizar un abastecimiento de alimentos seguro y sano. A pesar de estos avances, se dan casos de contaminación alimenticia, por causa de contaminantes naturales, o contaminantes introducidos de forma accidental o por negligencia.

La mejora de la calidad constituye un reto para la Industria alimentaria debido a que las pérdidas impartidas a la sociedad por falta de calidad en un alimento pueden ser significativamente más severas que las pérdidas causadas por este concepto en la mayoría de los otros productos y servicios que recibe, porque no solo se incurre en pérdidas económicas, sino que también se involucra la salud del consumidor, y en caso extremo, su vida. Hoy en día las pérdidas infringidas a la sociedad por deficiente calidad de los alimentos son imposibles de calcular, debido fundamentalmente a que solo se dan a conocer los casos de intoxicación o infección más severos, pero existe un consenso entre los profesionales en el tema, que los casos reportados en las estadísticas oficiales son solo la punta del témpano (Inda 1999).

En la calidad de los alimentos interactúan diferentes disciplinas como es la higiene de los alimentos, la sanidad animal, la tecnología, las entidades regulatorias y legales, entre otras, lo cual propicia la existencia de diferentes programas de higiene y producción y a la proliferación de gran número de normativas y metodologías con requisitos de calidad diversos a tener en consideración para demostrar confiabilidad en los alimentos producidos (INPPAZ-OPS/OMS, 2001). Dentro de las metodologías existentes destacan los códigos de higiene de los alimentos ofrecidos por el Codex Alimentarius, pero ellos por si solo no permiten gestionar la calidad pues no tienen en cuenta aspectos del proceso productivo y los relacionados con las explotaciones animales y la posventa. (CEE, 2001).

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- a. **Adaptabilidad:** Según el cual el órgano de dirección debe responder de forma operativa y eficaz a los cambios que se operan en la organización y/o en el entorno, por lo que se hace necesario que su diseño garantice de forma ágil y dinámica el ejercicio de la función de regulación en el sistema, en correspondencia con el ritmo e intensidad de las actividades fundamentales.
- b. **Comunicación:** Es el proceso de transmitir información y comprensión entre dos personas. Es la manera de relacionarse con otras personas a través de datos, ideas, pensamientos y valores. Ésta une a las personas a partir de sentimientos y conocimiento.

- c. **División del Trabajo:** Significa que, en lugar de que un individuo desarrolle toda una actividad, ésta se desglosa en cierto número de pasos, por lo que cada paso lo determinará un individuo diferente. En esencia, los individuos se especializan en realizar parte de una actividad, en lugar de que ellos la hagan toda. Un ejemplo de la división de trabajo es la producción por medio de la línea de ensamble, en la que cada obrero realiza la misma actividad estandarizada una y otra vez.
- d. **Eficacia:** es el nivel de contribución al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa. Diremos que una acción es eficaz cuando consigue los objetivos tácticos correspondientes.
- e. **Eficiencia:** está referida a la relación existente entre los bienes o servicios producidos o entregados y los recursos utilizados para ese fin (productividad), en comparación con un estándar de desempeño establecido.
- f. **Empresa:** unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. La creada y sostenida por un poder público.
- g. **Evidencia físicas (Physical Evidence):** la evidencia física puede ayudar a crear el "ambiente" y la "atmósfera" en que se compra o realiza un servicio y puede ayudar a darle forma a las percepciones que del servicio tengan los usuarios.
- h. **Intangible:** que no debe o no puede tocarse.
- i. **Marketing:** tiene como objetivo principal favorecer el intercambio entre dos partes de modo que ambas resulten beneficiadas. se entiende por intercambio a «el acto de obtener un producto deseado de otra persona, ofreciéndole algo a cambio.

- j. **Organización:** acción y efecto de organizar u organizarse. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines. Disposición, arreglo, orden.
- k. **Personal:** el personal del servicio está compuesto por aquellas personas que prestan los servicios de una organización a los usuarios. El personal de servicios es importante en todas las organizaciones, y es aún más importante cuando, no existiendo las evidencias de los productos tangibles, el usuario se forma la impresión de la empresa con base en el comportamiento y actitudes de su personal.
- l. **Planificación:** es un proceso analítico, que incluye una estimación del futuro de alcance nacional sobre la base de determinados recursos de acción. Alternativos, para el cumplimiento de los fines de un país en el corto, mediano y largo plazo
- m. **Planeamiento:** es curso de acción a seguir de la empresa, mediante estrategias y tácticas elaboradas, buscando la maximización de los resultados utilizando los recursos necesarios de un modo racional y adecuado en la toma de decisiones
- n. **Planeamiento Estratégico:** no trata de tomar decisiones futuras, ya que solo estas pueden tomarse en el momento. La planeación del futuro exige que se haga la elección entre posibles sucesos futuros, pero las decisiones en si, las cuales se toman con base en estos sucesos, solo pueden hacerse en el momento.
- o. **Posicionamiento:** es un principio fundamental del marketing que muestra su esencia y filosofía, ya que lo que se hace con el producto no es el fin, sino el medio por el cual se accede y

trabaja con la mente del consumidor: se posiciona un producto en la mente del consumidor.

- p. Plaza:** o el mercado propiamente dicho es nuestro usuario/usuario, que ya sea institucional o individual, se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas es decir que es la ubicación.
- q. Precio:** percepción que tiene el comprador sobre el valor del producto. El valor del producto que vamos a vender es fundamental; si para la gente comprar lo que ofrecemos es "caro", puede ser que no lo haga. Es necesario comparar precios con aquellos productos semejantes al nuestro. Debemos ser competitivos, hay que ofrecer un precio adecuado es decir lo que pagas diariamente.
- r. Proceso de Adopción:** es la serie de etapas por las que pasa la innovación antes de ser usada por el mercado.
- s. Proceso:** los procesos son todos los procedimientos, mecanismos y rutinas por medio de los cuales se crea un servicio y se entrega a un usuario, incluyendo las decisiones de política con relación a ciertos asuntos de intervención del usuario y ejercicio del criterio de los empleados. La administración de procesos es un aspecto clave en la mejora de la calidad del servicio.
- t. Producto:** es aquello que deseamos vender, sea un servicio, un bien intangible o un producto con valores físicos. El producto debe tener gran calidad o avances de innovación superiores a los de la competencia; aquí debemos fijarnos en todo, desde los

procesos de producción es decir es el bien o servicio que tu consumes.

- u. **Promoción:** para dar a conocer los proveedores de la información que controlan y los posibles distribuidores de nuestros servicios/productos, si es que pensamos promoverlos en alguna otra parte. está directamente relacionada con publicidad y con ventas.

En este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto.

- v. **Tangible:** que se puede tocar. Que se puede percibir de manera precisa.
- w. **Valor Agregado:** concepto que se refiere a lo que el fabricante agrega a los materiales que prepara como productos para el consumo del mercado.
- x. **Ventaja Competitiva:** característica única de una compañía o producto que la hace ser superior a la competencia.

2.4. HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

El planeamiento empresarial incide de manera significativa en la gestión de las Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto–Distrito de Castrovirreyna.

HIPÓTESIS ALTERNO O NULA

El planeamiento empresarial no incide de manera significativa en la gestión de las Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto–Distrito de Castrovirreyna.

2.5. VARIABLES

a) Variable independiente:

Planeamiento Empresarial

Indicadores:

- Planes
- Programas
- Proyectos
- Presupuestos

b) Variable dependiente:

Gestión de las Mypes.

Indicadores:

- Personal
- Procesos
- Capacitación
- Información

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

<p>HIPÓTESIS: El planeamiento empresarial incide de manera significativa en la gestión de las Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto–Distrito de Castrovirreyña</p>		
<p>VARIABLE: Planeamiento Empresarial</p>		
Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores
<p>El planeamiento es el punto de partida de la gestión empresarial, es una visión de lo que se pretende lograr, fijando lineamientos de acción a seguirse, estableciendo objetivos que se pretenden alcanzar, las actividades y la programación fijados en tiempos límites.</p>	<p>Define el curso de acción a seguir mediante estrategias y tácticas elaboradas, buscando la maximización de resultados utilizando los recursos necesarios de un modo racional y adecuado en base a la toma de decisiones, teniendo en cuenta las contingencias y posibles supuestos que se presentan en el transcurso del planeamiento propuesto para alcanzar los objetivos finales.</p>	<p>Planes Programas Proyectos Presupuestos</p>
<p>Variable: Gestión de MYPES</p>		
<p>Gestión: indica que se trata de realización de diligencias enfocadas a la obtención de algún beneficio, tomando a las personas que trabajan en la compañía como recursos activos para el logro de los objetivos. La gestión se divide en todas las áreas que comprenden a una empresa, ya que todos los departamentos que la administración tiene bajo su cargo, deben estar involucrados con la gestión empresarial MYPES.</p>	<p>Buscan promover un desarrollo territorial basado en un buen desempeño y en su efectiva inserción en los mercados, favoreciendo de esta manera la generación de empleo, la democratización de diversas oportunidades y la participación de los ciudadanos, Su importante radica porque éstas buscan ingresar en el mercado para generar empleo y oportunidades a los pobladores de una determinada región y del país.</p>	<p>Personal Procesos Capacitación Información</p>

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación por su finalidad es Aplicada, como consecuencia del estudio de hechos y fenómenos respecto a la gestión en las Mypes productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto - Castrovirreyna.

Gomero, G. y Moreno, J. (1997) Proceso de la Investigación Científica; *Tiene por objetivo resolver problemas prácticos para satisfacer las necesidades de la sociedad. Estudia hechos o fenómenos de posible utilidad práctica. Esta utiliza conocimientos obtenidos en las investigaciones básicas, pero no se limita a utilizar estos conocimientos, sino busca nuevos conocimientos especiales de posibles aplicaciones prácticas. Estudia problemas de interés social*¹⁶.

¹⁶ Gomero, G. y Moreno, J. (1997) Proceso de la Investigación Científica. Pág. 68

3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de la investigación para la presente trabajo es Descriptivo – Correlacional.

Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación¹⁷; *los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.*

Es un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga.

Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación;¹⁸ *los estudios correlacionales tienen como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular)*

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

- **Método Inductivo:** Obtención de conocimientos de lo particular a lo general. Por lo que establecimos proposiciones de carácter general inferidas de la observación y el estudio analítico de hechos y fenómenos en estudio.
- **Método Deductivo:** Razonamiento mental que conduce de lo general a lo particular. Permitted partir de proposiciones o supuestos generales que se deriva a otra proposición o juicio particular.
- **Método Correlacional:** Estudia la relación entre dos o más variables de estudio.

¹⁷ Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación.

¹⁸ Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación.

3.4. TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- **Encuesta.-** Cuestionarios aplicados con preguntas dirigidas a los administradores y responsables de la administración de las Mypes productoras de lácteos, previa autorización de los dueños.
- **Observación.-** Permitted observar, ver y examinar atentamente, situaciones de interés en las mypes de lácteos. Es así como se hizo en particular la observación personal donde un investigador observa el comportamiento real conforme se presenta.
- **Análisis Documental.-** Se analizó documentación bibliográfica para procesar la información lo más cercano a la realidad de las mypes. Con la finalidad de corroborar y corregir información obtenida a través de las encuestas.

3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es No Experimental, transeccional correlacional – causal, ya que se recogió información en un solo momento.

- Investigación no experimental.
- Diseño transaccional, correlacional - causal.
- Diagrama de diseño:

$Ox \quad r \quad Oy$

Donde:

O = Observación
 x = Planeamiento empresarial
 y = Gestión de mypes
 r = Relación de variables

Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación;¹⁹ *los diseños transaccionales correlacionales – causales; estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. Se trata de descripciones, pero no de categorías, conceptos, objetos, ni variables individuales, sino de sus relaciones, sean éstas puramente correlacionales o relaciones causales. En estos diseños los que se mide – analiza (enfoque cuantitativo) o evalúa analiza (enfoque cualitativo) es la asociación entre categorías, conceptos, objetos o variables en un tiempo determinado. A veces únicamente en términos correlacionales, otras en términos de relación causa – efecto (razones por la que se manifiesta una categoría, una variable, un suceso o un concepto) (causales).*

3.6. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

3.6.1. Población

Definen la población como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Debiendo situarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y en el tiempo”²⁰

3.6.2. Muestra

Definen muestra como “una parte del universo que debe representar los mismos fenómenos que ocurren en aquel, con el fin de estudiarlos y medirlos”²¹

Por consiguiente el tamaño muestral de la presente investigación se conformó por las 6 Mypes productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto –

¹⁹ Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación.

²⁰ Hernández (1995) Pág. 210.

²¹ Fisher y Navarro (1994) Pág. 39

Castrovirreyna, de los cuales se tomó una muestra representativa de 28 responsables de dirigir cada Mypes.

3.7. PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas a ser utilizadas para adjuntar y capturar datos fueron las siguientes:

Para la recolección de datos primarios:

- Identificación de la muestra.
- Procesos de observación.

Para la recolección de datos secundarios:

- Recopilación de fuentes bibliográficas.
- Proceso de encuestas.
- Aplicación y validación del instrumento.
- Tabulación de datos.

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Concluido el trabajo de campo, se procedió a construir una base de datos para luego realizar los análisis estadísticos en el paquete SPSS versión 12.0 realizando las siguientes actividades:

- a. Obtención de frecuencias y porcentajes en variables cualitativas
- b. Construcción de tablas para cada variable según los estudiantes encuestados.
- c. Elaboración de gráficos por cada percepción estudiada para la presentación de resultados.
- d. Análisis inferencial con la prueba de chi-cuadrado de comparación de proporciones independientes.
- e. Se efectuara a través del paquete estadístico SPS Ver. 12.0.

3.9. ÁMBITO DE ESTUDIO

El ámbito donde se realizó la investigación fue la Comunidad Campesina de Sinto – Castrovirreyna del Departamento de Huancavelica.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS

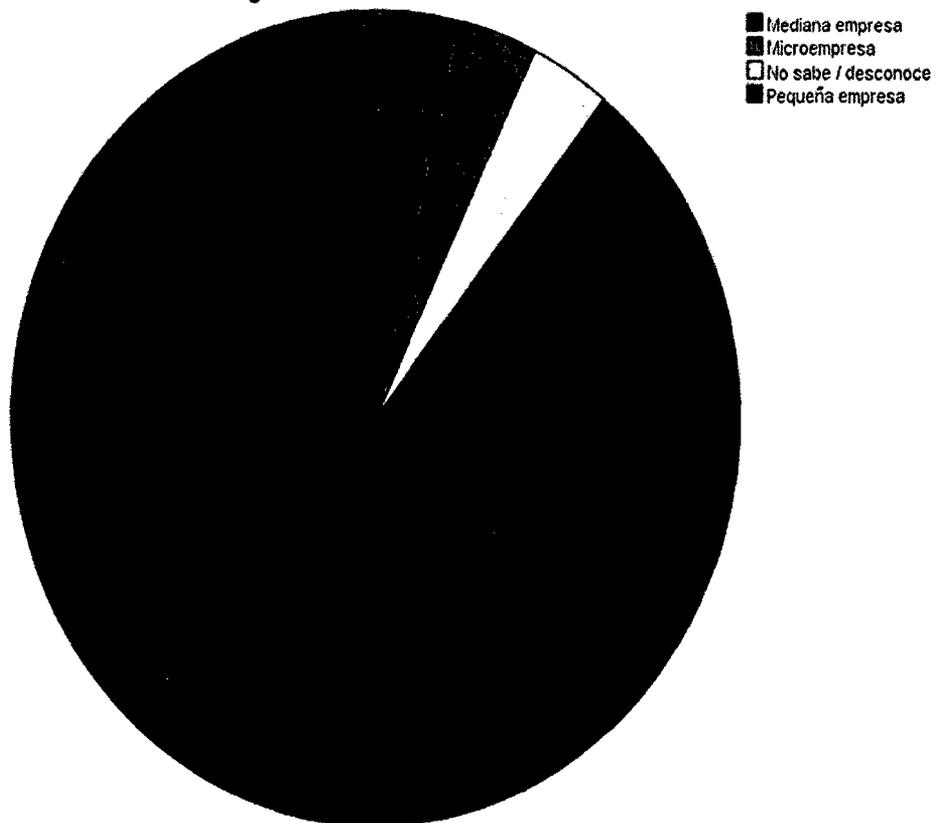
4.1. RESULTADOS DEL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LACTEOS

1. A la pregunta:
¿Qué tipo de empresa dirige usted?

CUADRO N° 1

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mediana empresa	1	3,6	3,6	3,6
Microempresa	1	3,6	3,6	7,1
No sabe / desconoce	1	3,6	3,6	10,7
Pequeña empresa	25	89,3	89,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿QUÉ TIPO DE EMPRESA DIRIGE USTED



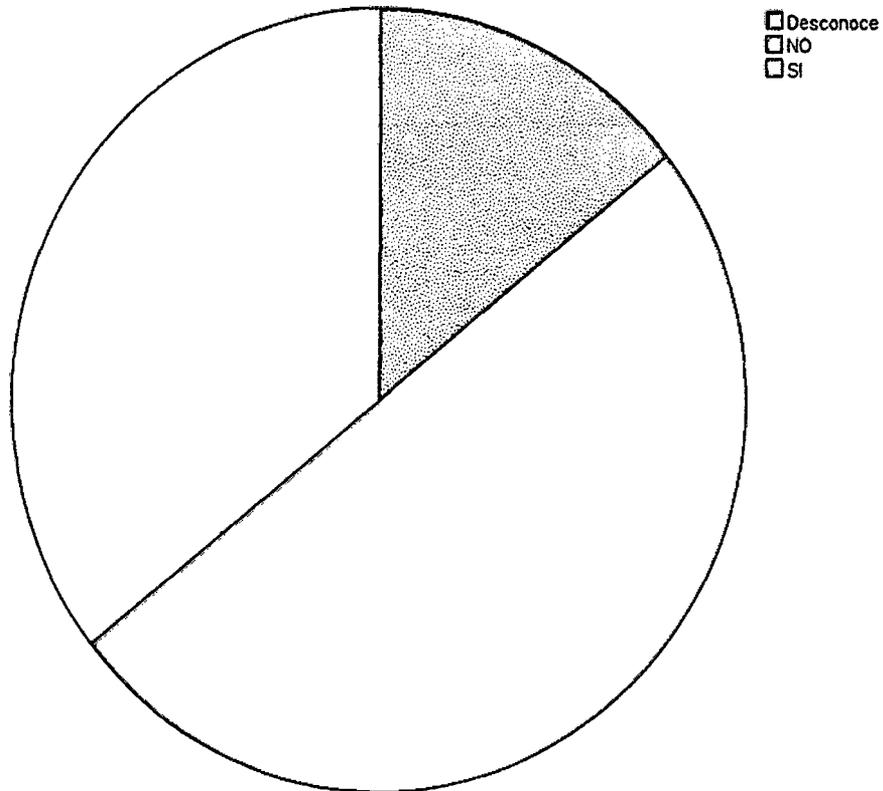
**FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS**

2. A la pregunta:
¿En su empresa se tiene un plan estratégico o plan empresarial?

CUADRO N° 2

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconoce	4	14,3	14,3	14,3
NO	14	50,0	50,0	64,3
SI	10	35,7	35,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿EN QUE EMPRESA SE TIENE UN PLAN ESTRATÉGICO O PLAN EMPRESARIAL?



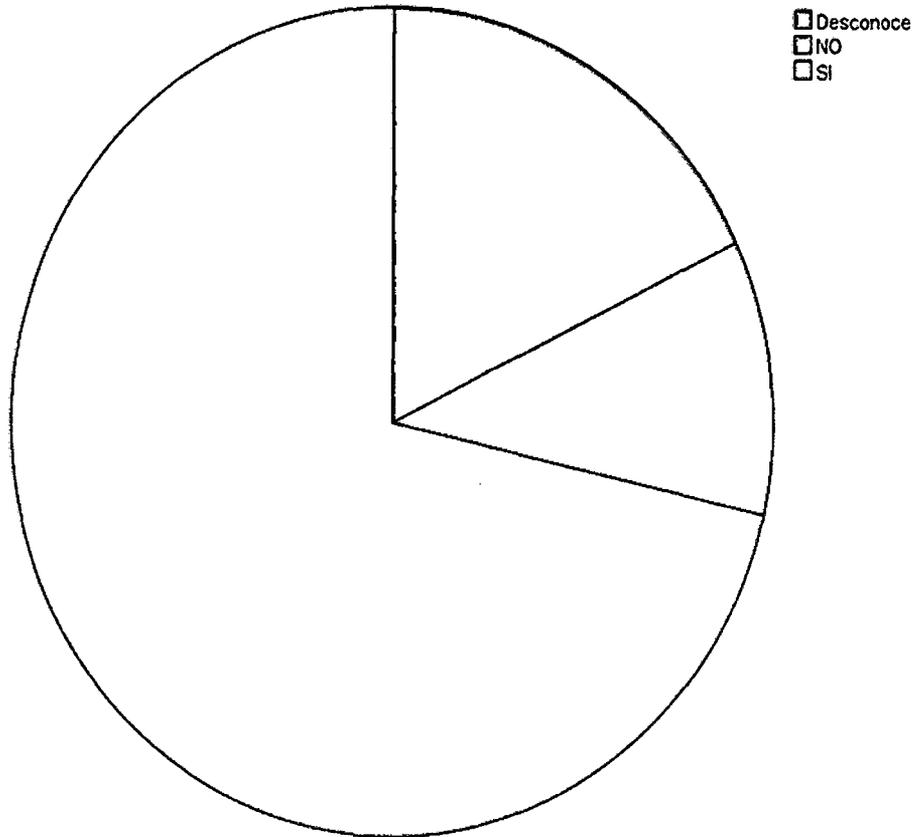
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

3. A la pregunta:
¿Se tiene definido la visión y misión en la empresa que usted dirige?

CUADRO N° 3

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconoce	5	17,9	17,9	17,9
NO	3	10,7	10,7	28,6
SI	20	71,4	71,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿SE TIENE DEEFINIDO LA VISIÓN Y MISIÓN EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?



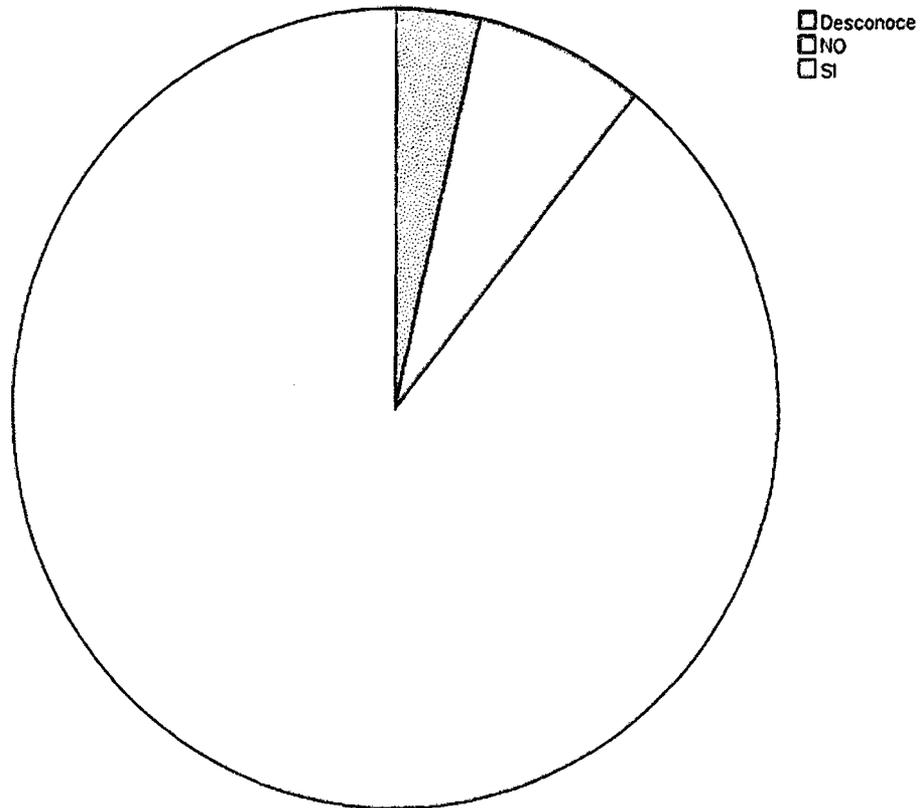
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

4. A la pregunta:
¿Se tiene definido los objetivos y metas de la empresa que usted dirige?

CUADRO N° 4

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconoce	1	3,6	3,6	3,6
NO	2	7,1	7,1	10,7
SI	25	89,3	89,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?



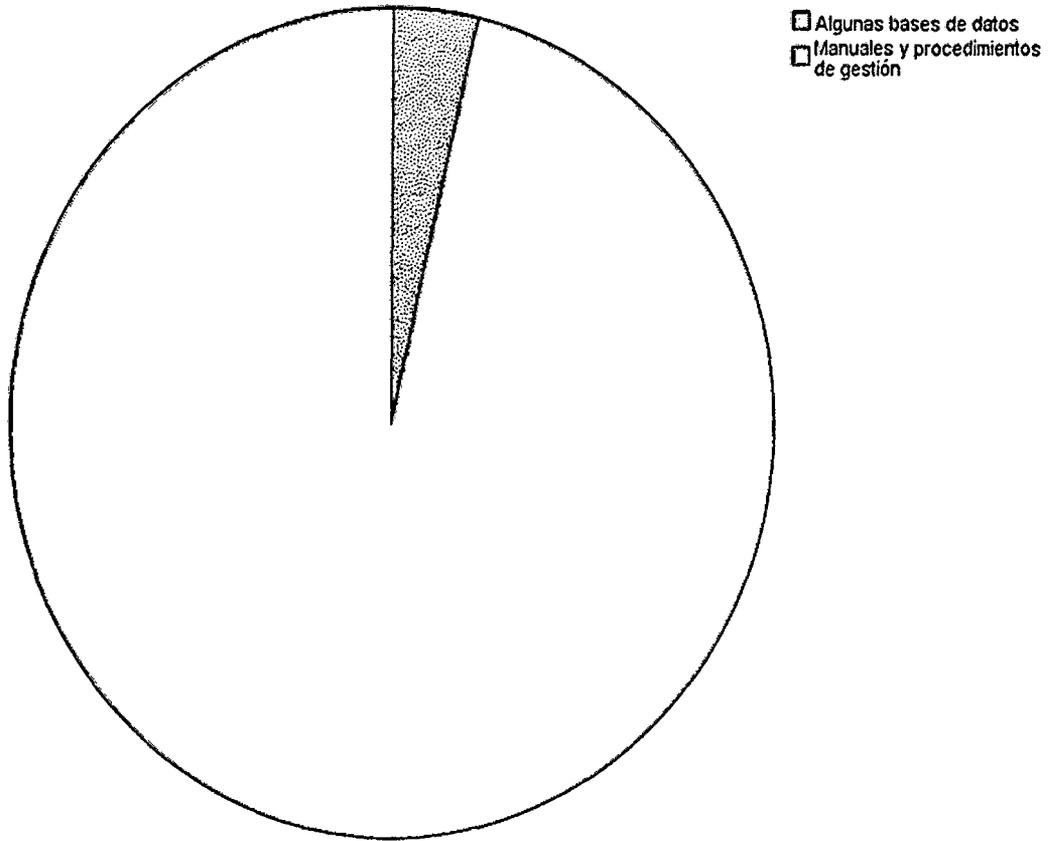
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

5. A la pregunta:
¿ Señale usted con qué tipo de instrumentos cuenta su empresa para poner en marcha un plan empresarial?

CUADRO N° 5

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas bases de datos	1	3,6	3,6	3,6
Manuales y procedimientos de gestión	27	96,4	96,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿SEÑALE USTED CON QUÉ TIPO DE INSTRUMENTOS CUENTA SU EMPRESA PARA PONER EN MARCHA UN PLAN EMPRESARIAL?



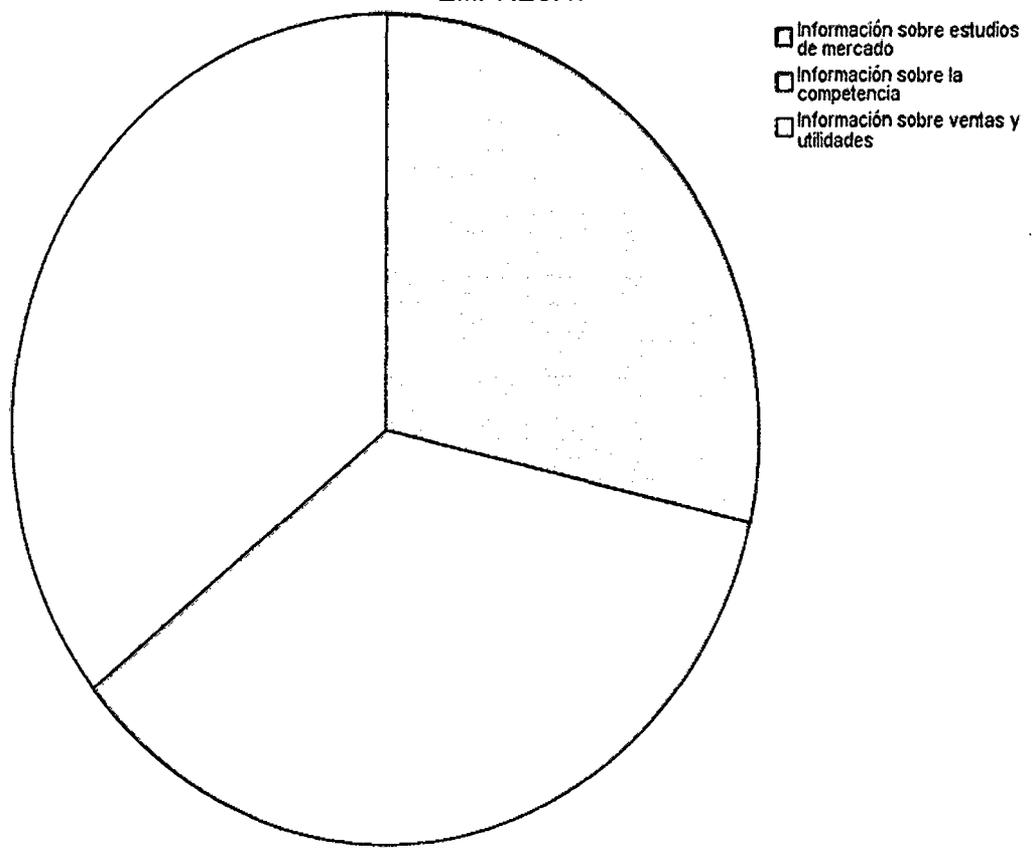
**FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS**

6. A la pregunta:
¿Qué tipo de información registran, analizan y comparan en su empresa?

CUADRO N° 6

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Información sobre estudios de mercado	8	28,6	28,6	28,6
Información sobre la competencia	10	35,7	35,7	64,3
Información sobre ventas y utilidades	10	35,7	35,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿QUE TIPO DE INFORMACIÓN REGISTRAN, ANALIZAN Y COMPARAN EN SU EMPRESA?



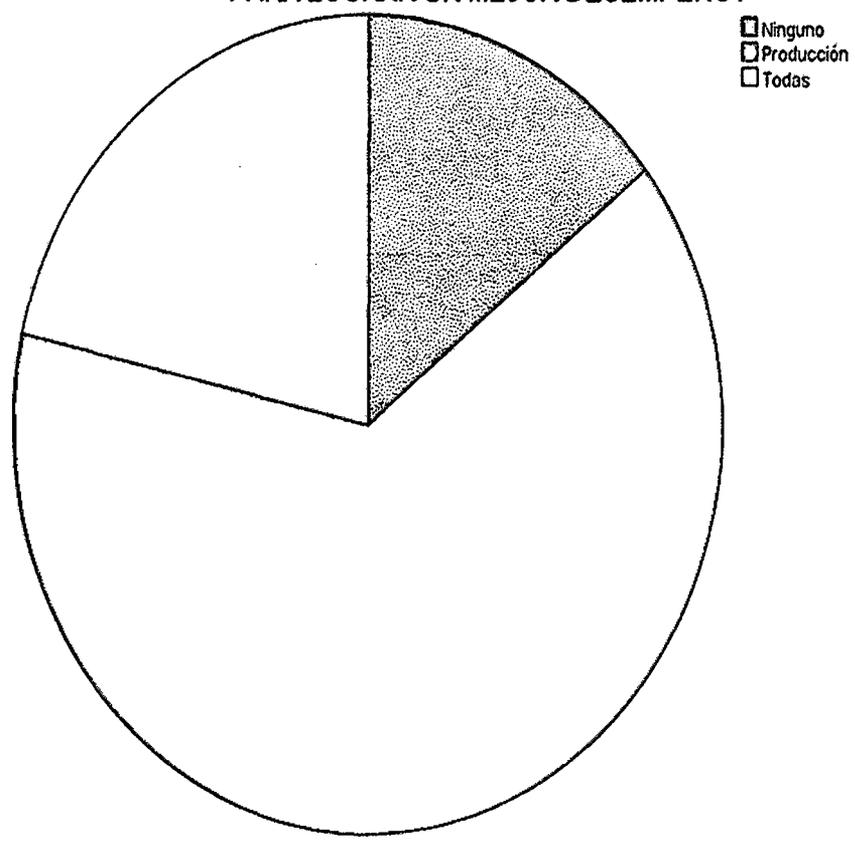
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

7. A la pregunta:
¿La empresa que usted dirige brinda capacitación a su personal para lograr un mejor desempeño?

CUADRO N° 7

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguno	4	14,3	14,3	14,3
Producción	18	64,3	64,3	78,6
Todas	6	21,4	21,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE BRINDA CAPACITACIÓN A SU PERSONAL PARA LOGRAR UN MEJOR DESEMPEÑO?



**FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS**

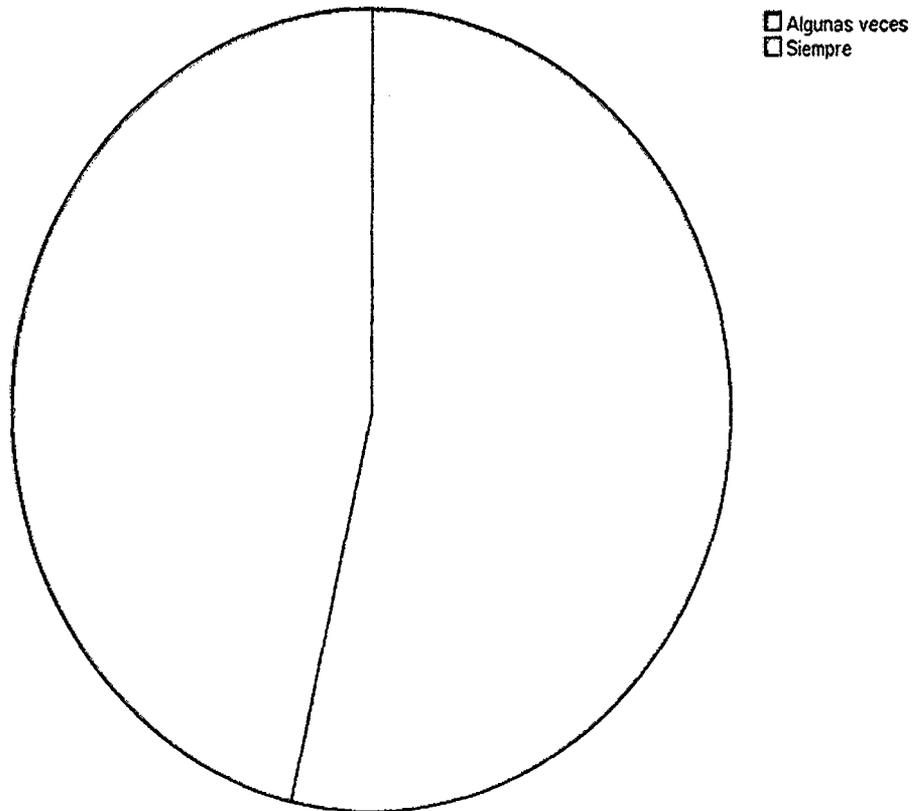
8. A la pregunta:

¿Su empresa suelen identificar los problemas que se presentan y a su vez proponen alternativas de solución en la producción, mercado y comercialización?

CUADRO N° 8

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	15	53,6	53,6	53,6
Siempre	13	46,4	46,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?



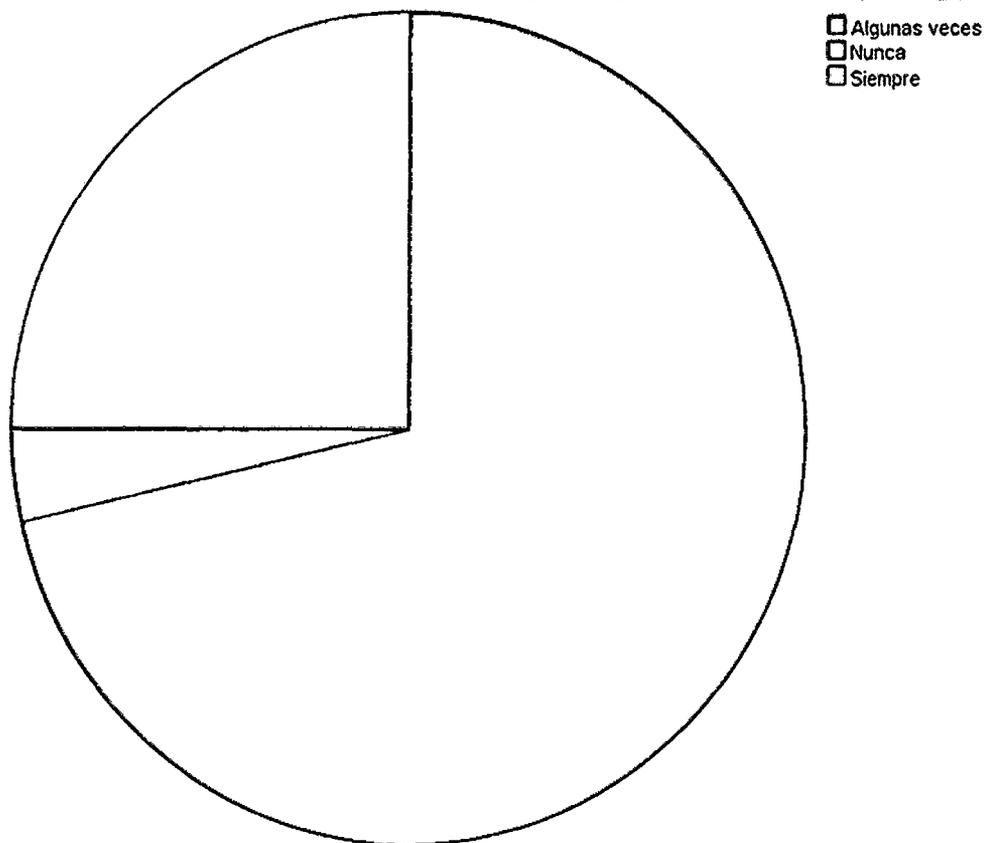
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

9. A la pregunta:
¿Considera usted que en su empresa al tomar decisiones se identifica claramente el criterio más importante?

CUADRO N° 9

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	20	71,4	71,4	71,4
Nunca	1	3,6	3,6	75,0
Siempre	7	25,0	25,0	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿CONSIDERA USTED QUE EN SU EMPRESA AL TOMAR DECISIONES SE IDENTIFICA CLARAMENTE EL CRITERIO MÁS IMPORTANTE?



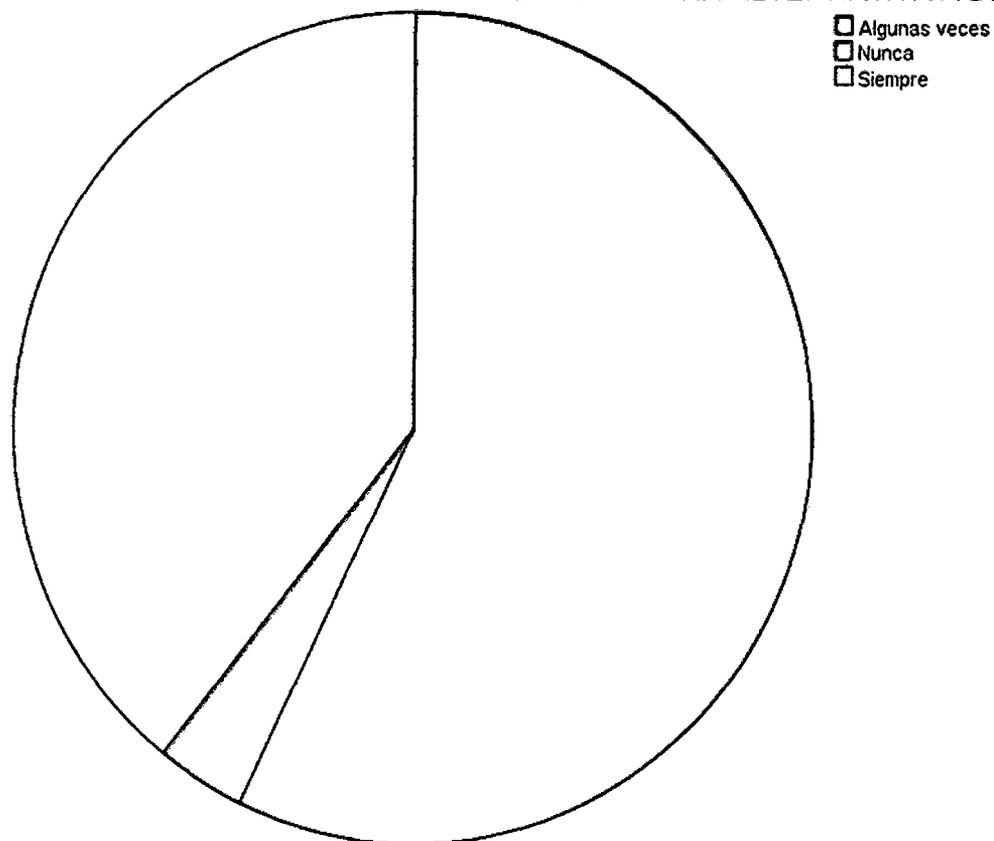
**FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS**

10. A la pregunta
¿En la toma de decisiones de su empresa se priorizan los criterios seleccionados para evaluar una alternativa a decidir?

CUADRO N° 10

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	16	57,1	57,1	57,1
Nunca	1	3,6	3,6	60,7
Siempre	11	39,3	39,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿EN LA TOMA DE DECISIONES DE SU EMPRESA SE PRIORIZAN LOS CRITERIOS SELECCIONADOS PARA EVALUAR UNA ALTERNATIVA A DECIDIR?



FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

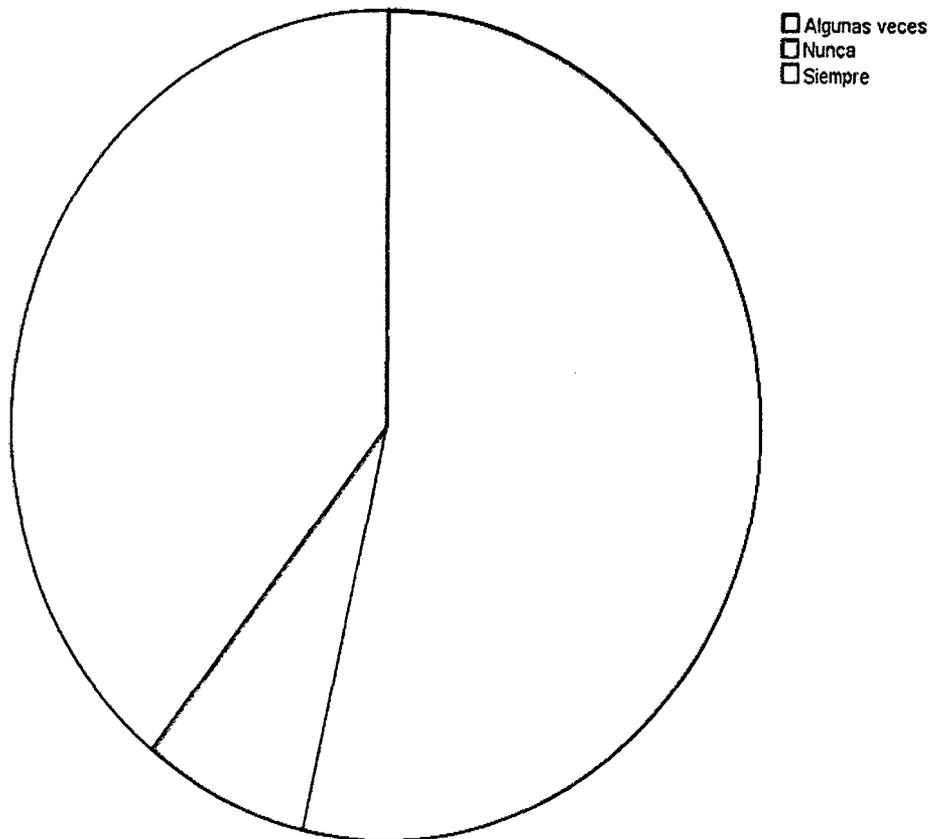
11. A la pregunta:

¿En la empresa que usted dirige se analiza críticamente cada una de las alternativas presentadas antes de tomar una decisión?

CUADRO N° 11

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	15	53,6	53,6	53,6
Nunca	2	7,1	7,1	60,7
Siempre	11	39,3	39,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE SE ANALIZA CRÍTICAMENTE CADA UNA DE LAS ALTERNATIVAS PRESENTADAS ANTES DE TOMAR UNA DECISIÓN?



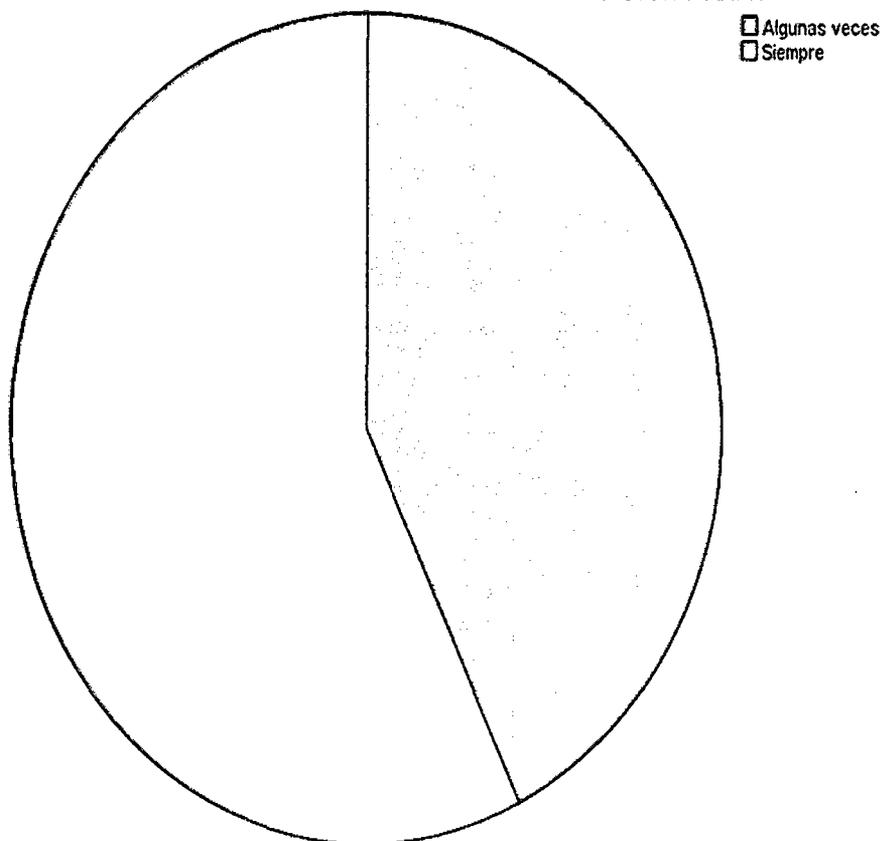
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

12. A la pregunta:
¿En la empresa que usted dirige se seleccionan las alternativas de acuerdo al grado de importancia?

CUADRO N° 12

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	12	42,9	42,9	42,9
Siempre	16	57,1	57,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE SE SELECCIONAN LAS ALTERNATIVAS DE ACUERDO AL GRADO DE IMPORTANCIA?



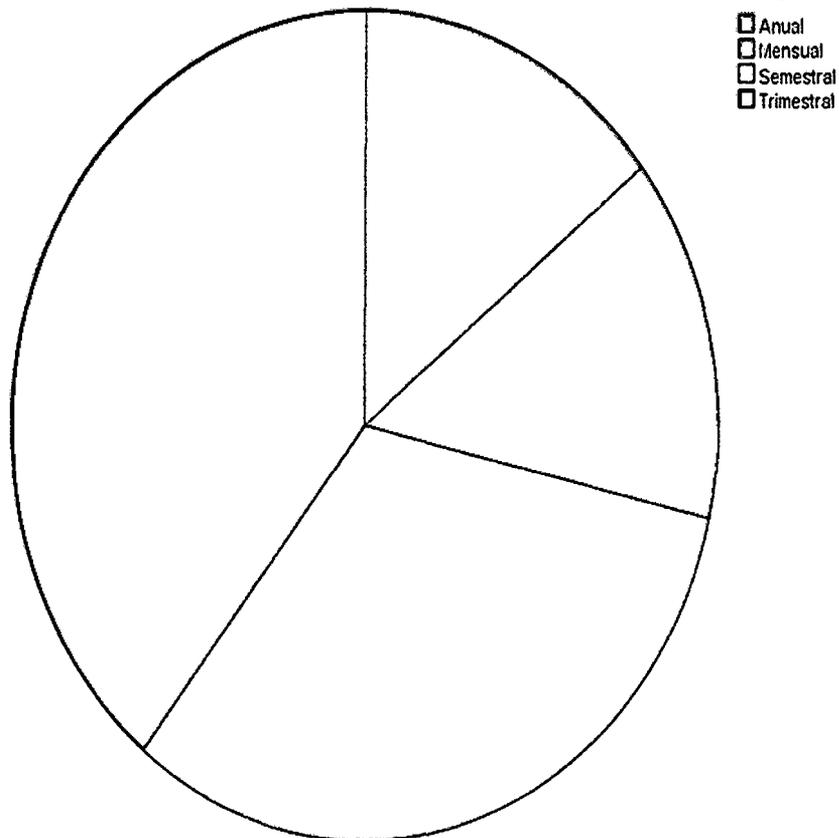
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

13. A la pregunta:
¿Cuál es la frecuencia de la implementación y puesta en práctica las alternativas seleccionadas?

CUADRO N° 13

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Anual	4	14,3	14,3	14,3
Mensual	4	14,3	14,3	28,6
Semestral	9	32,1	32,1	60,7
Trimestral	11	39,3	39,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿CUÁL ES LA FRECUENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN Y PUESTA EN PRÁCTICA LAS ALTERNATIVAS SELECCIONADAS?



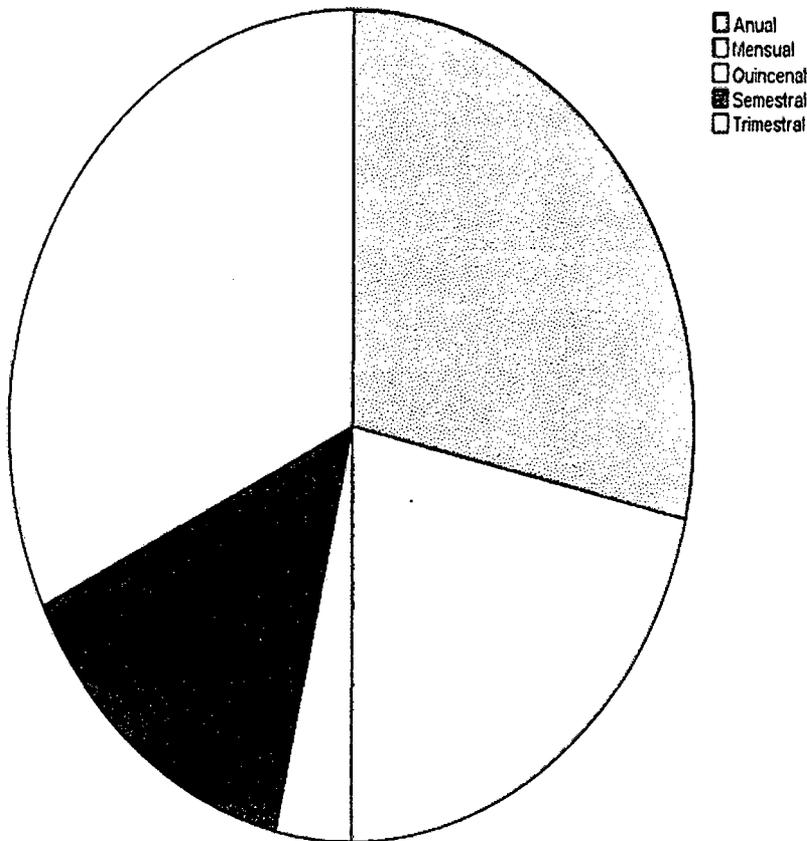
FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

14. A la pregunta:
¿En la empresa que usted dirige los planes planteados son evaluados en forma?

CUADRO N° 14

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Anual	8	28,6	28,6	28,6
Mensual	6	21,4	21,4	50,0
Quincenal	1	3,6	3,6	53,6
Semestral	4	14,3	14,3	67,9
Trimestral	9	32,1	32,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

¿EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE LOS PLANES PLANTEADOS SON EVALUADOS EN FORMA?



FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISISTAS

4.2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

RESULTADOS DE DEPENDENCIA Y CORRELACIÓN DE VARIABLES DE PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y VARIABLES DE GESTIÓN DE LAS MYPES:

- a. Como primer punto de relación hemos tomado a las variables:
 - VAR02: ¿QUÉ TIPO DE EMPRESA DIRIGE USTED?
 - VAR10. ¿LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE BRINDA CAPACITACIÓN A SU PERSONAL PARA LOGRAR UN MEJOR DESEMPEÑO?

b. HIPÓTESIS:

Hi: El planeamiento empresarial incide de manera significativa en la gestión de la Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto-Distrito de Castrovirreyna.

Ho: El planeamiento empresarial no incide de manera significativa en la gestión de la Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto-Distrito de Castrovirreyna.

c. OPERATIVIDAD:

Generación de tablas de contingencias con variables principales de la encuesta, con el objeto de validar la Hipótesis de chi-cuadrado, independencia de variables, es decir que no hay relación alguna con estas variables. En todo caso aquí nos interesa la hipótesis alternativa.

- Se han realizado las tablas de contingencia entre dos variables y se ha determinado la independencia de estas variables, es decir no hay relación entre el giro del negocio y las capacitaciones que esta brinda; mediante prueba de chi-cuadrado con nivel $\alpha=0.05$ (riesgo de 5 por cien y/o 0.05 en términos de probabilidad) y con 6 grados de libertad, el nivel o grado de asociación no se ha determinado por que estamos tratando con variables categóricas no numéricas

RESUMEN DEL PROCESAMIENTO DE LOS CASOS

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿QUÉ TIPO DE EMPRESA DIRIGE USTED * ¿LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE BRINDA CAPACITACIÓN A SU PERSONAL PARA LOGRAR UN MEJOR DESEMPEÑO?	28	100,0%	0	,0%	28	100,0%

Tabla de Contingencia

**¿QUÉ TIPO DE EMPRESA DIRIGE USTED? ¿LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE
BRINDA CAPACITACIÓN A SU PERSONAL PARA LOGRAR UN MEJOR
DESEMPEÑO?**

Recuento

		¿LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE BRINDA CAPACITACIÓN A SU PERSONAL PARA LOGRAR UN MEJOR DESEMPEÑO?			Total
		Ninguno	Producción	Todas	
¿QUÉ TIPO DE EMPRESA DIRIGE USTED	Mediana empresa	0	1	0	1
	Microempresa	0	0	1	1
	No sabe / desconoce	0	0	1	1
	Pequeña empresa	4	17	4	25
	Total	4	18	6	28

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,338 ^a	6	,214
Razón de verosimilitudes	7,525	6	,275
N° de casos válidos	28		

a. 10 casillas (83.3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .14.

- **Con respecto a las relaciones de variables:**

VAR00003: ¿A QUÉ GIRO DE NEGOCIO SE DEDICA LA
EMPRESA?

VAR00010: VAR10. ¿LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE BRINDA CAPACITACIÓN A SU PERSONAL PARA LOGRAR UN MEJOR DESEMPEÑO?

Se observa que el giro de las Mypes en su totalidad está orientada a Producción y que la relación es directa, es decir si realizamos las frecuencias por cada variable vemos que el giro de las pymes es producción y que las capacitaciones giran en torno a ella:

¿A QUÉ GIRO DE NEGOCIO SE DEDICA LA EMPRESA?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Producción	28	100,0	100,0	100,0

¿LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE BRINDA CAPACITACIÓN A SU PERSONAL PARA LOGRAR UN MEJOR DESEMPEÑO?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguno	4	14,3	14,3	14,3
Producción	18	64,3	64,3	78,6
Todas	6	21,4	21,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

- **Con respecto a las relaciones de variables:**

- ⇒ ¿EN SU EMPRESA TIENE UN PLAN ESTRATÉGICO O PLAN EMPRESARIAL?
- ⇒ ¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?

En este caso tampoco existe relación ya que, si observamos primero las frecuencias de ocurrencia por cada variable, observamos que desconocen si se tienen un Plan Estratégico o Plan Empresarial y que algunas veces las Mypes identifican los problemas que se presentan con respecto a producción, mercado y comercialización.

TABLA DE FRECUENCIA - ¿EN SU EMPRESA SE TIENE UN PLAN ESTRATÉGICO O PLAN EMPRESARIAL?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconoce	4	14,3	14,3	14,3
NO	14	50,0	50,0	64,3
SI	10	35,7	35,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

TABLA DE FRECUENCIA - ¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	15	53,6	53,6	53,6
Siempre	13	46,4	46,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

TABLA DE CONTINGENCIAS - ¿EN SU EMPRESA SE TIENE UN PLAN ESTRATÉGICO O PLAN EMPRESARIAL? * ¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?

Recuento

		¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?		Total
		Algunas veces	Siempre	
¿EN QUÉ EMPRESA SE TIENE UN PLAN ESTRATÉGICO O PLAN EMPRESARIAL?	Desconoce	3	1	4
	NO	8	6	14
	SI	4	6	10
Total		15	13	28

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,551 ^a	2	,461
Razón de verosimilitudes	1,593	2	,451
N de casos válidos	28		

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,551 ^a	2	,461
Razón de verosimilitudes	1,593	2	,451
N de casos válidos	28		

a. 3 casillas (50.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1.86.

- Con respecto a las relaciones de variables:

- ⇒ ¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN REGISTRAN, ANALIZAN, Y COMPARAN EN SU EMPRESA?
- ⇒ ¿EN LA TOMA DE DECISIONES DE SU EMPRESA SE PRIORIZAN LOS CRITERIOS SELECCIONADOS PARA EVALUAR UNA ALTERNATIVA A DECIDIR?

En este caso tampoco existe relación ya que, si observamos primero las frecuencias de ocurrencia por cada variable, observamos que conciben información sobre la competencia con igual medida con Información sobre ventas y utilidades y que algunas veces proponen alternativas de solución, y observando la prueba chi-cuadrado el p_valor es mucho mayor que 0.05.

TABLA DE FRECUENCIA - ¿QUE TIPO DE INFORMACIÓN REGISTRAN, ANALIZAN Y COMNPARAN EN SU EMPRESA?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Información sobre estudios de mercado	8	28,6	28,6	28,6
Información sobre la competencia	10	35,7	35,7	64,3
Información sobre ventas y utilidades	10	35,7	35,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

TABLA DE FRECUENCIAS - ¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	15	53,6	53,6	53,6
Siempre	13	46,4	46,4	100,0
Total	28	100,0	100,0	

TABLA DE CONTINGENCIA - ¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN REGISTRAN, ANALIZAN Y COMNPARAN EN SU EMPRESA? * ¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?

Recuento

		¿SU EMPRESA SUELEN IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS QUE SE PRESENTAN Y A SU VEZ PROPONEN ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN, MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN?		Total
		Algunas veces	Siempre	
¿QUE TIPO DE INFORMACIÓN REGISTRAN, ANALIZAN Y COMNPARAN EN SU EMPRESA?	Información sobre estudios de mercado	6	2	8
	Información sobre la competencia	3	7	10
	Información sobre ventas y utilidades	6	4	10
Total		15	13	28

35

Pruebas de chi-cuadrado

Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
3,877 ^a	2	,144
3,998	2	,135
28		

a. 4 casillas (66.7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3.71.

- Con respecto a las relaciones de variables:

⇒ ¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?

⇒ ¿EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE LOS PLANES PLANTEADOS SON EVALUADOS EN FORMA?

En este caso tampoco existe relación ya que, si observamos primero las frecuencias de ocurrencia por cada variable, observamos que tienen definidos sus objetivos y metas, y la evaluación de los planes planteados son evaluados en forma trimestral. Observando la prueba chi-cuadrado el p_valor es mucho mayor que 0.05.

TABLA DE FRECUENCIA -¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconoce	1	3,6	3,6	3,6
NO	2	7,1	7,1	10,7
SI	25	89,3	89,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

34

TABLA DE FRECUENCIA - ¿EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE
LOS PLANES PLANTEADOS SON EVALUADOS EN FORMA?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Anual	8	28,6	28,6	28,6
Mensual	6	21,4	21,4	50,0
Quincenal	1	3,6	3,6	53,6
Semestral	4	14,3	14,3	67,9
Trimestral	9	32,1	32,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

TABLA DE CONTINGENCIAS - ¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA
EMPRESA QUE USTED DIRIGE? * ¿EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE LOS PLANES
PLANTEADOS SON EVALUADOS EN FORMA?

Recuento

		¿EN LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE LOS PLANES PLANTEADOS SON EVALUADOS EN FORMA?					Total
		Anual	Mensual	Quincenal	Semestral	Trimestral	
¿SE TIENE	Desconoce	0	1	0	0	0	1
DEFINIDO LOS	NO	1	0	0	0	1	2
OBJETIVOS Y	SI	7	5	1	4	8	25
METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?							
Total		8	6	1	4	9	28

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,063 ^a	8	,751
Razón de verosimilitudes	5,173	8	,739
N de casos válidos	28		

a. 12 casillas (80.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .04.

- **Con respecto a las relaciones de variables:**

- ⇒ ¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?
- ⇒ ¿CONSIDERA USTED QUE EXISTE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA ENTRE QUIENES LABORAN EN SU EMPRESA?

En este caso tampoco existe relación ya que, si observamos primero las frecuencias de ocurrencia por cada variable, observamos que tienen definidos sus objetivos y metas, y la comunicación efectiva entre quienes laboran es casi total pero observando la prueba chi-cuadrado el p_valor es mucho mayor que 0.05.

TABLA DE FRECUENCIAS -¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconoce	1	3,6	3,6	3,6
NO	2	7,1	7,1	10,7
SI	25	89,3	89,3	100,0
Total	28	100,0	100,0	

TABLA DE FRECUENCIAS -¿CONSIDERA USTED QUE EXISTE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA ENTRE QUIENES LABORAN EN SU EMPRESA?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	28	100,0	100,0	100,0

TABLA DE CONTINGENCIAS - ¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE? * ¿CONSIDERA USTED QUE EXISTE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA ENTRE QUIENES LABORAN EN SU EMPRESA?

Recuento

		¿CONSIDERA USTED QUE EXISTE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA ENTRE QUIENES LABORAN EN SU EMPRESA?						Total
		CANTIDAD						
		Cada 12 Meses	Cada 2 meses	Cada 3 meses	Cada 6 meses	Cada mes	No sabe	
¿SE TIENE DEFINIDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA QUE USTED DIRIGE?	Desconoce	0	0	0	0	1	0	1
	NO	0	0	0	1	1	0	2
	SI	1	2	6	7	8	1	25
Total		1	2	6	8	10	1	28

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,178 ^a	10	,977
Razón de verosimilitudes	4,078	10	,944
N de casos válidos	28		

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	GI	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,178 ^a	10	,977
Razón de verosimilitudes	4,078	10	,944
N de casos válidos	28		

a. 15 casillas (83.3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .04.

- Con respecto a las relaciones de variables:

⇒ ¿EN SU EMPRESA SE TIENE UN PLAN ESTRATÉGICO O PLAN EMPRESARIAL?

⇒ ¿LOS QUE LABORAN EN SU EMPRESA SE SIENTEN MOTIVADOS A TRAVES DE INCENTIVOS (PREMIOS, CAPACITACIONES, RECONOCIMIENTOS, AGASAJOS, ETC.) POR SU LABOR REALIZADA?

En este caso tampoco existe relación en función que la variable dicotómica en la pregunta de si los trabajadores se sienten motivados a través de incentivos la respuesta contundente es "SI" y no puede llevarse a cabo la prueba de chi-cuadrado.

En las Frecuencias observadas de cada variable hay contradicción ya que la mayoría, 14 encuestados reconocen que su empresa no tiene Plan Estratégico o Plan Empresarial y en la otra variable responden al 100% que los trabajadores de las empresas están motivados a través de incentivos, pero si no hay un Plan Estratégico no puede haber un Plan de Incentivos:

TABLA DE FRECUENCIA -¿EN SU EMPRESA SE TIENE UN PLAN ESTRATÉGICO O PLAN EMPRESARIAL?

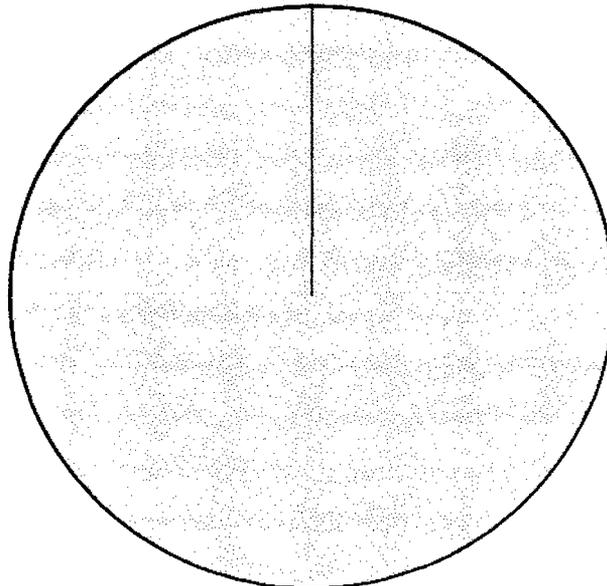
Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconoce	4	14,3	14,3	14,3
NO	14	50,0	50,0	64,3
SI	10	35,7	35,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

TABLA DE FRECUENCIA - ¿LOS QUE LABORAN EN SU EMPRESA SE SIENTEN MOTIVADOS A TRAVES DE INCENTIVOS (PREMIOS, CAPACITACIONES, RECONOCIMIENTOS, AGASAJOS, ETC.) POR SU LABOR REALIZADA?

Válidos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	28	100,0	100,0	100,0

¿LOS QUE LABORAN EN SU EMPRESA SE SIENTEN MOTIVADOS A TRAVES DE INCENTIVOS (PREMIOS, CAPACITACIONES, RECONOCIMIENTOS, AGASAJOS, ETC.) POR SU LABOR REALIZADA?

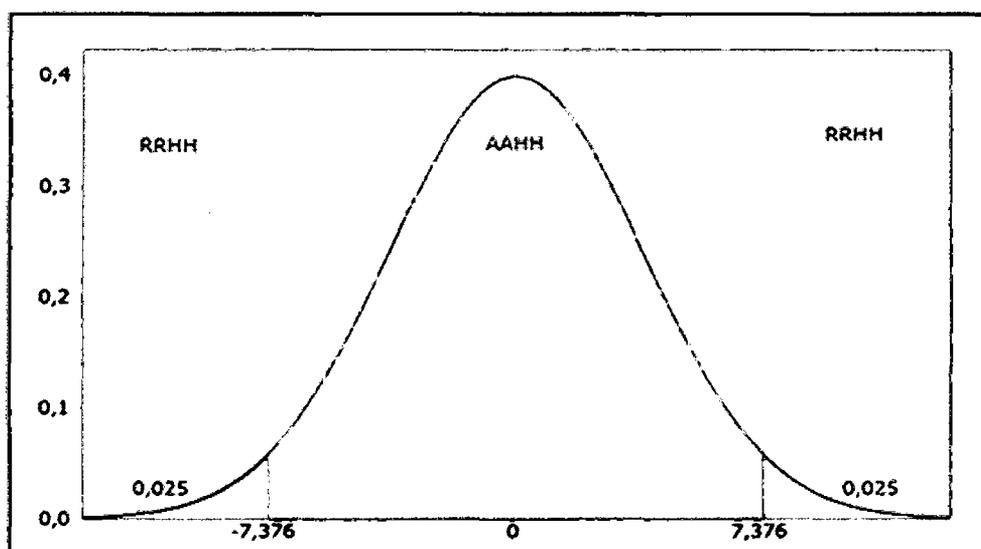
SI



FUENTE: ENCUESTA DE INFORMACIÓN
ELABORACIÓN: TESISAS

4.3. PRUEBA DE LA SIGNIFICANCIA DE LA HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Como las variables son categóricas y dicotómicas se optó por la prueba chi-cuadrado la cual, mediante las tablas de consistencias nos permitieron observar si las variables observadas son independientes o guardan relación, que es la hipótesis final del presente trabajo de investigación.



Hi: El planeamiento empresarial incide de manera significativa en la gestión de la Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto-Distrito de Castrovirreyna.

Ho: El planeamiento empresarial no incide de manera significativa en la gestión de la Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto-Distrito de Castrovirreyna.

Se rechaza la hipótesis ***“El planeamiento empresarial no incide de manera significativa en la gestión de las Mypes familiares productoras de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto-distrito de Castrovirreyna”***. Se han realizado las tablas de consistencia para aplicar la prueba chi-cuadrado al nuevo arreglo pero no se ha determinado hipótesis alternativas en cada prueba

28

realizada, todas han salido con valores superiores al $\alpha=0.05$, por lo mismo que se ha determinado que en las empresas productoras de lácteos (en su mayoría pequeñas empresas) existe relación entre las variables de estudio como son el Planeamiento Estratégico y la Gestión. Para ello se realizaron las tablas de consistencias entre las variables relevantes con respecto al Planeamiento Empresarial o Plan Empresarial.

CONCLUSIONES

1. Las Mypes tomadas en cuenta para la investigación se catalogan en su mayoría como “pequeñas empresas”; asimismo, se determina también como empresas que se identifican con el área de producción, es decir que según el tamaño las empresas se ubican en una actividad específica. Como muestran los gráficos sobre el tipo de empresa y sobre la capacitación relevante en la misma.
2. Cabe resaltar que las capacitaciones (Minag, ONGs, compradores de lácteos y otros), se enfocan en el mayor de casos a líneas productivas, el otro factor podría ser que los responsables de producción no pueden abocarse a varias líneas empresariales. Sumándose a esto el número de trabajadores y la formación técnico académica de los mismos.
3. Existe relación significativa entre las variables de estudio, es decir el Planeamiento Empresarial y la Gestión en las Mypes. Tal como se pueden apreciar en las tablas elaboradas entre las variables relevantes con respecto al planeamiento empresarial o plan empresarial.
4. Con esta investigación se pudo identificar claramente que estas Mypes familiares de lácteos en la Comunidad Campesina de Sinto, aplican proporcionalmente los procesos de gestión; se puede apreciar que se enfocan más a la producción, lo cual conllevaría a coadyuvar ciertas dificultades más adelante en la gestión propia de éstas Mypes, ya que una buena planificación permite tener mejores oportunidades de crecimiento y desarrollo, con repercusiones en la sociedad y la economía de la región.

RECOMENDACIONES

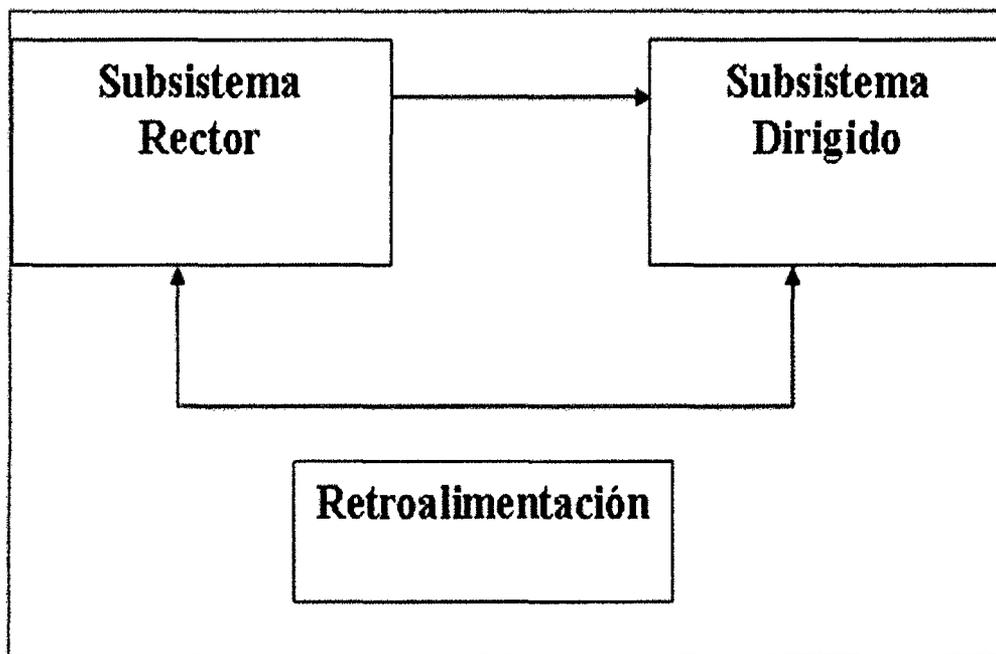
1. Quienes dirigen estas Mypes deben tener un claro conocimiento al identificar la dimensión de las empresas, ya que es un factor importante que les permitirá aprovechar eficientemente los recursos con los que cuentan.
2. Dentro de éstas micro empresas es necesario concientizar la implementación de los planes, programas y proyectos de gestión, a fin de emplearlos como instrumentos de planificación y desarrollo estratégico por parte de quienes tienen la responsabilidad de dirigir los destinos de éstas Mypes familiares.
3. La gestión en las Mypes familiares productoras de lácteos no solo se puede centrar en la parte de producción, sino también es vital la comercialización, por lo que se debe de implementar programas de capacitación en cada una de estas micro empresa, en diferentes acciones de venta, comercialización y con mayor énfasis en el área de producción, ya que en esta parte solo lo realizan de manera tradicional sin un apoyo especializado o tecnificado.
4. Establecer canales de coordinación entre la Facultad y las Mypes para la formulación de sus planes, programas o proyectos de mejora y desarrollo, que coadyuven a la generación de alianzas estratégicas en beneficio de las Mypes, nuestros estudiantes, la población y consecuentemente la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

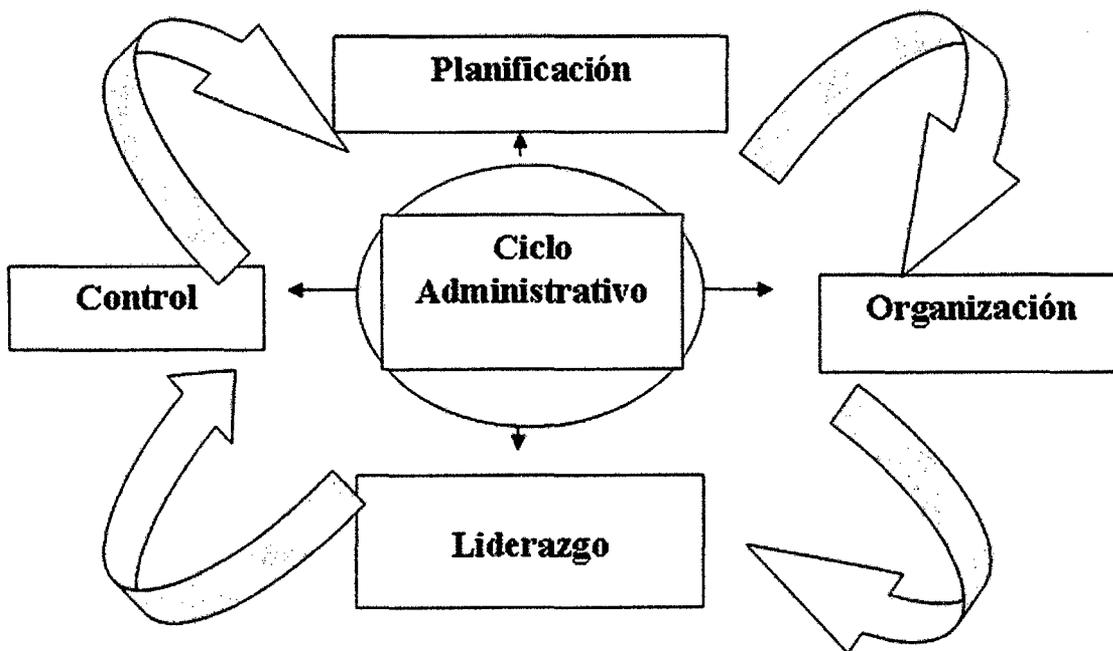
1. Carlos Julio Galindo Ruíz. "MANUAL PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS" Edit. ECOE EDICIONES. Impreso en Bogotá 2006
2. Dalton E. MC, Ferland "ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL: Teoría y Práctica". Edit. Fondo de Cultura Económica. Segunda Edición. México 1987.
3. Joseph R. Robinati Rivadu "MARKETING EN LOS SERVICIOS" Impreso en Barcelona, España 1997.
4. Luis Fernando, Valeriano Ortiz. "PLANEAMIENTO EMPRESARIAL". Edit. San Marcos Impreso en el Perú.
5. Hermanos Lozano Núñez. "COMO ELABORAR EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA". Impreso en Perú. Primera Edición 2007.
6. Hermanos Lozano Núñez. "LA TESIS UNIVERSITARIA, DE MAESTRÍA Y DOCTORADO". Impreso en Perú. Primera Edición 2007.
7. Horacio A. Irigoyen Francisco A Puebla. "PYMES" Primera Edición.
8. Raúl Komiya S. "MARKETING PASRA PYMES". Edit. AMEX. Impreso en Perú 2004.
9. URRIARTE MORA, FELIPE LA TESIS PROFESIONAL LIMA PERÚ. Edit. San Marcos. 1ra Edic. 1988. pág 55.

ANEXOS

Anexo N° 1
SIMPLIFICACIÓN DE UN SISTEMA ARTIFICIAL



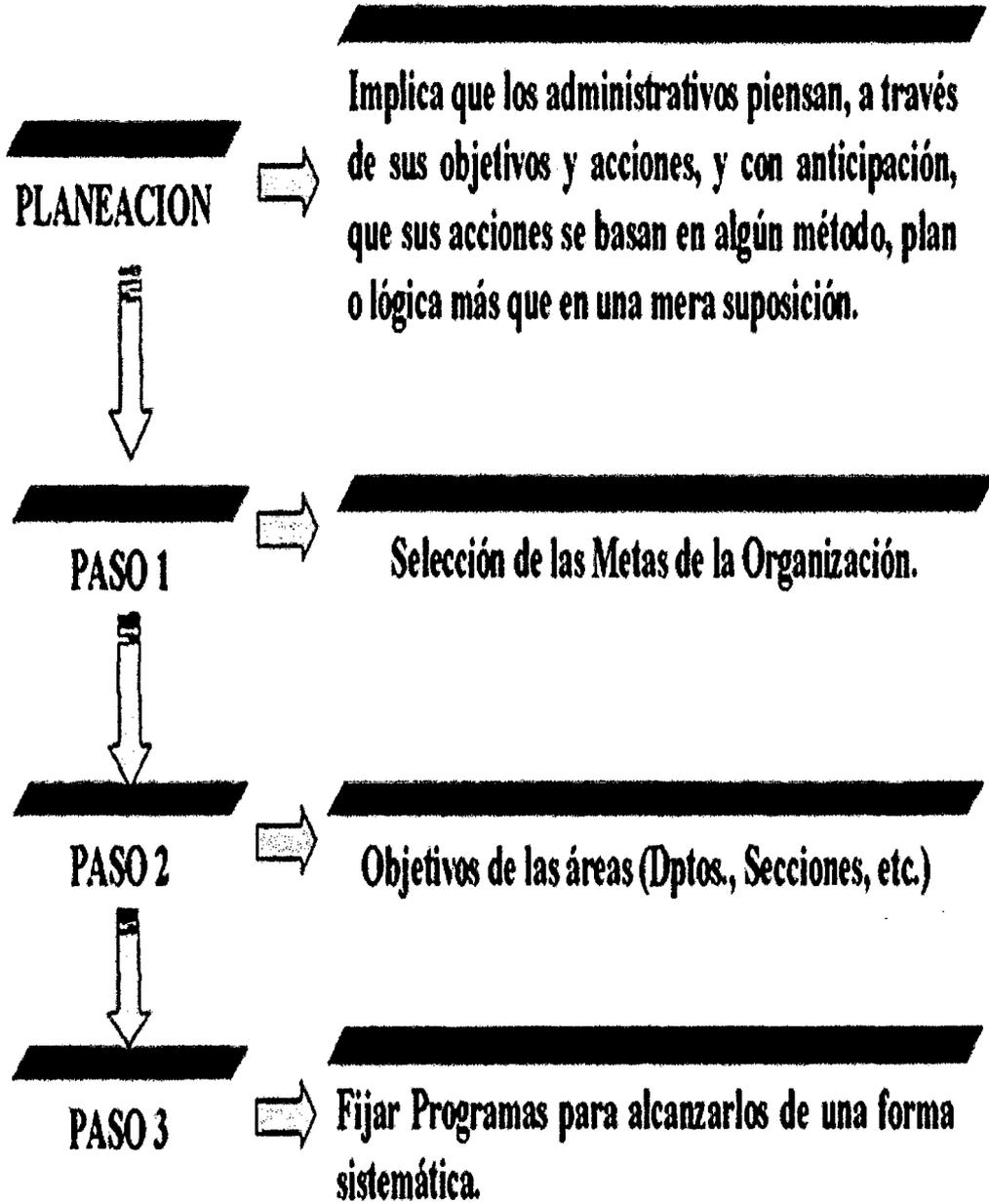
Anexo N° 2
FASES DE LA ADMINISTRACIÓN



22

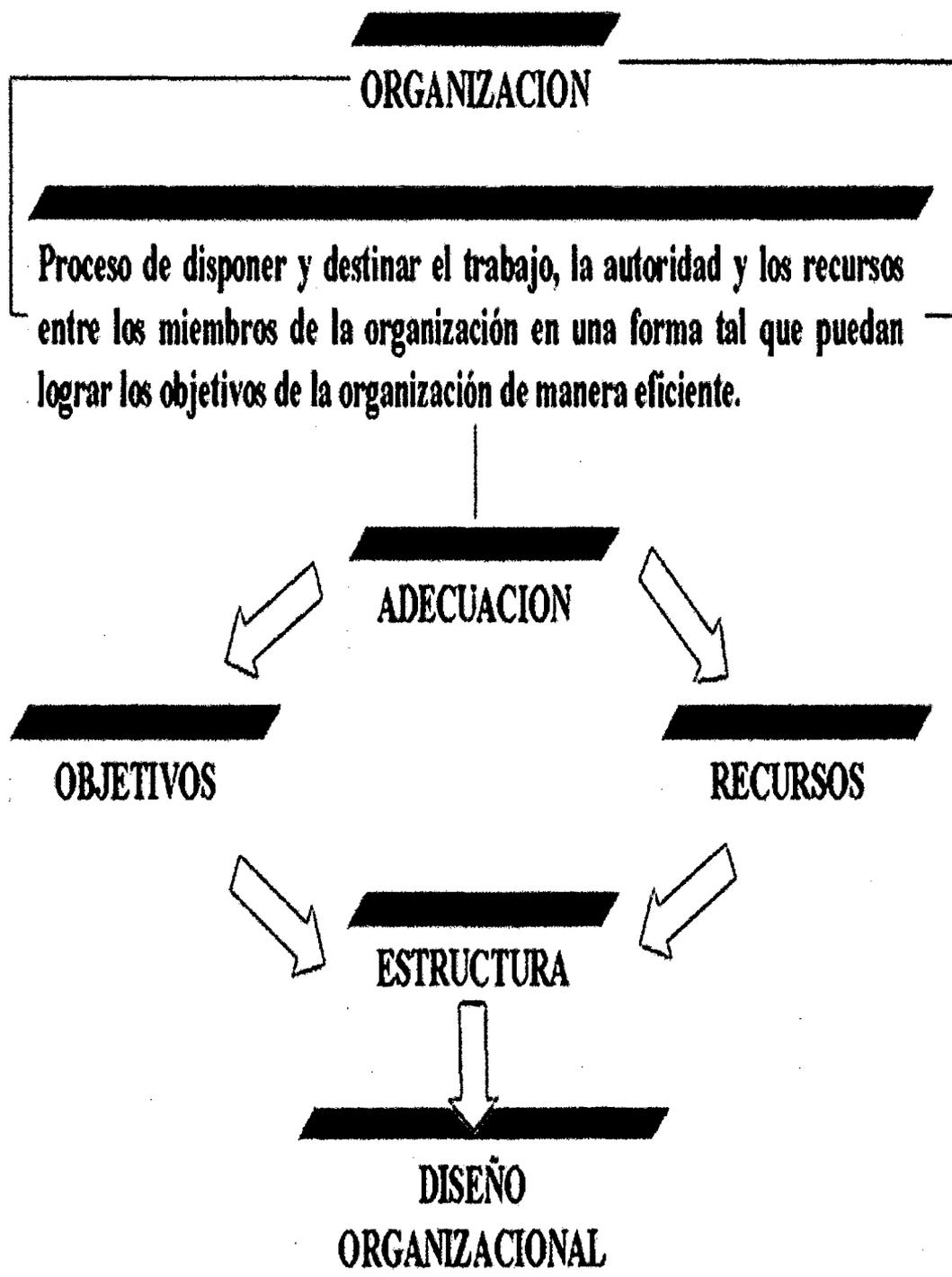
Anexo N° 3

ETAPAS DE LA PLANEACIÓN



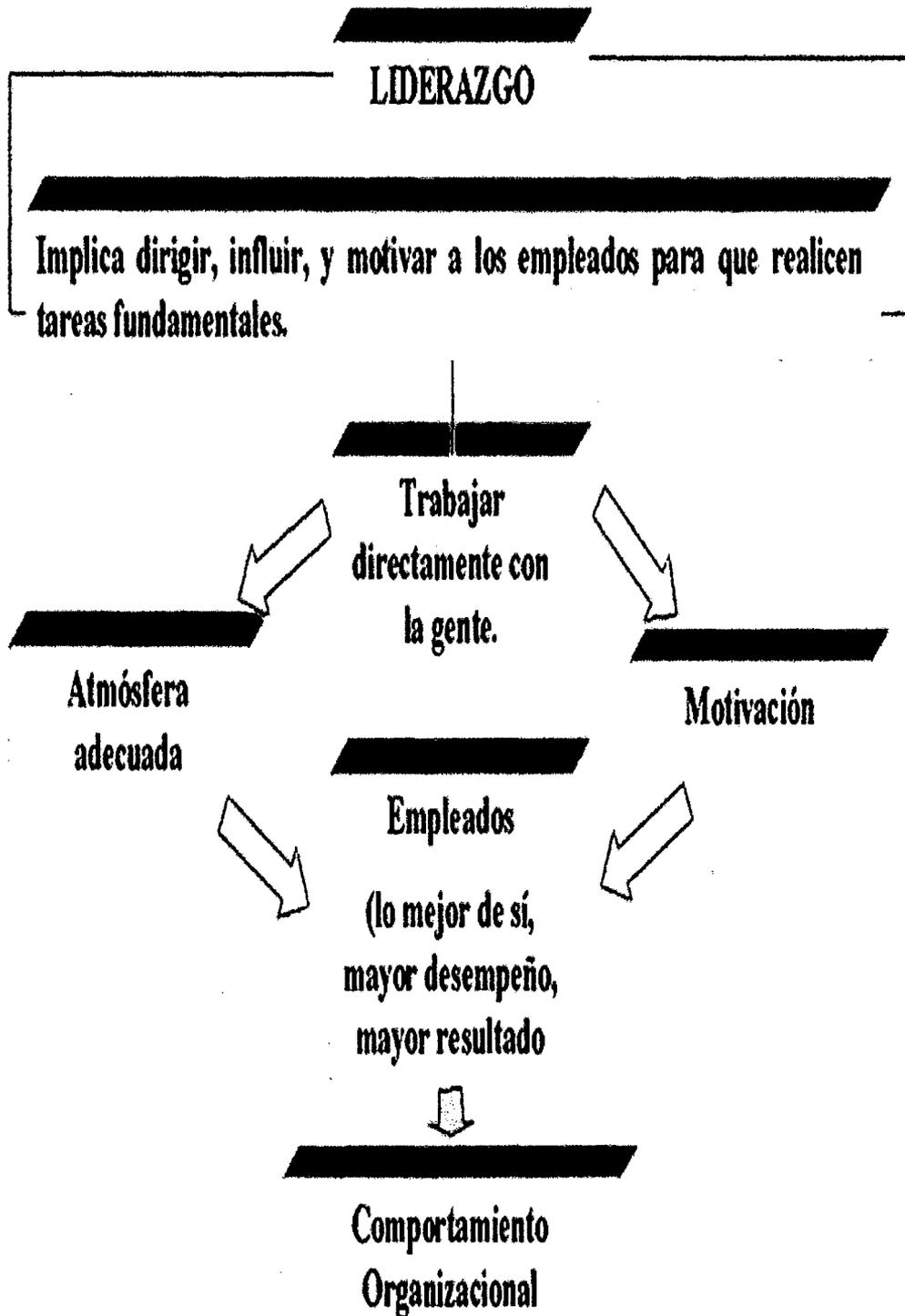
Considerar la factibilidad de objetivos y programas y su aceptación

Anexo N° 4
ELEMENTOS DE LA FUNCIÓN ORGANIZACIÓN

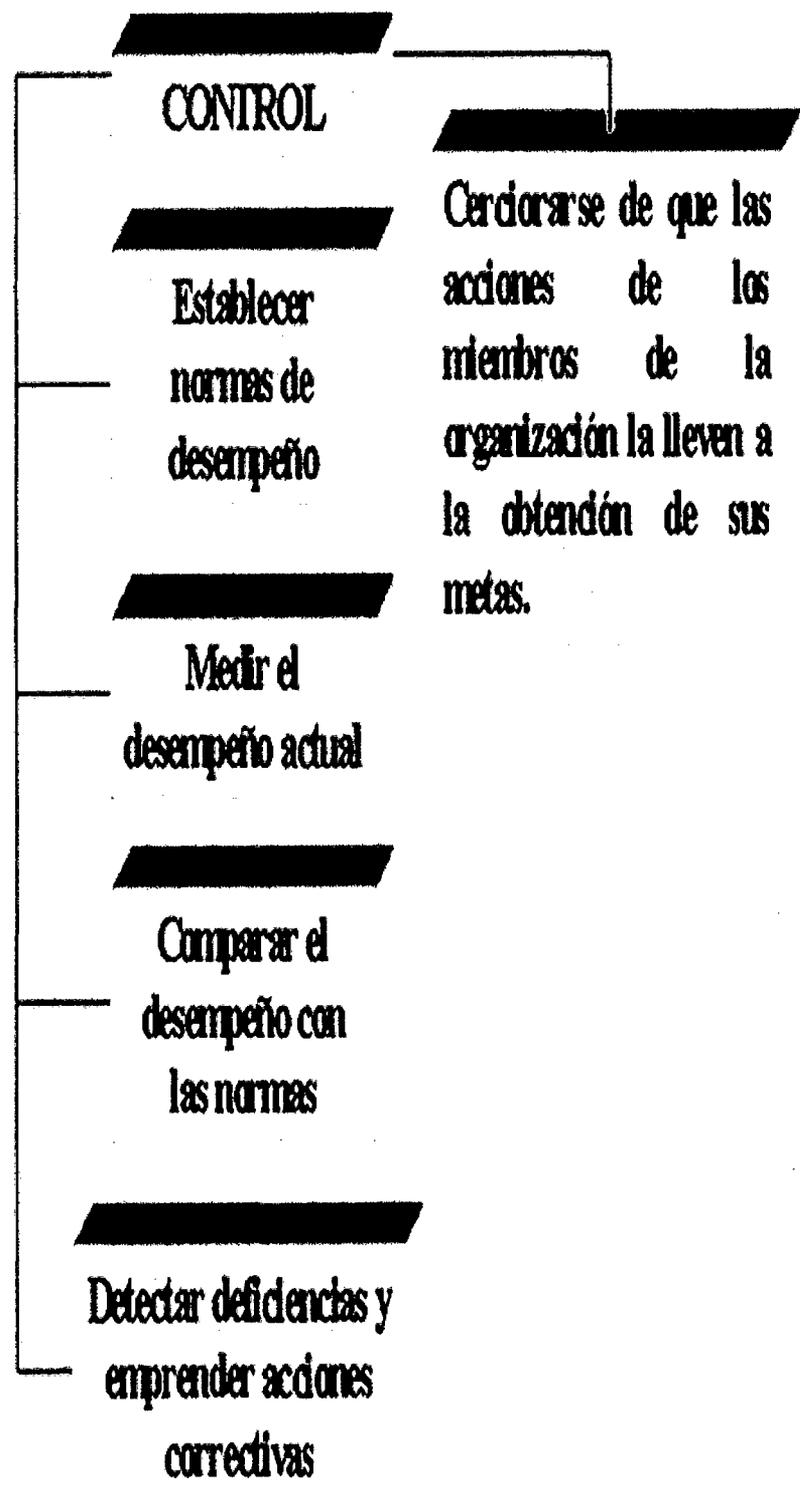


Anexo N° 5

COMPORTAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN EN FUNCIÓN DEL LIDERAZGO



Anexo N° 6
ETAPAS DEL CONTROL



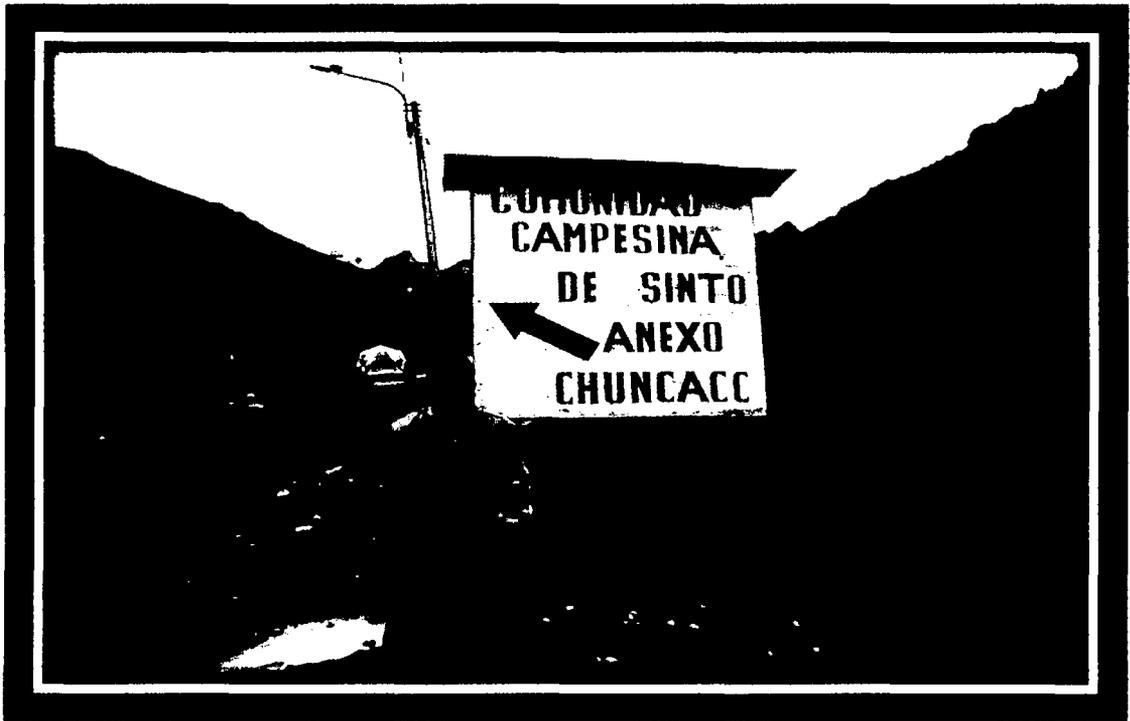
FOTOS N°01



FOTOS N°02



FOTOS N°03



FOTOS N°04



“EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORES DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO - DISTRITO DE CASTROVIRREYNA”

CUESTIONARIO A SER APLICADO A LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS

Estimado empresario, la presente encuesta es de suma importancia a la investigación que se viene realizando, por lo que cada una de las interrogantes deberá tener una respuesta; los proporcionados serán de total confidencia, gracias.

PRGUNTAS SOBRE PLANEAMIENTO EMPRESARIAL

1. ¿Qué tipo de empresa dirige usted?
 - a. Micro empresa.
 - b. Pequeña empresa.
 - c. Mediana empresa.
 - d. No sabe/ Desconoce.
2. ¿A qué giro de negocio se dedica la empresa que dirige?
 - a. Servicio.
 - b. Producción.
 - c. Producción/servicios.
 - d. No sabe.
3. ¿En su empresa se tiene un Plan Estratégico o Plan Empresarial?
 - a. Si.
 - b. No.
 - c. Desconoce.
4. ¿Se tiene definido la visión y misión en la empresa que usted dirige?
 - a. Si.
 - b. No.
 - c. Desconoce.
5. ¿Se tiene definido los objetivos y metas de la empresa que usted dirige?
 - a. Si.
 - b. No.
 - c. Desconoce.
6. ¿Señale usted con qué tipo de instrumentos cuenta su empresa para poner en marcha un plan empresarial?
 - a. Equipo de cómputo y programas.
 - b. Manuales y procedimientos de gestión.
 - c. Algunas bases de datos.
 - d. Ninguna.
7. ¿Qué tipo de información registran, analizan y comparan en su empresa?
 - a. Información sobre estudios de mercado.
 - b. Información sobre la competencia.
 - c. Información sobre ventas y utilidades.
 - d. Ninguna.

PREGUNTAS SOBRE GESTIÓN.

8. ¿Considera usted que existe una comunicación efectiva entre quienes laboran en su empresa?
 - a. Si () Con qué frecuencia
 - b. No ()

.....

9. ¿La empresa que usted dirige brinda capacitación a su personal para lograr un mejor desempeño?
- Producción
 - Comercialización.
 - Distribución.
 - Todas.
 - Ninguno.
10. ¿Los que laboran en su empresa se sienten motivados a través incentivos (premios, capacitaciones, reconocimientos, agasajos, etc..) por su labor realizada?
- Si () Con qué frecuencia
 - No ()
11. ¿Su empresa suelen identificar los problemas que se presentan y a su vez proponen alternativas de solución en la producción, mercado y comercialización?
- Siempre.
 - Algunas veces.
 - Nunca.
12. ¿Considera usted que en su empresa al tomar decisiones se identifica claramente el criterio más importante?
- Siempre.
 - Algunas veces.
 - Nunca.
13. ¿En la toma de decisiones de su empresa se priorizan los criterios seleccionados para evaluar una alternativa a decidir?
- Siempre.
 - Algunas veces.
 - Nunca.
14. ¿En la empresa que usted dirige se analiza críticamente cada una de las alternativas presentadas antes de tomar una decisión?
- Siempre
 - Algunas veces.
 - Nunca.
15. ¿En la empresa que usted dirige se seleccionan las alternativas de acuerdo al grado de importancia?
- Siempre
 - Algunas veces.
 - Nunca
16. ¿Cuál es la frecuencia de la implementación y puesta en práctica las alternativas seleccionadas?
- Anual.
 - Semestral.
 - Trimestral.
 - Mensual.
 - Quincenal.
 - Semanal.
- a. ¿En la empresa que usted dirige los planes planteados son evaluados en forma?
- Anual.
 - Semestral.
 - Trimestral.
 - Mensual.
 - Quincenal.
 - Semanal.

Agradecido su colaboración:

Acta de Sustentación de Tesis.

En la ciudad universitaria de Paturpampa, en los ambientes del Aula magna de la Facultad de Ciencias Agrarias, siendo las 11:00 am. el día jueves 29 de Setiembre del 2011, se instalo los miembros el Jurado evaluador integrado por los siguientes doctores en virtud a la Resolución N.º 136-2011-FCE-UNH de fecha 29 de Marzo del 2011:

Presidente : Lic. Adm. Wilfredo Fernando Sepanqui Villanueva.

Secretario : Lic. Adm. Johnny Juvenal Quispe.

Vocal : Lic. Adm. Luis Andrés Quispe Valladohid.

Para dar cumplimiento al acto de sustentación de la Tesis titulado "El Planeamiento Agrario y su incidencia en la Gestión de los Pequeños Productores de Lechosa en la Comunidad Campesina Sinto - Distrito de Castrovirreyes"; presentado por los Bachilleres Wilton Dumitrio Quispe Escobar y Franklin Jiner Quispe Fernández, quienes fueron declarados Expedidos y aptos para la sustentación; y con Resolución N.º 049-2011-FCE-CETUNH-ANR que fija la hora y fecha de la sustentación.

Por lo tanto el Presidente del Jurado evaluador dio por iniciada la sustentación por el tiempo de 40' minutos de acuerdo a los normas reglamentarias.

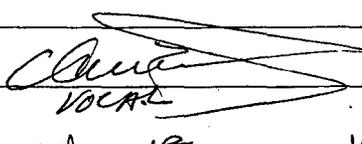
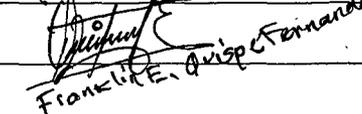
Trascurrida la primera etapa de sustentación; para luego pasar a la fase de preguntas y observaciones por parte de los jurados.

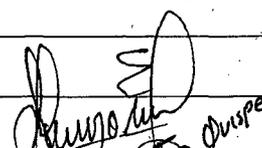
Finalmente se realizó la deliberación por parte de los miembros del Jurado dando el veredicto final de los jurados: Aprobado por Unanimidad.

Alrededor las 12:45 pm. del mismo día se dio por culminada la sustentación firmando en señal de conformidad


Presidente


Secretario


VOCAL

Franklin J. Quispe Fernández


Wilton Dumitrio Quispe Escobar



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 479-2010-FCE-UNH

Huancavelica, 28 de Mayo del 2009.

VISTO:

El Oficio N° 222-2010-EAPC-DFCE/UNH; de fecha 29-04-10, emitido por el Director de la EAP de Contabilidad; Informe N° 001-2010-EASL-APT-EAPA/-FCE-UNH, solicitando la aprobación de plan de tesis titulado **"EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO DISTRITO DE CASTROVIRREYNA"**, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 32° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica; aprobado mediante Resolución N° 459-2003-T-UNH; las Facultades gozan de autonomía académica, normativa. Gubernativa, administrativa y económica.

Que, el Artículo 172° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica prescribe que el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al Grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad.

Que, mediante Resolución N° 286-2010-FCE-UNH de fecha 05 de Abril del 2010, se designó Asesor del precitado Plan de Tesis al **Mg. Edgar Augusto SALINAS LOARTE**.

Que, mediante el Oficio N° 222-2010-EAPA-DFCE/UNH; de fecha 26-04-10 de conformidad de Plan de Tesis presentado por, **Wilton Demetrio, QUISPE ESCOBAR y Franklin Einer QUISPE FERNANDEZ**.

Que de acuerdo al Artículo N° 119 inciso c) del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, es función del Decano cumplir y hacer cumplir el reglamento, los planes de desarrollo y funcionamiento de la Facultad, y por tanto tiene la potestad de emitir la presente Resolución; por consiguiente:

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1° APROBAR el Plan de Tesis titulado **"EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO DISTRITO DE CASTROVIRREYNA"**,

ARTÍCULO 2° DISPONER que se proceda con el desarrollo del Plan de Tesis precitado.

ARTÍCULO 3° NOTIFÍQUESE a los interesados para su conocimiento y demás fines.

"Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----"



ALBERTO VERGARA AMES
DECANO



CPC ANDRÉS JESÚS RAMÍREZ LAURENTE
SECRETARIO DOCENTE



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 286-2010-FCE-UNH

Huancavelica, 05 de Abril del 2010.

VISTO:

El Oficio N° 184-2010-EAPC-DFCE/UNH de fecha 31 de Marzo del 2010, emitido por el Director de la EAP de Administración; sobre la aprobación de designación de Asesor del Plan de Tesis Titulado: **"EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LA MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO- DISTRITO DE CASTROVIRREYNA"**, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 22° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante Resolución N° 459-2003-R-UNH, modificado en Asamblea Universitaria el 27-12-2006-R-UNH las Facultades gozan de autonomía académica, normativa, gubernativa, administrativa y económica.

Que, el Artículo 172° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica prescribe que el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad.

Que, el Artículo 25° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académica Profesional, propondrá a un docente nombrado como asesor y comunicará al Decano para que éste emita la resolución de designación correspondiente.

Que, mediante El Oficio N° 184-2010-EAPA-DFCE/UNH de fecha 31 de Marzo del 2010, emitido por el Director de la EAP de Administración; sobre la aprobación de designación de Asesor del Plan de Tesis Titulado: **"EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LA MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO- DISTRITO DE CASTROVIRREYNA"**, presentado por **QUISPE ESCOBAR, Wilton Demetrio y QUISPE FERNANDEZ, Franklin Einer**, y.

Que de acuerdo al Artículo N° 119 inciso c) del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, es función del Decano cumplir y hacer cumplir el reglamento, los planes de desarrollo y funcionamiento de la Facultad, y por tanto tiene la potestad de emitir la presente Resolución; por consiguiente:

SE RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Designar al **Mg. Edgar Augusto SALINAS LOARTE**, como Asesor del Plan de Tesis titulado: **"EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LA MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO- DISTRITO DE CASTROVIRREYNA"**.

ARTICULO 2°.- Elévese el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTICULO 3°.- Notifíquese a los interesados para su conocimiento y demás fines.

"Regístrese, Comuníquese y Archívese.-----"



Dc. Adm. **ALBERTO VERGARA AMES**
DECANO



ANDRÉS JESÚS RAMÍREZ LAURENTE
SECRETARIO DOCENTE



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 136-2011-FCE-UNH

Huancavelica, 29 de Marzo del 2011.

VISTO:

El Oficio N° 080-2011-EAPA-DFCE-VRAC/UNH de fecha 25 de Marzo del 2011, emitido por el Director de la EAP de Administración; y la solicitud de los Bachiller Wilton Demetrio QUISPE ESCOBAR y FRANKLIN EINER QUISPE FERNANDEZ mediante la cual solicita la designación de miembros jurados para revisión del plan de tesis, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 22° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante Resolución N° 459-2003-R-UNH, modificado en Asamblea Universitaria el 27-12-2006-R-UNH las Facultades gozan de autonomía académica, normativa, gubernativa, administrativa y económica.

Que, el Artículo 172° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica prescribe que el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad.

Que, el Artículo 25° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académica Profesional, propondrá a un docente nombrado como asesor y comunicará al Decano para que éste emita la resolución de designación correspondiente.

Que de acuerdo al Artículo N° 119 inciso c) del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, es función del Decano cumplir y hacer cumplir el reglamento, los planes de desarrollo y funcionamiento de la Facultad, y por tanto tiene la potestad de emitir la presente Resolución; por consiguiente:

SE RESUELVE:

ARTICULO 2°.-RATIFICAR la designación de los Miembros de Jurado del plan de tesis Titulado: "EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LA MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO- DISTRITO DE CASTROVIRREYNA" presentado por los Bachilleres Wilton Demetrio QUISPE ESCOBAR y FRANKLIN EINER QUISPE FERNANDEZ

- Lic. Adm. Wilfredo Fernando YUPANQUI VILLANUEVA PRESIDENTE
- Lic. Adm. Yohnny HUARAC QUISPE SECRETARIO
- Lic. Adm. Lino Andrés QUIÑONEZ VALLADOLID VOCAL
- Lic. Adm. Guido Amadeo FIERRO SILVA Suplente

ARTICULO 3°.- Elévese el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTICULO 4°.- Notifíquese a los interesados para su conocimiento y demás fines.



MG. CPCC. MAGNO FRANCISCO FLORES PALOMINO
DECANO



MG. CPCC. EMILIANO REYMUNDO SOTO
SECRETARIO DOCENTE

"Regístrese, Comuníquese y Archívese. -----"

c.c.,
DFEC,
EAP. Adm.
DOCENTE ASESOR (ADJUNTO PLAN)
Archivo



SECRETARIA DOCENTE

RESOLUCIÓN N° 037-2011-FCE-CGTUNH-ANR

Huancavelica, 09 de Setiembre del 2011.

VISTO:

Oficio N° 024-2011-CGT-EAPA-DFCE-UNH de fecha 06 de Setiembre, Informe N° 03-2011-WFYV-PJ/EAPA-FCE-UNH de fecha 01 Junio del 2011 emitido por el Presidente Jurado del Proyecto de Investigación Científica presentado por las bachilleres **WILTON DEMETRIO QUISPE ESCOBAR Y FRANKLIN EINER QUISPE FERNANDEZ**, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad a lo prescrito por el Artículo 22° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado mediante Resolución N° 459-2003-R-UNH, modificado en Asamblea Universitaria el 27-12-2006-R-UNH las Facultades gozan de autonomía académica, normativa, gubernativa, administrativa y económica.

Que, el Artículo 172° del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica prescribe que el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad.

Que, el Artículo 37° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe que la Escuela Académica Profesional estará integrado por tres docentes ordinarios de la especialidad o afín con el tema de investigación. El jurado será presidido por el docente de mayor categoría y/o antigüedad. La escuela comunicara al Decano d la Facultad para que este emita la resolución correspondiente.

Que, el Artículo 34° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, prescribe el Proyecto de Investigación aprobado, será remitido a la Decanatura, para que esta emita Resolución de aprobación e inscripción; previa ratificación del consejo de facultad; el graduado procederá a desarrollar el trabajo de investigación, con la orientación del Profesor Asesor. El docente asesor nombrado es responsable del cumplimiento de la ejecución y evaluación del trabajo de investigación.

Que, estando a lo acordado por el Consejo de Facultad en su Sesión Extraordinaria del día 09-09-11 y en uso de las atribuciones que le confiere la Resolución N° 003-2011-P-CGTUNH-ANR;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR el Proyecto de Investigación Científica titulado **“EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO DISTRITO DE CASTROVIRREYNA”** presentado por las bachilleres **WILTON DEMETRIO QUISPE ESCOBAR Y FRANKLIN EINER QUISPE FERNANDEZ**.

ARTÍCULO 2°.- Elévase el presente documento a las instancias pertinentes.

ARTÍCULO 3°.- Notifíquese a los interesados para su conocimiento y demás fines.



DECANO
EDUARDO FELIX PALOMINO TORRES



SECRETARIO DOCENTE
LIC. ADM. YOHNNY HUARAC QUISPE

c.c.
DFEC.
Interesados
Archivo

“Regístrese, Comuníquese y Archívese”



RESOLUCIÓN N° 049-2011-FCE-CGGTUNH-ANR

Huancavelica, 15 de Setiembre del 2011.

VISTO:

Que con el proveído N° 257 de fecha 14 de Setiembre del 2011, solicitud solicitando fecha y hora para sustentación Vía Informe de Tesis de los Bachilleres en Administración WILTON DEMETRIO QUISPE ESCOBAR Y FRANKLIN EINER QUISPE FERNANDEZ, y;

CONSIDERANDO:

Que, la Universidad Nacional de Huancavelica, es persona jurídica de derecho público interno, se rige por la Constitución Política del Perú, la Ley Universitaria N° 23733, su Ley de Creación 25265, EL Estatuto y sus Reglamentos Internos.

Que, en concordancia al Artículo N° 172 del Estatuto de la Universidad Nacional de Huancavelica, el Título Profesional o Licenciatura se obtiene por una de las modalidades que establece la Ley, posterior al Grado de Bachiller y los demás requisitos contemplados en el Reglamento de la Facultad. Asimismo en su Artículo 22° del mismo cuerpo legal, se establece que las Facultades gozan de autonomía académica, normativa, gubernativa, administrativa y económica.

Que, en virtud al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica, aprobado con Resolución N° 500-2005-R-UNH, en su Artículo N° 49, La Escuela Académico Profesional designará el Jurado Calificador compuesto por tres profesores titulares: Presidente, Secretario y Vocal y será presidido por el de mayor categoría y/o antigüedad, quienes se encargaran de calificar la prueba de Capacidad Profesional, con sujeción al tema previsto en el respectivo documento.

Que, habiendo sido revisado los documentos correspondientes y encontrado arreglado los requisitos de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Huancavelica; es potestad de la autoridad emitir el instrumento legal pertinente, por consiguiente;

SE RESUELVE:

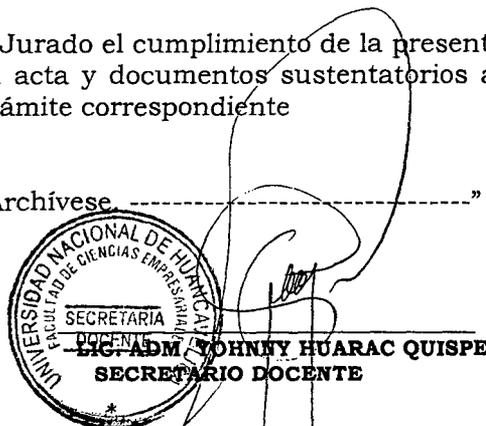
ARTÍCULO 1°.- FIJAR la fecha y hora de la Sustentación Vía Tesis de los Bachilleres en Administración WILTON DEMETRIO QUISPE ESCOBAR Y FRANKLIN EINER QUISPE FERNANDEZ para el día Jueves 29 de Setiembre del 2011, a horas 11:00 a.m. en el Aula Magna de la Facultad de Ciencias Empresariales .

ARTICULO 2° ENCARGAR al Presidente del Jurado el cumplimiento de la presente Resolución y la remisión del acta y documentos sustentatorios al Decanato para su registro y trámite correspondiente

“Regístrese, Comuníquese y Archívese -----”



MG. EDGARDO FELIX PALOMINO TORRES
DECANO



SECRETARIA
LIG. ADM. JOHNNY HUARAC QUISPE
SECRETARIO DOCENTE

C.c.
DFEC.
EAP. Adm.
JURADOS
EXPEDIENTE

279 Resolución 6

22 ABR. 2010

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELCA
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 E.A.P. DE ADMINISTRACIÓN

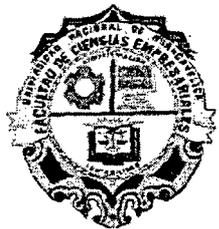
RECIBIDO

FECHA HORA 3:30

REG. N° FIRMA *[Firma]*



UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELCA
 (Creada por ley N° 25265)
 CIUDAD UNIVERSITARIA DE PATURPAMPA
 E.A.P. ADMINISTRACIÓN
 DOCENTE ASESOR



"AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PERÚ"

INFORME N° 001-2010-EASL-APT-EAPA/FCE-UNH

A : Lic. Adm. Héctor QUINCHO ZEVALLOS
Director de la E.A.P. de Administración

ASUNTO : REMITO INFORME FAVORABLE DE PLAN DE TESIS

REFERENCIA : RESOLUCION N° O286-2010- FCE-UNH

FECHA : Huancavelica, 22 de Abril del 2010

Mediante el presente me dirijo a su digno despacho, a fin de informarle en mi condición de Docente Asesor del Plan de Tesis titulado **"EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION DE LA MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LACTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO – DISTRITO DE CASTROVIRREYNA"** presentado por los alumnos QUISPE ESCOBAR Wilton Demetrio y QUISPE FERNANDEZ Franklin Einer, seguidamente en mi condición de Docente Asesor realice determinadas apreciaciones al plan de tesis, los mismos que fueron superados por los informantes, en tal sentido procedo a emitir **OPINION FAVORABLE**, a fin de que continúe con el tramite que corresponda. Para tal efecto se adjunta el ejemplar del plan de tesis.

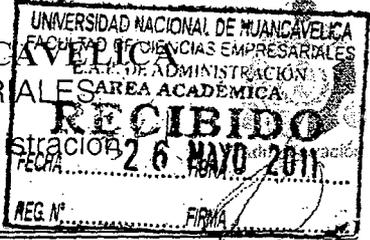
Es todo en cuanto informo a usted, para su conocimiento y demás fines correspondientes.

Atentamente,

 Mg. Edgar A. SALINAS LOARTE
 Asesor de PT



UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCÁVELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
Ciudad Universitaria de Paturpampa



"AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO"

INFORME N° 07-2011-EASL-EAPA-FCE-UNH

A: Mg: EDGAR AUGUSTO SALINAS LOARTE
 Director de la EAP de Administración

Asunto: Informe final Tesis

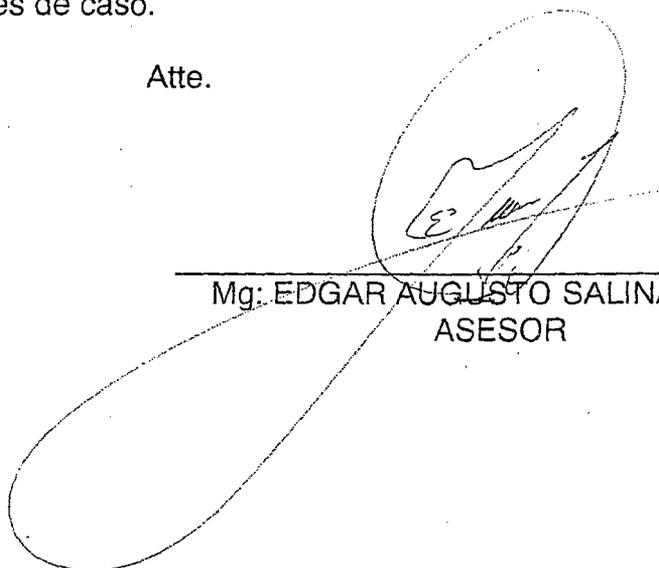
Fecha: 26 de mayo del 2011

Mediante el presente es grato dirigirme a su persona, para saludarlo cordialmente y la vez informarle, que en atención a la Resolución N° 479-2010-FCE-UNH sobre aprobación de plan de tesis "EL PLANTEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO DISTRITO DE CASTROVIRREYNA", presentado por QUISPE ESCOBAR, Wilton Demetrio y QUISPE FERNÁNDEZ, Franklin Einer; concluyendo lo siguiente:

Luego de su revisión del informe final de su tesis doy mi opinión favorable.

Es lo que informo a su persona para su conocimiento y demás fines de caso.

Atte.



Mg: EDGAR AUGUSTO SALINAS LOARTE
 ASESOR

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCÁVELICA
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROVIDO

FECHA: 681

Visto el documento, pase a

Para su:

.....



DIRECTOR



4

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCABELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Académica Profesional de Administración
Ciudad Universitaria de Paturpampa

"AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO"

INFORME N° 02-2011-LQV-EAPA-FCE-UNH

A: Mg. Wilfredo Fernando YUPANQUI VILLANUEVA
Presidente del Jurado Evaluador

Asunto: Revisión del Informe de Tesis

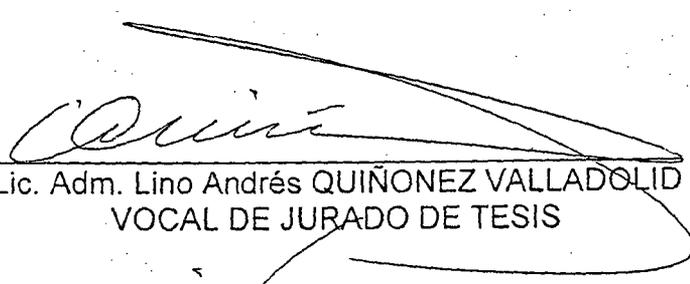
Fecha: 30 de Mayo del 2011

Mediante el presente es grato dirigirme a su persona, para saludarlo cordialmente y la vez informarle, que en atención a la Resolución N° 136-2011-FCE-UNH sobre Revisión del Informe de Investigación titulada "El planeamiento y su incidencia en la gestión de las MYPES familiares productoras de lácteos en la comunidad campesina de Sinto- Distrito de Castrovirreyna", presentado por QUISPE ESCOBAR, Wilton Demetrio y QUISPE FERNANDEZ, Franklin Einet; concluyendo lo siguiente:

1. En el planteamiento del Problema y la Hipótesis no guardan relación.
2. Luego de levantado la observación y su posterior revisión se da LA OPINIÓN FAVORABLE al Informe de Investigación.

Es lo que informo a su persona para su conocimiento y demás fines de caso.

Atte.


Lic. Adm. Lino Andrés QUINONEZ VALLADOLID
VOCAL DE JURADO DE TESIS

C.c.
Archivo.

30/05/2011



3

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Académica Profesional de Administración
Ciudad Universitaria de Paturpampa

"AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO"

INFORME N° 07-2011-YHQ-EAPA-FCE-UNH

A: Mg. Wilfredo Fernando YUPANQUI VILLANUEVA
Presidente del Jurado Evaluador

Asunto: Revisión del Informe de Tesis

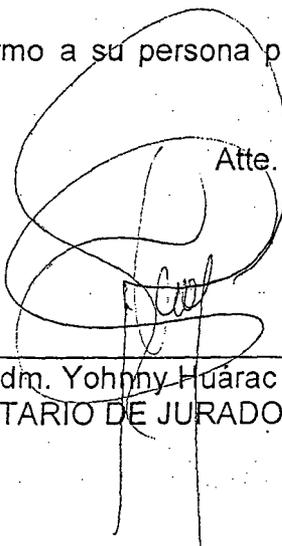
Fecha: 30 de Mayo del 2011

Mediante el presente es grato dirigirme a su persona, para saludarlo cordialmente y la vez informarle, que en atención a la Resolución N° 136-2011-FCE-UNH sobre Revisión del Informe de Investigación titulada "El planeamiento y su incidencia en la gestión de las MYPES familiares productoras de lácteos en la comunidad campesina de Sinto- Distrito de Castrovirreyna", presentado por QUISPE ESCOBAR, Wilton Demetrio y QUISPE FERNANDEZ, Franklin Einet; concluyendo lo siguiente:

1. Debe incluir en el Informe la Matriz de Consistencia.
2. Luego de levantado la observación y su posterior revisión se da LA OPINIÓN FAVORABLE al Informe de Investigación.

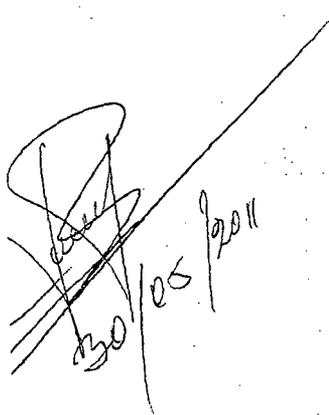
Es lo que informo a su persona para su conocimiento y demás fines de caso.

Atte.



Lic. Adm. Yohhny Huárac Quispe
VSECRETARIO DE JURADO DE TESIS

C.c.
Archivo.





2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
E.A.P. DE ADMINISTRACIÓN



"AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO"

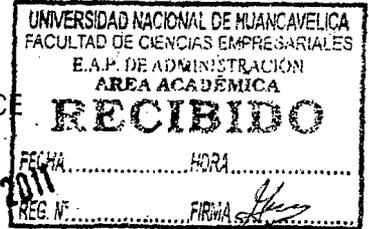
INFORME N° 03-2011-WFYV-PJ/EAPA-FCE-UNH

A : DIRECTOR DE LA EAP DE ADMINISTRACIÓN DE LA FCE

ASUNTO : REVISIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

REF. : Resolución N° 136-2011-FCE-UNH
Informe N° 02-2011-LQV-EAPA-FCE-UNH
Informe N° 087-2011-YHQ-EAPA-FCE-UNH

FECHA : Huancavelica, Junio 01 de 2011



Mediante el presente es grato dirigirme a su digno Despacho, para saludarlo cordialmente y la vez informarle, que en atención a los documentos de la referencia sobre Revisión del Proyecto de Investigación titulada "EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO-DISTRITO DE CASTROVIRREYNA", presentado por el Bachiller en Administración: Wilton Demetrio QUISPE ESCOBAR y Franklin Einer QUISPE FERNANDEZ, se informa lo siguiente:

- **PRIMERO:** Mediante la resolución N° 136-2011-FCE-UNH, se ratifica la designación del Asesor y los Miembros del Jurado del Proyecto de Investigación "EL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO-DISTRITO DE CASTROVIRREYNA", conformado de la siguiente manera:
 - Lic. Adm. Wilfredo Fernando Yupanqui Villanueva Presidente
 - Lic. Adm. Yohnny Huarac Quispe Secretario
 - Lic. Adm. Lino Andrés Quiñonez Valladolid Vocal
 - Mg. Edgar Augusto Salinas Loarte Asesor
 - Lic. Adm. Guido Amadeo Fierro Silva Suplente
- **SEGUNDO:** Como resultado de la revisión y evaluación de los integrantes del jurado evaluador **SE APRUEBA POR UNANIMIDAD** el Proyecto de Investigación arriba mencionado.
- **TERCERO:** Seguir con el trámite que corresponde, según lo dispuesto en el Artículo 39° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNH.

Es todo en cuanto informo a su despacho para conocimiento y demás fines del caso.

Atentamente:

MG. WILFREDO FERNANDO YUPANQUI VILLANUEVA
PRESIDENTE DE JURADO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PROVEÍDO

FECHA:
Visto el documento pase a.

Para su:

DIRECTOR

c.c.
Interesado.
Archivo.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Ciudad Universitaria de Paturpampa

"AÑO DEL CENTENARIO DE MACHU PICCHU PARA EL MUNDO"

C.E. 09/09/11
 1

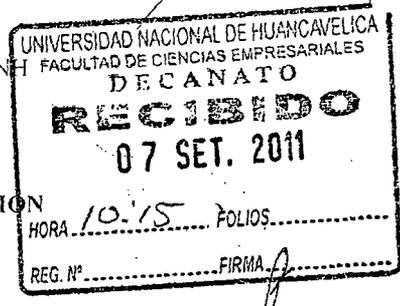
08 SET. 2011

Huancavelica, 06 de setiembre del 2011



OFICIO N° 024-2011-CGT-EAPA-DFCE-UNH

Mg. EDGARDO PALOMINO TORRES
 DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES-UNH



CIUDAD.-

ASUNTO: APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

REF.: INFORME N° 07-2011-YHQ-EAPA-FCE-UNH
 INFORME N° 02-2011-LQV/EAPA-FCE-UNH
 INFORME N° 03-2011-WFYV-PJ/EAPA-FCE-UNH

En relación a los documentos de la referencia me dirijo a usted, para saludarlo cordialmente; asimismo remitir adjunto al presente, el proyecto de Investigación, con **opinión favorable** titulado "EL PLANTEAMIENTO EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS MYPES FAMILIARES PRODUCTORAS DE LÁCTEOS EN LA COMUNIDAD CAMPESINA DE SINTO-DISTRITO DE CASTROVIRREYNA" presentado por los bachilleres: WILTON DEMETRIO QUISPE ESCOBAR Y FRANKLIN EINER QUISPE FERNANDEZ, con el objeto de que tenga a bien disponer se emita la Resolución de aprobación, adjunto tres folios y un ejemplar.

Esperando su amable atención renuevo a usted, las muestras de mi especial consideración

Atentamente,



Adm. Lino A. Quiñonez Valladolid
 rector (e) de la EAPA

Cc.
 Arch
 LAQV/Volanda U.