

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN LA
CADENA PRODUCTIVA DE LOS EMPRESARIOS DE LA
COMUNIDAD CAMPESINA DE CHITAPAMPA DEL DISTRITO
DE TARAY PROVINCIA DE CALCA, 2024**

PRESENTADO POR:

BR. CARLA FABIANA ISMODES CHAPARRO

BR. MARIA PRESENTACION HUARCO LIMA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO**

ASESOR:

DR. ELÍAS FARFÁN GÓMEZ

CUSCO – PERÚ

2025



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor DR. CPC . ELIAS FARFAN GOMEZ
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada: "PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA
EN LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS EMPRESARIOS DE LA COMUNIDAD
CAMPESEÑA DE CHITADAMPA DEL DISTRITO DE TARAY PROVINCIA DE
CALCA , 2024

Presentado por: ISMODES CHAPARRO CARLA FABIANA DNI N° 72948452;
presentado por: HUARCO LIMA MARIA PRESENTACION DNI N°: 72605343
Para optar el título Profesional/Grado Académico de
CONTADOR PÚBLICO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de
Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 8 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	<input type="checkbox"/>
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto**
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 06 de OCTUBRE de 2025

Firma

Post firma DR. CPC . ELIAS FARFAN GOMEZ

Nro. de DNI 73861243

ORCID del Asesor 0000-0001-7469-3485

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:496782323

CARLA FABIANA ISMODES CHAPARRO MARIA PRE...

TESIS FINAL CARLA FABIANA ISMODES CHAPARRO Y MARIA PRESENTACION HUARCO LIMA (1).docx

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:496782323

Fecha de entrega

11 sep 2025, 1:51 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

11 sep 2025, 2:35 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS FINAL CARLA FABIANA ISMODES CHAPARRO Y MARIA PRESENTACION HUARCO LIMA (1).docx

Tamaño del archivo

1.3 MB

136 páginas

28.576 palabras

170.533 caracteres

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)
- Base de datos de Crossref

Exclusiones

- N.º de fuente excluida
- N.º de coincidencia excluida

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedicado a mi mamá, Fabiana, por su amor y entrega incondicional, por enseñarme con su ejemplo que una mujer fuerte e independiente puede lograr todo lo que se propone, también a mi papá, Carlos, por su dedicación y ejemplo diario que me recuerda el verdadero valor de la integridad y la honestidad.

A mi compañera de vida, Emmita, luz constante en mis días, quien me inspira a ser mi mejor versión y me llena de amor en cada paso del camino. Y a mí, por transitar mis procesos de aprendizaje y por nunca dejar de creer incluso en los días más inciertos.

Carla Fabiana Ismodes Chaparro

A Dios, por darme la salud, el trabajo y el amor necesarios para seguir adelante con este propósito.

A mis padres, por su apoyo constante y por ser el pilar fundamental en mi formación. Este trabajo de investigación está dedicado principalmente a ellos, quienes, a pesar de las dificultades, nunca dejaron de creer en mí.

Maria Presentacion Huarco Lima

Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a Dios, por ser nuestro faro en los momentos de oscuridad, por sostenernos con amor infinito, brindarnos fortaleza y salud, y darnos la certeza de que nunca estamos solas. Su presencia constante ha sido fundamental para continuar y alcanzar nuestras metas.

A nuestras familias, por su apoyo incondicional en cada etapa de este proceso, siendo siempre nuestra motivación y soporte constante. A quienes, con su amor, nos impulsaron a seguir, nos sostuvieron con ternura y nos recordaron cuán capaces somos.

A la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por ser un espacio de formación no solo académica, sino también humana, donde aprendimos sobre resiliencia, esfuerzo y dedicación. Agradecemos también a sus docentes por compartir sus conocimientos y valores durante toda nuestra formación.

A nuestro asesor, por su guía constante, su paciencia y su compromiso a lo largo de todo el proceso de investigación. Su acompañamiento fue clave para el desarrollo y culminación de este trabajo.

Finalmente, a cada persona que, con sus palabras, consejos o silencios oportunos, fue aliento en los momentos de duda. Gracias por estar, incluso sin saberlo.

Carla Fabiana Ismodes Chaparro - Maria Presentacion Huarco Lima

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	I
Agradecimiento	II
Índice de contenidos	III
Índice de cuadros	V
Índice de figuras	VII
Resumen	VIII
Abstract.....	IX
Introducción.....	X
I: Planteamiento del problema.....	1
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	4
a. Problema general	4
b. Problemas específicos	4
1.3. Justificación de la investigación.....	4
a. Objetivo general	6
b. Objetivos específicos.....	6
II: Marco teórico conceptual.....	7
2.1. Bases teóricas.....	7
2.2. Marco conceptual.....	30
2.3. Antecedentes empíricos de la investigación.....	32
III: Hipótesis y variables.....	42
3.1. Hipótesis.....	42
a Hipótesis general	42
b. Hipótesis específicas	42
3.2. Identificación de variables.....	42
3.3. Operacionalización de variables.....	44
IV: Metodología	45
4.1. Ámbito de estudio.....	45
4.2. Tipo y nivel de investigación.....	45
4.4. Población de estudio.....	47

4.5. Tamaño de muestra.....	47
4.6. Técnicas de selección de muestra.....	48
4.7. Técnicas de recolección de información.....	48
4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	49
4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas.....	49
V: Resultados y discusión	50
5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.....	50
5.2. Pruebas de hipótesis.....	91
5.3. Discusión de resultados.....	98
CONCLUSIONES.....	105
RECOMENDACIONES	106
REFERENCIAS	109
ANEXOS.....	119
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	120
Anexo 2: Matriz Operacional	121
Anexo 3: Matriz instrumental – de la variable Planeamiento estratégico	122
Anexo 4: Matriz instrumental – de la variable Cadena productiva	123
Anexo 5: Instrumento de recolección de datos tipo encuesta.....	123

Índice de cuadros

Cuadro 1 Operacionalización de variables	44
Cuadro 2 Procedimientos de los datos.....	49
Cuadro 3 Estadística de fiabilidad de las variables	50
Cuadro 4 Rangos del alfa de Cronbach	50
Cuadro 5 Planeamiento estratégico	51
Cuadro 6 Programación estratégica.....	52
Cuadro 7 Procedimientos estratégicos.....	54
Cuadro 8 Objetivos estratégicos	56
Cuadro 9 Cadena productiva	57
Cuadro 10 Producción	59
Cuadro 11 Distribución	60
Cuadro 12 Comercialización	62
Cuadro 13 Recursos económicos.....	64
Cuadro 14 Recursos financieros	65
Cuadro 15 Recursos humanos	67
Cuadro 16 Lineamientos.....	68
Cuadro 17 Estrategias	70
Cuadro 18 Fiscalización	71
Cuadro 19 Presupuesto	73
Cuadro 20 Calendarización	74
Cuadro 21 Escala de prioridades	76
Cuadro 22 Costo de producción	77
Cuadro 23 Eficiencia de producción	78
Cuadro 24 Ciclo de producción	80
Cuadro 25 Gestión del inventario	81
Cuadro 26 Almacenamiento	83
Cuadro 27 Monitoreo	84
Cuadro 28 Posicionamiento del producto.....	86
Cuadro 29 Estrategias de promoción.....	87
Cuadro 30 Canales de venta	89
Cuadro 31 Prueba de normalidad	91

Cuadro 32 Prueba de hipótesis general.....	92
Cuadro 33 Prueba de hipótesis específica 1	94
Cuadro 34 Prueba de hipótesis específica 2	95
Cuadro 35 Prueba de hipótesis específica 3	97

Índice de figuras

Figura 1 Planeamiento estratégico.....	51
Figura 2 Programación estratégica	53
Figura 3 Procedimientos estratégicos	54
Figura 4 Objetivos estratégicos	56
Figura 5 Cadena productiva.....	57
Figura 6 Producción	59
Figura 7 Distribución.....	61
Figura 8 Comercialización.....	62
Figura 9 Recursos económicos	64
Figura 10 Recursos financieros	65
Figura 11 Recursos humanos.....	67
Figura 12 Lineamientos	69
Figura 13 Estrategias	70
Figura 14 Fiscalización.....	72
Figura 15 Presupuesto	73
Figura 16 Calendarización.....	75
Figura 17 Escala de prioridades.....	76
Figura 18 Costo de producción.....	77
Figura 19 Eficiencia de producción.....	79
Figura 20 Ciclo de producción	80
Figura 21 Gestión del inventario	82
Figura 22 Almacenamiento	83
Figura 23 Monitoreo.....	85
Figura 24 Posicionamiento del producto	86
Figura 25 Estrategias de promoción	88
Figura 26 Canales de venta.....	89

Resumen

La investigación titulada "Planeamiento estratégico y su influencia en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del Distrito de Taray Provincia de Calca, 2024" tuvo como objetivo "Determinar cómo el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios". Con el propósito de alcanzar los objetivos de la investigación, se adoptó un enfoque metodológico cuantitativo de tipo aplicado, el diseño seleccionado fue no experimental, de nivel correlacional, la población de estudio estuvo integrada por los empresarios pertenecientes a la comunidad campesina de Chitapampa, para la recolección de información, se utilizó la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario, posteriormente, los datos obtenidos fueron procesados y analizados mediante el software estadístico SPSS.

En conclusión, se puede aseverar que el planeamiento estratégico constituye un factor fundamental para fortalecer y mejorar la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, ubicada en el distrito de Taray, provincia de Calca, durante el año 2024. Una adecuada planificación estratégica facilita la gestión eficiente de los recursos, la optimización de los procesos y posibilita la toma de decisiones más eficientes, lo que se refleja en una mejora significativa de la competitividad y sostenibilidad de las actividades productivas. Asimismo, se evidencia que cuando los empresarios adoptan estrategias alineadas a sus capacidades y el contexto local, logran mayores niveles de coordinación dentro de la cadena productiva, calidad en los productos y acceso a mercados.

Palabras clave

Planeamiento, estratégico, cadena, productiva

Abstract

The research titled “Strategic Planning and Its Influence on the Productive Chain of Entrepreneurs in the Peasant Community of Chitapampa, District of Taray, Province of Calca, 2024” aimed to determine how strategic planning influences the productive chain of local entrepreneurs. To achieve the research objectives, a quantitative methodological approach of applied type was adopted. The selected design was non-experimental and correlational in level. The study population consisted of entrepreneurs belonging to the peasant community of Chitapampa. For data collection, the survey technique was used, and the questionnaire served as the instrument. Subsequently, the data obtained were processed and analyzed using SPSS statistical software.

In conclusion, it can be affirmed that strategic planning is a fundamental factor in strengthening and improving the productive chain of the entrepreneurs in the Chitapampa community, located in the district of Taray, province of Calca, during 2024. Adequate strategic planning facilitates the efficient management of resources, optimization of processes, and enables more effective decision-making, which is reflected in a significant improvement in the competitiveness and sustainability of productive activities. Likewise, it is evident that when entrepreneurs adopt strategies aligned with their capabilities and local context, they achieve higher levels of coordination within the productive chain, better product quality, and greater access to markets.

Keywords:

Strategic planning, supply chain, production

Introducción

El presente estudio tiene como objetivo principal determinar cómo el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray, provincia de Calca, 2024. Para respaldar la investigación se ha realizado una revisión minuciosa de diversas fuentes de información, las cuales constituyen un respaldo para su adecuado desarrollo. La investigación está constituida por cinco secciones, las que se detallan:

I. Planteamiento del problema: Esta sección expone la problemática que origina y motiva la realización del estudio, describiendo el problema principal, así como sus aspectos y dimensiones particulares. Del mismo modo, se definen el objetivo general y los objetivos específicos que orientan y delimitan el desarrollo de la investigación. También se incorpora una justificación que argumenta y sustenta la relevancia del estudio, destacando el valor de analizar los factores identificados y la necesidad de proponer alternativas que faciliten su entendimiento y posible optimización.

II. Marco teórico y conceptual: Se recopila información relevante proveniente de diversas fuentes, lo que permite y facilita la construcción de una perspectiva amplia y precisa sobre el tema de estudio, considerando los contextos internacional, nacional y local. De igual modo, se elabora un marco conceptual que ofrece el sustento teórico indispensable y necesario para la investigación, y se plantean tanto la hipótesis general como las específicas, en concordancia con las variables examinadas.

III. Hipótesis y variables: Se presentan las hipótesis formuladas para el desarrollo de la investigación, abarcando tanto el enfoque general como los aspectos específicos del estudio. Estas hipótesis se sustentan en una definición precisa y organizada de las variables

a analizar, lo que facilita la construcción de un marco lógico y consistente para el análisis, interpretación y posterior comparación de los resultados obtenidos.

IV. Metodología: Presenta el enfoque metodológico especificando el tipo, nivel, método y diseño empleados en la investigación, así como la delimitación de la población y la determinación del tamaño muestral. Del mismo modo, se precisa la unidad de análisis y se detallan cuidadosamente las técnicas e instrumentos aplicados para la recolección de datos, con el propósito de garantizar la validez, fiabilidad y coherencia de los resultados obtenidos.

V. Resultados y discusión: Muestra los resultados obtenidos a partir del procesamiento y análisis de los datos utilizando herramientas estadísticas que garanticen la rigurosidad del estudio. Se presenta la fiabilidad de la información recopilada, las pruebas de hipótesis empleadas y las distribuciones de frecuencia registradas. Seguidamente, se realiza un análisis minucioso de los hallazgos, los cuales se contrastan con marcos teóricos relevantes, con el fin de brindar una interpretación más completa y contextualizada de los datos obtenidos.

Finalmente, el estudio concluye con la presentación de las conclusiones y recomendaciones formuladas en base al análisis de los resultados obtenidos. Del mismo modo, se incluye un listado de las fuentes bibliográficas consultadas durante el desarrollo de la investigación, así como anexos que complementan y respaldan los hallazgos, proporcionando mayor claridad y sustento al contenido expuesto.

I: Planteamiento del problema

1.1. Situación problemática

La producción de fresas ha experimentado un constante y significativo crecimiento a nivel mundial, en las últimas décadas se vio impulsado por la demanda creciente que existe en los mercados internacionales, ya que posee diversas propiedades nutricionales y beneficios para la salud. Existe alta valoración de estos frutos y tienen gran presencia en el mercado debido a su contenido de antioxidantes, vitaminas, fibra, y minerales, así como su bajo aporte calórico y su versatilidad de uso, lo que ha incentivado su consumo y expansión en la industria agroalimentaria. Además, las técnicas empleadas en la producción de fresas que mejoran constantemente, el desarrollo de nuevas variedades más resistentes y la tecnificación del proceso productivo han permitido que más países opten por producir y exportar estos frutos.

La producción agrícola abarca las actividades desarrolladas con la finalidad de cultivar y recolectar diversos productos vegetales, para el autoconsumo o distribución con fines comerciales. Esta actividad cumple un rol fundamental para impulsar el desarrollo económico, promoviendo la generación de empleo para las diversas regiones del mundo. Específicamente el cultivo de fresas, representa un factor estratégico dentro de la diversificación de la oferta agrícola, impulsando el fortalecimiento y desarrollo en economías emergentes y desarrolladas.

Además de su relevancia económica, la producción de estos frutos contribuye positivamente al desarrollo rural, fomentando la tecnificación del campo y permitiendo que los pequeños y medianos productores puedan acceder a mercados más diversos, incluso mercados internacionales. Este proceso ha generado nuevas oportunidades de inversión en infraestructura agrícola, transporte y comercialización, fortaleciendo la integración de los

agricultores en cadenas de valor más eficientes y rentables. Asimismo, el comercio de fresas ha impulsado la creación de empleos en sectores relacionados, como el procesamiento, empaque, distribución y exportación, beneficiando a miles de familias en zonas rurales.

Según Ramírez et al. (2016) se tiene a Estados Unidos, México, Turquía y España como principales productores de fresa, quienes en conjunto representan aproximadamente el 68% de la producción mundial de fresas. De estos países, quien registra la mayor superficie de cosecha, así como el mayor volumen de producción es Estados Unidos, por otro lado, México ocupa el quinto lugar como exportador de fresas, estableciéndose como uno de los países destacados en el comercio internacional de este producto.

En el contexto agrícola peruano, la producción de fresas ha adquirido gran relevancia económica y social, convirtiéndose en un importante generador de ingresos y empleo. De acuerdo con datos del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2023), este sector presenta un destacado dinamismo, puesto que refleja un incremento de 3,851 mil toneladas registradas en diciembre de 2022 a 5,519 mil toneladas en el mes de diciembre de 2023, es por ello, que se evidencia la expansión productiva así como la influencia de este sector en el Producto Bruto Interno (PBI) agrícola, permitiendo que la economía rural se fortalezca y a su vez promueve la inversión en infraestructura productiva.

En el distrito de Taray, provincia de Calca, región Cusco, existen numerosos agricultores dedicados a la producción de fresas, esta actividad constituye su fuente principal de ingresos. Sin embargo, la cadena productiva en la comunidad campesina de Chitapampa exhibe deficiencias en producción, distribución y comercialización, lo cual limita el desarrollo sostenible para el sector. En la producción, se evidencian altos costos debido a la falta de acceso a insumos asequibles y tecnologías eficientes, baja eficiencia productiva por el uso de técnicas tradicionales, ciclos de producción descoordinados que afectan la oferta en el mercado y una deficiente gestión del inventario. En la distribución, uno de los

principales obstáculos es la carencia de infraestructura adecuada que permita el almacenamiento post cosecha lo cual limita la conservación de un producto de calidad, sumado al escaso control sobre las condiciones que se presentan en el transporte y entrega, y una débil articulación de estrategias de posicionamiento en mercados altamente competitivos. En cuanto a la comercialización, no existen adecuadas y efectivas estrategias de promoción y la dependencia de intermediarios constituye una limitante para las oportunidades de venta, y consecuentemente reducen los márgenes de ganancia para los productores. Estos problemas se ven agravados por la falta de un planeamiento estratégico, ya que no se cuenta con un adecuado análisis del entorno, definición de objetivos claros, implementación de estrategias eficientes ni acceso a financiamiento para mejorar infraestructura y equipamiento. Además, los riesgos financieros no son debidamente identificados, lo que dificulta la toma de decisiones y la optimización de recursos. A nivel operativo, la ausencia de control de calidad y el uso ineficiente de insumos y mano de obra afectan la competitividad del producto. En consecuencia, la deficiencia de un enfoque estratégico que sea integral y adecuado dentro de la cadena productiva de fresas de la comunidad campesina de Chitapampa no permite que los agricultores logren aprovechar el potencial agrícola que presenta la región, lo cual afecta su rentabilidad y sostenibilidad dentro del mercado, por lo que resulta crucial la implementación de estrategias que favorezcan y mejoren la eficiencia productiva, optimicen la distribución y fortalezcan los distintos canales de comercialización.

1.2. Formulación del problema

a. Problema general

¿Cómo el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?

b. Problemas específicos

- ¿Cómo la programación estratégica influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?
- ¿Cómo los procedimientos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?
- ¿Cómo los objetivos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?

1.3. Justificación de la investigación

a. Justificación teórica

En el desarrollo de esta investigación, se consideró fundamental la justificación teórica, ya que uno de los principales objetivos fue ampliar y profundizar el conocimiento existente sobre la relación e influencia del planeamiento estratégico en la cadena productiva. Esto permitió comprender la interacción entre ambas variables, brindando un marco teórico sólido que favorece la mejora de la cadena productiva, la toma de decisiones. Para ello, se llevó a cabo un análisis y revisión de literatura especializada que enriqueció dichos conocimientos. Los resultados obtenidos no solo reforzaron la base conceptual del estudio, sino que también

aportaron nuevas perspectivas y recomendaciones aplicables al sector, generando conocimiento más accesible, pertinente y útil para la comunidad académica y para los actores involucrados en el desarrollo productivo.

b. Justificación práctica

Para el desarrollo de la investigación, se tomó en cuenta la justificación práctica, ya que se espera que los resultados de este estudio sirvan como una valiosa herramienta de consulta dirigida a los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa. Esta investigación proporciona información relevante que podrá ser utilizada por los empresarios, permitiéndoles tomar decisiones informadas y mejorar las estrategias relacionadas con el planeamiento estratégico y la cadena productiva. Además, contribuye al fortalecimiento del planeamiento estratégico y la cadena productiva, promoviendo así su crecimiento y competitividad.

c. Justificación metodológica

Para la realización de esta investigación, se consideró la justificación metodológica, aplicando las técnicas y procedimientos definidos por la universidad para la elaboración de estudios académicos. La investigación adopta un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental y de tipo transversal, lo que posibilita la recopilación de datos pertinentes y actualizados sin que factores externos alteren los resultados. Este enfoque garantiza un proceso metodológico preciso y en concordancia con los lineamientos académicos vigentes.

d. Justificación social

Para el desarrollo de la investigación, se tomó en cuenta la justificación social, ya que el estudio se orientó a generar beneficios para los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, permitiendo que adquirieran mayor conocimiento sobre los aspectos analizados, a fin de mejorar sus prácticas y fortalecer su desarrollo productivo. Para

ello, se optó por recabar información de primera mano directamente de los propios empresarios, lo que permitió capturar de manera precisa y auténtica sus perspectivas, necesidades y desafíos. Este enfoque no solo enriqueció el análisis, sino que también garantizó que los resultados fueran pertinentes y aplicables a su contexto real.

1.4. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Determinar cómo el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

b. Objetivos específicos

- Determinar cómo la programación estratégica influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.
- Determinar cómo los procedimientos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.
- Determinar cómo los objetivos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

II: Marco teórico conceptual

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Planeamiento Estratégico

San Martín (2020), señala que el planeamiento estratégico es un proceso fundamental mediante el cual una organización establece su visión, misión, objetivos y estrategias. Este proceso se basa en un análisis detallado del entorno, tanto interno como externo, y requiere la participación activa del personal en todos los niveles de la organización, las estrategias formuladas deben aprovechar al máximo los recursos y capacidades disponibles, alineándose con las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas. Como resultado de este proceso, se elabora un plan estratégico con un enfoque a largo plazo, diseñado para anticipar y adaptarse a los cambios del entorno, garantizando la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa.

Por otro lado, Ore et al. (2020), define que el planeamiento estratégico es el proceso mediante el cual una organización diseña y establece políticas y planes de acción orientados a guiar su desarrollo institucional hacia un futuro deseado. Para ello, es fundamental definir con claridad las metas y directrices que marcarán el rumbo de la entidad, asegurando una planificación eficiente en la asignación de recursos físicos, financieros y humanos, este proceso requiere una gestión estructurada y coordinada, alineada con los objetivos institucionales, de manera que todas las actividades planificadas contribuyan al cumplimiento de la visión organizacional y al logro de resultados sostenibles a largo plazo, de igual forma el (Centro de Planeamiento Estratégico - CEPLAN, 2014) define el planeamiento estratégico es un proceso estructurado y dinámico que se basa en un análisis continuo de la situación actual y una visión prospectiva orientada al futuro. Su propósito es

generar información clave que facilite la toma de decisiones estratégicas, permitiendo a la organización definir y alcanzar sus objetivos a largo plazo de manera efectiva y sostenible.

Gallardo (2021) menciona que planificación y gestión estratégica se presentan como elementos clave para definir la misión y los objetivos de la organización, lo que conduce a la generación de beneficios tanto financieros como no financieros y, en consecuencia, asegura sus ventajas competitivas, asimismo Vagarecha et al. (2022) identifica a la gestión estratégica como la formulación e implementación de objetivos e iniciativas, adoptados por la alta dirección de una compañía, considerando los recursos disponibles y evaluando los entornos internos y externos en los que opera la organización.

En concordancia con lo mencionado, el planeamiento estratégico es un proceso esencial para que una organización o empresa pueda alcanzar sus objetivos de manera eficaz y sostenible. Este proceso inicia con un análisis integral del entorno interno y externo, lo que permite establecer con claridad la misión, visión, objetivos y metas estratégicas; a través de este enfoque estructurado, se facilita la toma de decisiones estratégicas, orientadas a garantizar el cumplimiento de lo planificado, optimizando el uso de recursos y asegurando la continuidad y eficiencia en la ejecución de las actividades. De esta manera, el planeamiento estratégico no solo proporciona una dirección clara, sino que también permite a la organización adaptarse a los cambios del entorno y mejorar su competitividad a largo plazo.

Según CEPLAN (2024) El planeamiento estratégico es un proceso fundamental y muy importante para toda actividad empresarial, puesto que:

- Permite examinar, reconocer, analizar y comprender la situación en la que se encuentra una empresa.

- Sirve de base y permite definir los objetivos estratégicos con los que se orientará la toma de decisiones.
- Permite definir los objetivos y metas que se quieren cumplir, así como el horizonte temporal definido para su ejecución.
- Identificar, plantear y desarrollar las rutas, o pasos a seguir, los cuales están direccionados a cumplir con los objetivos planteados.
- Identificar, analizar y vincular los recursos con los que cuenta la empresa o empresarios, y direccionarlos al uso eficiente que permita y garantice el cumplimiento de metas trazadas

Así mismo, su importancia radica en que:

- Permite que la empresa tome decisiones y tenga un accionar desde una perspectiva proactiva, en la cual no solo reaccione, sino actúe frente a su entorno y al análisis de este, ya que podrá identificar los riesgos, escenarios no favorables y tomar decisiones que refuercen su estabilidad y sostenibilidad.
- Permite definir la visión y misión, así como metas y objetivos claros, los cuales promueven que todos los miembros sigan una misma dirección, y garantiza que cada integrante reconozca y asuma su rol e importancia en el cumplimiento de los objetivos y metas planificadas, garantizando así, la mejora en el sentido de pertenencia y compromiso con la visión de la empresa.
- Permite que la actividad empresarial esté alineada con los objetivos y metas a cumplir, lo que facilita y mejora la toma de decisiones, el manejo de recursos y la obtención de resultados, por consecuente genera un incremento en la eficiencia de la empresa.

- Al estar estructurado y definiendo claramente los objetivos y metas, permite reducir la incertidumbre, lo cual mejora la confianza entre los integrantes de la organización, así como la imagen ante los socios o terceros, pues es muestra de coherencia y estabilidad.

2.1.1.1 Niveles del planeamiento estratégico

A) Nivel Estratégico:

Este nivel define la visión, misión, objetivos generales y estrategias proyectadas a largo plazo; tiene el nivel jerárquico más alto de la planificación. Está vinculado a las decisiones de gestión, que son indelegables y se reservan para la alta dirección. Su orientación es fundamental para guiar el rumbo organizacional y alinear todos los demás niveles de planificación.

B) Nivel Táctico

Este nivel planifica y maneja los objetivos generales de mediano plazo, por lo general de tres a cinco años, dirigida a la toma de decisiones relacionadas con gerencias de niveles jerárquicos medios, como ventas, marketing, posicionamiento, etc. Su función es traducir las directrices estratégicas en planes operativos concretos que permitan coordinar y optimizar los recursos de manera eficiente.

C) Nivel Operativo

Se encarga de ejecutar acciones concretas a corto plazo o en el plazo de un año, detallando actividades, plazos y presupuestos. Así mismo, asignando responsabilidades y recursos específicos. Está direccionado a las actividades cotidianas y habituales. Su objetivo principal es garantizar la eficiencia en la ejecución diaria y el cumplimiento puntual de las metas establecidas.

2.1.1.2. Dimensiones sobre planeamiento estratégico

2.1.1.2.1. Programación estratégica

Palma (2012) Afirma que la programación consiste en organizar un conjunto de actividades previamente diseñadas para coordinar eficazmente los recursos y capacidades de una empresa, con el propósito de alcanzar sus objetivos de crecimiento y expansión. Este proceso de planificación no solo optimiza la asignación de los recursos disponibles, sino que también asegura la sincronización entre las diferentes áreas y equipos de trabajo, garantizando que todos colaboren en la consecución de un objetivo común.

Terrazas (2011) La programación se ubica como el paso siguiente a la planificación, está enfocada y direccionada a concretar las operaciones por medio de la definición del lugar y el momento de ejecución. En este contexto, la programación actúa como la herramienta operativa que transforma los planes estratégicos en acciones tangibles. Permite a las empresas elaborar cronogramas detallados que asignan tareas específicas a equipos y recursos, asegurando la ejecución eficiente de cada actividad dentro del tiempo estipulado. De esta manera, la programación traduce la planificación en resultados prácticos y medibles.

La importancia de la programación estratégica radica en su capacidad para proporcionar a las empresas, un rumbo claro al cual dirigirse, lo que permite que las acciones se alinean a un mismo objetivo y meta, así mismo le permite a la empresa, mejorar su adaptabilidad a los cambios, anticipando respuestas ante los riesgos detectados, es importante también puesto que mejora la eficiencia, optimiza procesos y hace eficiente el uso de los recursos.

Según Córdova (2023) La programación estratégica tiene como objetivo principal definir una ruta clara y pertinente para la empresa, la cual le permitirá establecer de manera adecuada las metas y objetivos que sean coherentes con la misión y visión, que estarán definidos dentro de un plazo de tiempo, así mismo estas guiarán el accionar empresarial,

permitiendo que la asignación y manejo de los recursos se optimice y sea más eficiente y efectiva, le brinda también a la empresa la capacidad de adaptabilidad y la fortalece antes los cambios que se presentan en su entorno, y en conjunto mejora la toma informada de decisiones, es por ello que la programación estratégica es fundamental en las empresas pequeñas y mediana, así como en productoras rurales, puesto que incide en su sostenibilidad y desarrollo.

Macías et al. (2022) identifica como componentes importantes para estructurar de forma adecuada la programación estratégica:

- a) Análisis del entorno, que consiste en la evaluación y estudio del aspecto interno y externo en el que realiza sus actividades una empresa, permite valorar los factores relacionados al acceso a mercados, disponibilidad de los recursos, factores climáticos, etc.
- b) Definición de la misión y visión de la empresa, lo cual determina el rumbo y razón de esta, puesto que dota de identidad y propósito a los actores.
- c) Establecimiento de los objetivos estratégicos que sean claros, mediables y alcanzables dentro de un determinado plazo de tiempo, los cuales están orientados a las mejoras de producción, comercialización, distribución, así como mayor sostenibilidad y desarrollo.
- d) Diseño de estrategias orientadas a alcanzar los objetivos planteados, ya sean de crecimiento, diversificación, posicionamiento, entre otras, estos son guías que detallan las actividades, manejo de recursos, calendarización, los cuales permiten que al ser ejecutados se adapten a la realidad de la empresa.
- e) Asignación de recursos, considerando los que están disponibles, ya sean económicos, financieros o humanos, que permitan mejor implementación de las estrategias y garanticen el uso eficiente y óptimo de estos.

- f) Monitoreo y evaluación, es decir la supervisión de la ejecución del plan y estrategias, mediante el uso de indicadores que permiten evaluar el cumplimiento, desviaciones y medidas correctivas para asegurar la mejora continua y facilitar la adaptabilidad a los cambios.

2.1.1.2.1.1. Indicadores de programación estratégica

A. Recursos económicos

Según Sarasola (2025), los recursos económicos, constituyen aquellos medios, elementos tangibles o no, que poseen valor, y que a su vez su uso y explotación, es necesaria para el desarrollo de las actividades económicas, como la producción de bienes y servicios.

Para el contexto de la investigación se tiene que, los recursos de producción incluyen terreno, insumos agrícolas, herramientas y maquinaria, así como la infraestructura básica y necesaria, entre otros; los recursos económicos, van a determinar en gran medida, la capacidad productiva, ya que su disponibilidad y el manejo eficiente de esto, inciden en la cantidad producida, la calidad de las fresas y la continuidad en el tiempo. Es por ello que, la programación estratégica toma en cuenta el acceso, la distribución y la optimización de estos, mediante la priorización y calendarización.

A.1. Importancia de los recursos económicos

Los recursos económicos representan los medios necesarios que permiten la realización de las actividades empresariales planificadas orientadas al cumplimiento de objetivos, por tanto son importantes pues, permiten mejorar la producción, incrementar la productividad y garantizar la sostenibilidad en el tiempo, a su vez fortalece la cadena productiva ya que su disponibilidad y manejo eficiente, orienta la inversión en infraestructura, mayores insumos, mejoras de los recursos humanos, entre otros. Según García (2024), los recursos económicos

son esenciales para generar riqueza y desarrollo económico, ya que son fundamentales en la producción de bienes y servicios.

B. Recursos financieros

Los recursos financieros constituyen los activos o medios con los que cuenta una empresa para cumplir con sus actividades operativas, de inversión y financiamiento; son fundamentales pues, poseen un grado de liquidez y preservan el flujo económico de la empresa, según Vera et al. (2021) los recursos financieros constituyen un aspecto fundamental para la sostenibilidad, financiamiento de operaciones, inversión en proyectos y permiten mantener la estabilidad económica de una empresa y en gran medida permiten enfrentar cambios y situaciones adversas, una gestión y manejo eficiente de estos recursos, aumenta la capacidad y competitividad de una organización.

Dentro de los recursos financieros se pueden identificar dos fuentes, las externas e internas, para Gracia et al. (2019) la correcta identificación y selección de estas fuentes, está relacionada con el análisis de factores relacionados con el costo, los riesgos existentes, entre otros.

C. Recursos humanos

Los recursos humanos están conformados por las personas que son parte de la organización, ya sean directivos o colaboradores, los cuales tienen conocimientos, capacidades y habilidades o competencias que contribuyen al logro de los objetivos organizacionales, es un recurso esencial puesto que, de este depende el desarrollo y ejecución de las actividades económicas, para Loza et al. (2020) constituye un activo fundamental en la organización empresarial, que permite en desarrollo en un mercado, logro de objetivos y permite a la empresa mantenerse en el tiempo. Procurar una adecuada gestión y manejo de estos recursos permite que sean óptimos, eficientes y comprometidos, y direcciona a la

empresa obtener mejoras en su productividad, además fomentando el clima laboral positivo logra impulsar el crecimiento y desarrollo de la empresa, así mismo, constituye recursos elementales y complejos, puesto que cada individuo posee criterios y opiniones diversas.

Por tanto los recursos humanos constituyen un factor estratégico, el cual determina el desarrollo, competitividad y sostenibilidad de la empresa, posee características intangibles, como la creatividad, motivación, adaptación y experiencia, además de ello es necesario tomar en cuenta que existe una gran diversidad entre los individuos, por lo que es fundamental tomar un enfoque especializado, que evalúe aspectos técnicos, sociales y emocionales, procurando analizar y comprender el comportamiento y dinámica organizaciones, con el fin de guiar adecuadamente y mejorar el rendimiento y compromiso del personal.

Aunado a ello, las mejoras continuas a través de capacitaciones e implementación de estrategias de gestión, pueden mejorar el capital humano, permitiéndoles desarrollar más competencias que favorezcan su crecimiento individual y el de la empresa, Limahuaya (2021) señala que la gestión estratégica de los recursos humanos tiene un rol fundamental en la mejora de resultados, contribuye a la resolución de los diferentes conflictos identificados respecto a la escasez de habilidades, así como la mejora de satisfacción en los colaboradores. Así mismo, en las zonas rurales, la escasez de recursos humanos calificados, la migración a las zonas urbanas y el difícil acceso a formación y desarrollo profesional o técnico, constituyen retos que requieren estrategias que permitan fomentar el desarrollo de este recurso.

Dentro de los recursos humanos se tiene los siguientes componentes:

- Reclutamiento y selección, que consiste en el proceso de atraer y seleccionar candidatos idóneos para los puestos de trabajo, según los requerimientos de la empresa.
- Capacitación y formación continua, que promueva la mejora de capacidades, conocimientos, habilidades y competencias.
- Evaluaciones de desempeño mediante las cuales se analice y mida el rendimiento que poseen los colaboradores en base a los objetivos y metas por ejecutar.
- Implementación de una estructura de compensaciones y beneficios, los cuales, a través de mejoras salariales, incentivos o beneficios logren motivar e identificar más al talento humano, logrando así mejoras en su desempeño.

2.1.1.2.2. Procedimientos estratégicos

De la Cruz (2021) señala que los procedimientos estratégicos son esenciales para el planeamiento estratégico puesto que, constituyen acciones planificadas y diseñadas específicamente para ser implementadas por una empresa y permitir el cumplimiento de objetivos y metas, toman en consideración la formulación, ejecución y evaluación de las estrategias, buscando mayor adaptabilidad y competitividad dentro del mercado.

Este conjunto de acciones previamente planificadas hace posible ejecutar el planeamiento estratégico mediante pasos estructurados, coordinados y orientados al cumplimiento de objetivos, así mismo reflejan la misión y visión mediante acciones que permitan lograr lo planificado, fortalece la toma de decisiones, el manejo eficiente de los recursos y un monitoreo y evaluación posterior de los resultados. Así mismo Cornejo (2020), menciona que constituye una guía que direcciona el actuar empresarial, mejorando

las respuestas ante los cambios del entorno y asegurando un trabajo orientado al cumplimiento de un mismo objetivo.

El implementar procedimientos estratégicos se considera fundamental puesto que garantiza el éxito de la organización, ya que brinda pautas específicas y claras para la toma de decisiones y manejo de los recursos, y permite a la empresa ser proactiva, así mismo Olórtogui et al. (2023) señalan que posibilita la obtención de mejoras en indicadores económicos como la rentabilidad.

Los procedimientos estratégicos se caracterizan por ser proactivos ya que se anticipan ante los posibles cambios del entorno, flexibles puesto que se adaptan a diversas circunstancias, y al abarcar a la empresa en conjunto son integrales; así mismo deben ser medibles para permitir evaluar el impacto que tienen mediante indicadores.

2.1.1.2.2.1 Indicadores de procedimientos estratégicos

A. Lineamientos

Pérez y Gardey (2021) Un lineamiento es una guía o dirección que establece la tendencia, orientación o característica de una acción o política. Además, se refiere a un conjunto de instrucciones u órdenes emitidas por un líder a sus subordinados, con el fin de garantizar la coherencia y el cumplimiento de objetivos comunes, en el ámbito institucional, un lineamiento se convierte en un conjunto de directrices que orientan y estructuran las decisiones y acciones, asegurando que todos los miembros de la organización sigan un camino unificado hacia el logro de las metas establecidas, estos lineamientos son cruciales para mantener la coherencia, eficiencia y alineación con la misión y visión de la entidad.

B. Estrategias

Westreicher (2020) La estrategia se define como un conjunto de acciones cuidadosamente planificadas para orientar la toma de decisiones y responder eficazmente a

situaciones específicas, con el objetivo de alcanzar metas previamente establecidas, en su esencia, la estrategia es un plan de acción que se implementa para lograr objetivos determinados, garantizando que los recursos y esfuerzos estén alineados con dichos fines, este enfoque estratégico es aplicable en diversos contextos, como el ámbito militar, empresarial, gubernamental y personal, donde la anticipación, planificación y ejecución son fundamentales para alcanzar el éxito.

C. Fiscalización

Franco et al, (2024) señala que se concibe como un proceso sistemático de supervisión y evaluación que permite verificar el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos, asegurando la eficiencia y eficacia en la gestión de los recursos y procesos organizacionales, La fiscalización es un componente fundamental dentro del planeamiento estratégico, ya que permite supervisar y controlar el cumplimiento de las metas y objetivos definidos en el plan. En el contexto de la cadena productiva de los empresarios de la Comunidad Campesina de Chitapampa, la fiscalización adquiere un rol crucial para garantizar que las actividades productivas se realicen de manera eficiente, transparente y alineada con los objetivos estratégicos de la comunidad. Como indicador estratégico, la fiscalización evalúa aspectos claves como la adecuación de los procesos productivos, la correcta utilización de recursos, la adherencia a las normativas vigentes, y la efectividad en la ejecución de las acciones planificadas. A través de este proceso de supervisión, se pueden identificar desviaciones, implementar correcciones oportunas y fomentar la mejora continua. Este control no solo contribuye a la sostenibilidad económica de los empresarios campesinos, sino que también fortalece la confianza interna y externa, al demostrar un manejo responsable y organizado de la cadena productiva. Además, la fiscalización permite integrar mecanismos de retroalimentación que facilitan la adaptación del plan estratégico a cambios en el entorno productivo, social y económico.

2.1.1.2.3. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos son metas planificadas, las cuales están orientadas a que la empresa cumpla con su misión dentro del mediano y largo plazo, permiten materializar la visión de la empresa, y guía el actuar de la empresa, así mismo alinean las acciones de todos los actores de la empresa, estableciendo prioridades y permitiendo que a través del trabajo en conjunto se logre ejecutar lo planificado.

Zavala y Valera (2017) Estos planes representan logros significativos, ya que están diseñados para alcanzar metas específicas dentro de un plazo determinado, contribuyendo al cumplimiento de la misión de la organización. Por lo general, se establecen con un horizonte temporal de dos a tres años, lo que permite a las organizaciones definir un enfoque claro y medible para su desarrollo. Además, estos planes no solo facilitan la planificación y asignación de recursos, sino que también promueven la alineación entre los diferentes departamentos y equipos, asegurando que todos trabajen hacia un objetivo común.

Díaz y Matamoros (2011) El proceso se enfoca principalmente en aquellas áreas esenciales y funcionales para abordar las debilidades, potenciar las fortalezas, gestionar oportunamente las amenazas y aprovechar las oportunidades. Este enfoque estratégico permite a la organización no solo mitigar riesgos, sino también reforzar su posición competitiva en el mercado. Al identificar y priorizar estas áreas clave, se pueden desarrollar planes de acción específicos que garanticen una respuesta efectiva y eficiente ante los desafíos y cambios del entorno.

Los objetivos son cuantificables, de modo que mediante valores cuantificables reflejan lo que se espera lograr en un determinado plazo de tiempo, estableciendo el cambio o mejora y el lapso de tiempo, así mismo es fundamental que sean realizables, es decir factibles de cumplir. Son comprensibles ya que, quienes están comprendidos e involucrados en su

ejecución deben tener un pleno entendimiento de lo que se busca lograr, y que a su vez estimulen mayor productividad.

La importancia de los objetivos estratégicos radica en su capacidad para guiar la toma de decisiones de la empresa y dirigirla al cumplimiento coherente de la misión, visión y propósitos de la organización, conduce las acciones de cada actor y área de la empresa hacia el cumplimiento de un objetivos y metas globales, el brindar metas claras y bien definidas alinea el manejo de recursos, permitiendo optimizarlos y a su vez maximizar el rendimiento que tiene la empresa.

2.1.1.2.3.1. Indicadores de objetivos estratégicos

A. Presupuesto

Llamas (2020) El presupuesto es un plan financiero mediante el cual se planifica, coordinar y gestiona las actividades financieras de la empresa, mediante este plan cuantificado en términos monetarios se plasma la cantidad de recursos que se espera obtener y ejecutar durante un periodo. Permite reflejar los objetivos estratégicos en cifras y analizar los resultados obtenidos, es un instrumento orientado a la consecución de objetivos. Aporta información fundamental para la toma de decisiones.

B. Calendarización

ACE (2020) Precisan que la calendarización es el proceso de planificar y organizar el tiempo necesario para alcanzar las metas clave dentro de una organización. Este enfoque implica la creación de un cronograma detallado que asigne fechas específicas para el inicio, desarrollo y finalización de las actividades estratégicas. La calendarización facilita una gestión eficiente de los recursos, garantizando que las acciones estén alineadas con las prioridades de la organización y se cumplan dentro de los plazos establecidos. Además,

permite el seguimiento del progreso y la identificación temprana de posibles retrasos, lo que posibilita realizar ajustes de manera proactiva.

C. Escala de prioridades

Lucano (2018) El cuadro o escala de necesidades es un documento clave que facilita la planificación de los bienes y servicios requeridos para la ejecución de actividades programadas durante un año determinado. Este instrumento permite identificar y priorizar las necesidades de manera sistemática, garantizando que los recursos adecuados estén disponibles en el momento oportuno para cumplir con los objetivos establecidos. Además, el cuadro contribuye a una gestión más eficiente de los recursos, ya que permite un análisis detallado de costos y la posibilidad de ajustar las asignaciones en función de las prioridades cambiantes de la organización a lo largo del año.

2.1.2. Cadena Productiva

La Ley N.º 28846 (2006), establece el marco para el fortalecimiento de las cadenas productivas y los conglomerados, menciona que se identifican diversas etapas dentro de la cadena productiva, que incluyen la provisión de insumos, producción, conservación, transformación, industrialización, comercialización y el consumo dentro de los mercados nacionales e internacionales, igualmente para Chaves et al. (2021) el concepto de cadena productiva brinda un marco conceptual fundamental que permite entender la interacción que existe entre distintas unidades empresariales dentro del proceso de generación de valor, así como el rol que desempeña cada una dentro de este. Además, señala que la cadena productiva aporta elementos importantes para el diseño de políticas de apoyo empresarial, que fomenten la creación de riqueza mediante el fortalecimiento de ventajas competitivas.

Escobar (2022) menciona que es la asociación de diversos agentes quienes, a través del mercado, participan organizadamente en la generación de valor respecto a un bien o servicio,

el proceso inicia con la obtención de la materia prima o el recurso necesario, seguido por el aprovisionamiento de insumos esenciales, luego la transformación mediante etapas como producción, industrialización y conservación, finalizando en la distribución para su consumo, tanto en mercados internos como externos; por otro lado Zapata (2024) señala que se trata de un sistema conformado por diversos actores que interactúan entre sí y participan dentro de una cadena de actividades interdependientes, las cuales incluyen la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización de un producto. Cada etapa del proceso va contribuir con el valor final del producto, lo cual asegura su adecuada distribución dentro del mercado y su competitividad en la industria.

Se puede señalar que la cadena productiva está conformada por una serie de etapas que componen el proceso de transformación de insumos en bienes o servicios, dentro de este, se tiene la obtención de materias primas o recursos esenciales, seguido por la producción o transformación del producto, conservación y almacenamiento, y finalmente su distribución en el mercado, dirigida al consumidor final., así mismo dentro de la cadena productiva destaca la coordinación y adecuada gestión de los eslabones, con el fin de mejorar la competitividad y eficiencia.

Gonzales (2022) señala que las cadenas productivas, permiten desarrollar ventajas competitivas, respecto a otros competidores, puesto que incrementa la rentabilidad, a través de la reducción de costos y mejora de los precios, permite que la empresa prevea y reduzca riesgos, brinda mayor y mejor acceso a financiamiento y tecnologías.

Las cadenas productivas se clasifican según el enfoque del cual se analice, se tiene el enfoque tradicional, el cual se centra en la eficiencia operativa, y busca la reducción de costos mediante la adecuada gestión de cada eslabón de la cadena; por otro lado el enfoque de innovación, el cual se centra en el rol de las mejoras y cambios novedosos que estén orientados a la mejora de la cadena, aplican en su mayoría a la industria alimentaria; y el

enfoque de capacidades, que toma como factor clave las capacidades tecnológicas, financieras y los recursos humanos.

2.1.2.1. Producción

Para Caba Villalobos et al. (2011) La producción es un proceso compuesto por una serie de operaciones que transforman los materiales, permitiendo que pasen de su estado original a la forma deseada. También se define como la generación de valor agregado en un bien o servicio a través de su transformación. En este sentido, producir implica extraer y modificar los recursos con el propósito de hacerlos aptos para satisfacer diversas necesidades. Por otra parte, el autor Farfán (2020), lo define como la manera en que se organizan y combinan, en función del tiempo y el espacio, los distintos factores de producción, como la tierra, la mano de obra, el capital y la tecnología. Esta combinación es gestionada con el propósito de optimizar el uso de los recursos disponibles y alcanzar sus objetivos tanto sociales como económicos, asegurando la sostenibilidad y rentabilidad de su actividad.

Para Quiroa et al. (2024) la producción es el proceso mediante el cual se transforman los insumos en bienes o servicios con el objetivo de satisfacer necesidades. Consiste en la utilización eficiente de recursos y materias primas para su elaboración, aplicando diversas técnicas y sistemas según los requerimientos del mercado. Este proceso no solo implica la conversión de materiales, sino también la adición de valor a los productos mediante diferentes etapas, como el procesamiento, ensamblaje o refinamiento. Su desarrollo depende de factores como la tecnología, la mano de obra, el capital y la gestión eficiente, buscando siempre optimizar costos, tiempos y calidad.

Teniendo en cuenta los conceptos mencionados, se puede definir a la producción como la fase fundamental de la cadena productiva en la que los materiales se transforman en

bienes o servicios mediante una serie de procesos secuenciales. Estos procesos incluyen la explotación de recursos y la combinación de factores productivos como la mano de obra, el capital, la tierra y la tecnología, con el objetivo de generar valor y satisfacer de manera eficiente las demandas del mercado.

2.1.2.1.1. Indicadores de la producción

A. Costo de producción

Arias et al. (2020) señalan que el costo de producción representa el valor monetario que representa el conjunto de recursos utilizados en la producción de un bien durante un período específico. Incluye todos los elementos necesarios para el proceso productivo, como la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación. Su propósito es reflejar el sacrificio económico realizado para generar un producto final.

Elementos de costo de producción

- Materia prima

Sinisterra (2011) señala que las materias primas son los recursos fundamentales que, al someterse a un proceso de transformación dentro de un sistema productivo, se convierten en productos terminados. Estos materiales iniciales, que pueden ser de origen natural, agrícola, industrial o de otro tipo, son la base para la creación de bienes finales.

- Mano de obra

Rincón et al. (2019) definen la mano de obra como al conjunto de esfuerzos físicos, mentales, emocionales e intelectuales que una persona aporta en el proceso productivo dentro de una empresa. Este término no solo engloba la labor manual del trabajador, sino

también sus capacidades cognitivas y emocionales que contribuyen al desarrollo de actividades dentro de la organización.

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Rincón et al. (2019) describen a los Costos Indirectos de Fabricación como aquellos costos incurridos en la fábrica que no pueden asignarse directamente con el costo del producto, ya sea porque no forman parte integral del proceso de fabricación, o porque su asignación directa resulta compleja debido a la variabilidad entre productos, al bajo valor individual de dichos costos, o a que el momento en que se reconocen sus valores reales no coincide con el tiempo en que se lleva a cabo la producción.

En base a lo mencionado por los autores podemos decir que las materias primas son los insumos básicos que se usan al inicio de cualquier producción que se transforman gradualmente hasta convertirse en productos terminados; estos insumos son el punto de partida de la producción. La mano de obra que intervienen en ese proceso no solo aporta fuerza física, sino también su pensamiento, emociones y decisiones, lo cual resulta esencial para lograr resultados. Además, hay costos que se generan en la producción, pero no pueden relacionarse fácilmente con un solo producto, ya sea porque su impacto es muy pequeño o porque no se registran en el mismo momento en que ocurre la actividad productiva.

B. La eficiencia productiva

Según Calvo et al. (2018), la eficiencia productiva se refiere a la correcta ejecución de las actividades, dando prioridad al uso adecuado de los recursos disponibles. Esta eficiencia se mide a través de la relación entre los recursos empleados y los resultados alcanzados. También implica la capacidad del agente económico para gestionar, evaluar y optimizar los costos, con el objetivo de lograr el máximo rendimiento posible utilizando la menor cantidad de recursos.

C. Ciclo de producción

Ciclo de producción es el periodo de tiempo que transcurre entre el inicio de la producción de un bien hasta su finalización. Este ciclo abarca las distintas etapas que se suceden de manera continua y cíclica, desde la adquisición de insumos, su transformación en productos intermedios, hasta su conversión en productos finales listos para ser distribuidos o vendidos. Dependiendo de la naturaleza del producto, el ciclo puede ser más corto o más largo, pero siempre involucra una secuencia que se repite constantemente en cada nuevo lote o serie de producción.

2.1.2.1.2. Distribución

Según la Real Academia Española, (2020), la distribución se refiere al reparto de un producto a los lugares donde debe ser comercializado. Este proceso abarca todas las actividades relacionadas con el traslado y la entrega de bienes desde el punto de producción hasta el consumidor final. La distribución no solo involucra la logística de transporte, sino también la selección de canales adecuados, el manejo de inventarios y la organización de los puntos de venta. Tiene como objetivo asegurar que los productos lleguen de manera eficiente, oportuna y en las condiciones adecuadas que mantengan la calidad para los consumidores finales, facilitando el acceso al mercado y optimizando la disponibilidad del producto.

Así mismo Molinillo (2020), considera la distribución como un puente esencial entre la producción y el consumo, facilitando el flujo de bienes y servicios desde los productores hasta los consumidores. Este proceso no solo garantiza la disponibilidad de los productos en el mercado, sino que también tiene importantes repercusiones económicas y sociales, ya que influye en los costos, la accesibilidad, la equidad en el acceso a los bienes y el desarrollo de las comunidades. Es la etapa del proceso productivo que permite que el bien producido

llegue al usuario final de manera eficiente. Para ello, es fundamental su correcta gestión estratégica que integre actividades como el almacenamiento, el transporte, monitoreo y el control de inventarios. Una coordinación efectiva de estos elementos garantiza que el producto llegue al consumidor en las mejores condiciones y en el momento oportuno.

2.1.2.1.2.1. Indicadores de la distribución

A. Gestión del inventario

De acuerdo a lo señalado por Flamarique (2025), la gestión del inventario es el proceso de administrar, controlar y optimizar los bienes y productos almacenados por una empresa, con el fin de garantizar que haya suficiente cantidad de stock para satisfacer la demanda de los clientes sin incurrir en costos adicionales asociados a un inventario excesivo o insuficiente.

B. Almacenamiento

Arrieta (2011), define el almacenamiento como el conjunto de actividades organizadas que permiten conservar y gestionar productos o materiales en espacios físicos adecuados, ya sea en almacenes, depósitos, centros de acopio u otras áreas destinadas para tal fin. Su propósito es mantener el orden, facilitar el acceso, preservar las condiciones del producto y optimizar el flujo dentro del proceso logístico o productivo.

C. Monitoreo

El monitoreo es fundamental puesto que, consiste en la supervisión continua, sistemática y detallada de variables que afectan el desempeño y la eficiencia de la cadena productiva. Su objetivo principal es asegurar que los productos sean transportados, manipulados, almacenados y entregados dentro de parámetros previamente establecidos que garanticen su integridad física, su calidad comercial y su llegada en el momento oportuno al

consumidor final, esta función no se limita a la simple observación, sino que implica la implementación de sistemas de recolección, procesamiento y análisis de datos operativos, tales como temperatura, ubicación geográfica, vibraciones, humedad y tiempo de tránsito— a través del uso de herramientas tecnológicas avanzadas como sensores, dataloggers y plataformas de trazabilidad en tiempo real. La utilidad del monitoreo consiste en que permite identificar desviaciones respecto a los estándares establecidos, prevenir daños a la mercancía, tomar decisiones correctivas ágiles y mejorar la planeación logística futura. Como lo expone Castillo (2024), el monitoreo adecuado en los procesos logísticos no solo reduce pérdidas económicas por deterioro de productos sensibles, sino que también favorece el cumplimiento normativo y fortalece la confianza de los clientes mediante la garantía de calidad en cada etapa del proceso.

2.1.2.3. Comercialización

Según Quiñónez et al. (2020), la comercialización es un proceso que se enfoca en analizar las necesidades y deseos de los consumidores, con el fin de determinar si prefieren mayor cantidad o una variedad de productos y servicios. Este proceso implica prever qué tipos de productos o servicios, en cuanto a sus características o propiedades, serán de interés para el público. A partir de este análisis, la empresa debe decidir a cuáles de estos consumidores puede satisfacer de manera efectiva, alineando su oferta con las demandas del mercado, igualmente Bustamante et al. (2022), citan a Villalta Marmolejo, quien señala que comercializar un producto no solo implica presentarlo de manera atractiva, sino también definir una estrategia de distribución eficiente y crear las condiciones necesarias para que los distribuidores impulsen las ventas en cada canal. Esto resalta la importancia de un enfoque integral que combine diseño, logística y estrategias comerciales para garantizar el éxito en el mercado.

Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura (2018) define la comercialización como el conjunto de funciones que se llevan a cabo desde el momento en que un producto sale del establecimiento del productor hasta que llega al consumidor, dentro de un mercado específico. Este proceso actúa como un mecanismo de coordinación para las transferencias e intercambios entre los distintos agentes que forman parte de la cadena productiva, garantizando así una distribución eficiente y efectiva. En base a los autores mencionados, se define que la comercialización es el proceso mediante el cual los bienes o servicios son trasladados desde el productor hasta el consumidor final dentro de un mercado determinado. Este proceso abarca la planificación, ejecución y control de estrategias orientadas al posicionamiento del producto, la selección de los canales de venta más adecuados y la implementación de acciones de promoción para estimular la demanda y garantizar su acceso al público objetivo.

2.1.2.3.1. Indicadores de la comercialización

A. Posicionamiento del producto

Según el autor Piazza (2021), el posicionamiento del producto es el proceso mediante el cual se ubican estratégicamente el nombre y la imagen un producto en la mente del consumidor, con el objetivo de que sea percibido como la mejor opción para satisfacer sus necesidades, destacando por sus atributos y beneficios.

B. Estrategias de promoción

Para Kotler y Armstrong (2018), las estrategias de promoción son un conjunto de acciones planificadas que tienen como objetivo informar, persuadir y recordar al consumidor la existencia y los beneficios de un producto o servicio. Estas estrategias buscan influir en la decisión de compra del cliente mediante herramientas como la publicidad, promociones,

relaciones públicas y marketing directo, con el fin de aumentar la demanda y mejorar el posicionamiento en el mercado.

C. Canales de venta

De acuerdo a los autores Kotler y Armstrong (2018) indican sobre los canales de venta son los medios que permiten que un producto o servicio esté disponible para el consumidor final o para las empresas que lo utilizan. Estos canales pueden ser directos, cuando la empresa vende directamente al cliente, o indirectos, cuando se recurre a intermediarios como distribuidores o tiendas minoristas.

2.2. Marco conceptual

- **Producto:** Campines (2024) se considera un producto a cualquier bien, servicio, persona, lugar, organización o concepto, ya sea tangible o intangible, que se pone a disposición en el mercado con el objetivo de ser adquirido, utilizado o consumido, y que tiene como fin satisfacer una necesidad o deseo.
- **Mercado:** Landeta (2024) Constituye el espacio físico o no, en el que se intercambian bienes o servicios entre individuos, con la finalidad de satisfacer las necesidades humanas.
- **Precio:** Ramírez (2015) el precio representa el valor monetario asignado a un bien o servicio en el marco de una transacción comercial. Este valor abarca diversos factores, como la modalidad de pago (efectivo, cheque, tarjeta, entre otros), las condiciones de crédito (ya sea al contado, a plazos o mediante documentos), así como los descuentos aplicables (por pronto pago, por volumen de compra, etc.) y los posibles recargos (como devoluciones o penalizaciones).
- **Planeamiento estratégico:** Es el proceso mediante el cual una organización define sus objetivos a largo plazo y determina las acciones necesarias para alcanzarlos,

optimizando el uso de recursos y adaptándose a cambios del entorno. Ceplan (2014)

- **Cadena productiva:** Pupo (2024) Conjunto de actividades interrelacionadas que transforman materias primas en productos finales, incluyendo etapas de producción, transformación, distribución y comercialización.
- **Almacenamiento:** Westreicher (2024) consiste en conservar productos, dentro de un espacio físico que tenga las características adecuadas para mantenerlos hasta su uso o distribución, en caso de productos alimenticios implica un riesgo y complejidad más alto puesto que si la temperatura, manipulación y demás condiciones no son aptas, el producto puede no conservarse óptimamente.
- **Producción:** Mendoza (2022), a partir de este proceso se elaboran los productos intermedios y productos finales.
- **Demanda:** Parkin (2010) La demanda se refiere a la relación entre el precio de un bien o servicio y la cantidad que los consumidores están dispuestos y pueden adquirir en un período determinado, manteniéndose constantes otros factores como el ingreso, los gustos o los precios de bienes relacionados.

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación

A. Antecedentes internacionales

Loayza y Zabala (2018) en su investigación denominada “Análisis de la cadena productiva del cacao ecuatoriano para el diseño de una política pública que fomente la productividad y la eficiencia de la producción cacaotera período 2007-2016”, presentada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, para obtener el título profesional de Economista, el estudio tuvo como propósito principal identificar los factores que afectan la competitividad de la cadena productiva del cacao en Ecuador y proponer lineamientos de política pública para incrementar su productividad y eficiencia. Para ello, se empleó el enfoque de Cadenas y Diálogos para la Acción (CADIAC), el cual facilitó la identificación de estrategias orientadas a fortalecer la competitividad del sector. A través de un análisis integral del contexto nacional e internacional, así como de la estructura, operatividad y ventajas competitivas de la cadena productiva del cacao ecuatoriano, se determinó que diversos factores inciden en su desempeño, entre ellos la tecnificación de las empresas, el papel del gobierno y sus políticas de apoyo agrícola, la renovación genética, los modelos de asociación y las condiciones climáticas. A partir de estos hallazgos, se diseñaron lineamientos de política pública enfocados en mejorar la productividad y eficiencia del sector, con especial atención en los pequeños y medianos productores, además de optimizar las prácticas implementadas a lo largo de la cadena productiva del cacao en Ecuador.

Núñez et al (2021) en su estudio titulado “Análisis financiero de la cadena productiva de *sacha inchi* (*Plukenetia volubilis*, L) en el departamento Norte de Santander, Colombia”, presentado al colegio de Post Graduados, de la Universidad de Santander Colombia, en la Revista Iberoamericana de Bioeconomía y Cambio Climático de Nicaragua, donde se tiene como objetivo realizar un análisis financiero de la cadena productiva en los eslabones de producción, a través de una metodología cuantitativa, evaluativa y transversal, se determinó

que una adecuada toma de decisiones financieras puede mejorar significativamente cada fase del proceso productivo, abarcando desde la producción primaria hasta la transformación y comercialización. Del mismo modo, en la cadena productiva de los criadores de animales, la implementación de estrategias financieras bien planificadas permite aumentar los ingresos y optimizar la eficiencia operativa. La inversión en tecnología, el perfeccionamiento de la alimentación y una gestión eficaz de los recursos no solo fortalecen la producción, transformación y venta de productos derivados, sino que también elevan el valor agregado en cada etapa, impulsando la rentabilidad global del sector.

Gamboa et al. (2023), en su estudio titulado “Cadena productiva de carne bovina del estado de Campeche, México”, presentado en el Centro Agronómico tropical de investigación y enseñanza, donde se tiene como objetivo analizar el estado actual de la cadena productiva de carne bovina del estado de Campeche, México. A través de una metodología cuantitativa, se determinó que, dentro de una cadena productiva, las decisiones financieras suelen enfocarse en optimizar la eficiencia operativa y la gestión de costos en cada etapa, desde la adquisición de insumos hasta la producción, el acopio, la transformación y la comercialización. No obstante, para aprovechar al máximo los recursos invertidos, es esencial que dichas decisiones también incorporen estrategias que fomenten una mayor integración y cooperación entre los distintos actores, mejorando el flujo de información y promoviendo acuerdos que contribuyan a la estabilidad de los ingresos. Esto facilitaría la evolución hacia una cadena de valor, en la que las inversiones no solo busquen mejorar la producción y los costos, sino que también añadan valor a cada eslabón, generando beneficios para todos los participantes, con un impacto particularmente positivo en los criadores de animales. En este sentido, replantear el enfoque financiero no solo fortalecería la eficiencia operativa, sino que también abriría nuevas oportunidades para impulsar el desarrollo económico de la cadena bovina en Campeche.

Barrera et al. (2020) en su estudio titulado “Análisis descriptivo de la cadena productiva del plátano Casanare” presentado a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia Colombia, de Colombia, de Colombia, el principal objetivo de este estudio fue analizar la existencia de asociaciones dedicadas al cultivo del plátano en Casanare, las cuales operan de manera independiente. Para ello, se empleó una metodología con enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, utilizando un muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 94 % y un margen de error del 6 %. El instrumento de recolección de datos fue aplicado a productores, comercializadores y otros grupos de interés, lo que permitió concluir que la falta de trabajo colaborativo dificulta la planificación estratégica de la cadena productiva, limitando la posibilidad de expandir la comercialización de este producto a otras regiones.

Garcés (2020) en su trabajo titulado: Estudio de los elementos económicos de la cadena productiva de cuero y calzado en la Provincia de Tungurahua que tienen efecto en el crecimiento y competitividad del sector presentado a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador de Quito Ecuador, presentado para optar el título profesional de Economista, el principal propósito de este estudio fue identificar los factores económicos, como el tamaño de la empresa, la calidad y la informalidad, que influyen en el crecimiento y la competitividad del sector de cuero y calzado en la provincia de Tungurahua a lo largo de su cadena productiva. Para ello, se empleó una metodología con un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo. Los resultados evidencian que las cadenas productivas desempeñan un papel fundamental en el desarrollo y crecimiento de una provincia, ya que constituyen una fuente significativa de ingresos y generan empleo, especialmente para personas de bajos recursos. No obstante, el sector enfrenta desafíos relacionados con la competitividad, derivados de la informalidad, la baja calidad e innovación, la ausencia de una estructura formal y la proliferación del comercio informal. A pesar de estas dificultades, la cadena productiva sigue

teniendo un impacto económico y social considerable, beneficiando a micro y pequeñas empresas que dependen de esta actividad.

Valle et al. (2022) en su estudio “La logística y el transporte en la cadena productiva y su incidencia en la productividad” presentado por la Revista Polo del Conocimiento, en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Manabí, Ecuador, el objetivo de este estudio fue analizar la logística dentro de la cadena productiva y su impacto en la productividad, además de diagnosticar la situación actual de la cadena productiva de la planta, empleando una metodología descriptiva. El análisis realizado permitió identificar y evaluar los procesos que comprenden desde la recepción de la materia prima hasta la obtención del producto terminado, lo que brindó una visión global del funcionamiento de la producción. A partir de esto, se pudieron sugerir mejoras encaminadas a optimizar tanto la producción como la productividad. No obstante, una de las principales limitaciones del estudio fue el tiempo requerido para la ejecución de cada proceso y su influencia en la productividad de la planta. Por último, se recomienda llevar a cabo investigaciones futuras que aborden el impacto de las enfermedades ocupacionales en la productividad empresarial.

B. Antecedentes nacionales

De la Cruz (2019) en su investigación denominada La cadena productiva y su importancia en la gestión gerencial de la empresa FAIR FRUIT Perú SAC 2018, presentada en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, en la ciudad de Huacho, para obtener el título profesional de Contador Público donde consideró como objetivo principal determinar si el diseño de los productos es importante para la planeación de la gestión donde la población estuvo constituida por 80 individuos entre: gerente general, contadores y trabajadores, determinadas por muestreo probabilístico, utilizamos como medida de actitud la escala de Likert. Entre dimensiones se tuvo, características del producto, proceso de producción, comercialización, mercado competitivo. La certeza, fue validada por aplicación

de proceso computacional SPSS, Versión 22.0 del molde de correlación de Pearson, de confianza del 95%. La prueba de Chi cuadrado llegando a concluir que el diseño de los productos es fundamental para la planeación y gestión gerencial, ya que influye directamente en la estructura y en los procedimientos de producción. De igual manera, los procesos de comercialización juegan un papel crucial en la ejecución de la administración gerencial, al ser claves para la correcta implementación de estrategias y el logro de objetivos organizacionales.

Huacal (2023) En su investigación titulada Gestión de la cadena productiva de leche de la Asociación Servicios Generales S.R.A. PURUAY ALTO, distrito de Cajamarca, y su contribución a la reducción de los niveles de pobreza en el periodo 2019, presentada en la Universidad Nacional de Cajamarca para optar al grado académico de Maestro en Ciencias con mención en Dirección de Proyectos, donde planteó como objetivo principal conocer la gestión de la cadena productiva de leche y su contribución en la reducción de los niveles de pobreza. Se empleó un enfoque metodológico deductivo-inductivo y se aplicó el método analítico-sintético. El trabajo de campo se realizó mediante la aplicación de un cuestionario a 43 socios de la asociación mencionada. Los resultados evidenciaron una relación positiva entre la gestión de la cadena productiva de leche y la reducción de los niveles de pobreza. En particular, el coeficiente de correlación obtenido fue de 0.517, lo que indica un impacto favorable de la gestión productiva en la reducción de la pobreza, señalando que una mejor gestión de la cadena productiva de la leche contribuye significativamente a la mejora económica de los socios.

Fernández y Rivas (2021) En su investigación denominada Planeamiento Estratégico y el Desarrollo organizacional de la Empresa Inversiones y Servicios Generales FYR SAC, Chimbote 2021, presentada en la Universidad César Vallejo, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo analizar la relación entre

el planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional, empleó una metodología de tipo básica, con un diseño no experimental y correlacional, la población estuvo conformada por 50 trabajadores, de los cuales tomó la totalidad como muestra, mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, cuya fiabilidad del cuestionario se evaluó mediante el Alfa de Cronbach, obteniendo un coeficiente de 0.922 para la primera variable y 0.950 para la segunda, lo que indica una alta confiabilidad. Asimismo, se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, cuyos resultados mostraron que los datos no siguen una distribución normal, al presentar un valor menor a 0.05. En cuanto al análisis de correlación, se encontró una relación alta y significativa entre el planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.879. De manera complementaria, la correlación de Pearson también reflejó un valor de 0.879, con una significancia bilateral de 0.000, confirmando así la existencia de una asociación positiva y significativa entre ambas variables. Concluyendo en base a los hallazgos, que un mejor planeamiento estratégico influye directamente en el desarrollo organizacional, lo que resalta la importancia de implementar estrategias bien estructuradas para optimizar la gestión y crecimiento de la empresa.

Lázaro y Acevedo (2018) En su investigación titulada Planeamiento estratégico para incrementar la rentabilidad en la empresa turismo ERICK EL ROJO S.A., año 2018-2020, presentada en la Universidad César Vallejo, para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial, tuvo como objetivo desarrollar un planeamiento estratégico para incrementar la rentabilidad de la empresa. El diseño de investigación es descriptivo simple y empleó la técnica del cuestionario. La población fue conformada por 174 trabajadores de la empresa, y una muestra de 120 empleados. Para el análisis, se utilizaron diversas matrices de planificación estratégica, tales como MEFI, MEFE, FODA, IE y PEYEA. Como resultado,

se observó un crecimiento promedio del 1.95% en rentabilidad por cada sol vendido, evidenciando una mejora en comparación con los años anteriores, cuando la empresa presentaba niveles de rentabilidad más bajos. A partir de estos hallazgos, se concluye que la planificación estratégica es una herramienta fundamental para aquellas organizaciones que buscan mejorar su desempeño y consolidarse en su sector.

Calderón (2019) En su investigación titulada Gestión financiera de la cadena productiva sostenible agroexportadora en la región La Libertad 2014 - 2018, presentada en la Universidad de San Martín de Porres para obtener el grado académico de Maestro en Ciencias Contables y Financieras con mención en Contabilidad y Comercio Global, tuvo como objetivo determinar si una adecuada gestión financiera influye en la cadena productiva sostenible, empleó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional, incluyó una estadística descriptiva basada en tablas de frecuencia, porcentajes y distribución de datos, mientras que el análisis inferencial se realizó mediante la contrastación de hipótesis utilizando la prueba no paramétrica de Chi cuadrado. Concluyó que una gestión financiera adecuada influye positivamente en la cadena productiva sostenible, al optimizar el uso de herramientas financieras con recursos internos como externos, lo que mejora la eficiencia y rentabilidad empresarial. Asimismo, se determinó que un nivel de inversión debidamente planificado impacta significativamente en la adquisición y mejora de activos vinculados a la innovación y tecnología, fortaleciendo los procesos dentro de la cadena productiva sostenible. Por otro lado, la gestión del capital de trabajo influye directamente en la eficiencia del proceso productivo, favoreciendo el desarrollo del negocio, la competitividad y la sostenibilidad de la cadena productiva. Además, un adecuado control de costos y precios, considerando tanto las demandas del mercado como la competencia, incide en la comercialización de los volúmenes exportables y en el nivel de competitividad del sector agroexportador.

C. Antecedentes locales

Corrales y Saravia (2020) en su trabajo de investigación titulado La cadena de valor y la determinación de la productividad en la empresa Latesa S.A.C. del distrito de San Jerónimo-Cusco, periodo 2018, presentado en la Universidad Andina del Cusco para optar por el título profesional de Contador Público, tuvo como objetivo principal analizar cómo la cadena de valor influye en la productividad de la empresa. Para ello, empleó una metodología de investigación de tipo básica, con un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental y un alcance descriptivo. Se utilizaron técnicas como el análisis documental y el uso de fichas de recolección de datos, enfocadas en el proceso de producción de ladrillos, además de la documentación contable y financiera relacionada con los costos de producción, incluyendo órdenes de producción, registros de compras, documentos de ventas y otros archivos vinculados a la gestión de costos. El estudio concluyó que la identificación y aplicación de la cadena de valor contribuyen significativamente a la productividad, ya que permiten asignar un valor agregado a cada actividad dentro del proceso de producción.

Flores y Suta (2024) En su investigación titulada Planeamiento estratégico y la comercialización de la empresa MARASAL S.A. del distrito de Maras, provincia de Urubamba, 2022, presentada en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco para optar por el título profesional de Contador Público, que tuvo como objetivo principal describir cómo el planeamiento estratégico influye en la comercialización de dicha empresa durante el año 2022. Para ello, se adoptó una metodología de tipo básico aplicado, con un alcance descriptivo correlacional y un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La muestra estuvo compuesta por 30 trabajadores de MARASAL S.A., específicamente aquellos que laboran en el área de cobranzas y otras áreas relacionadas. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos, los cuales fueron procesados mediante el software estadístico SPSS. Los resultados indican

que el planeamiento estratégico tiene una influencia positiva alta en la comercialización de la empresa, evidenciada por un valor de significancia menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.748. Esto sugiere que una adecuada implementación del planeamiento estratégico mejora la comercialización de los productos de la empresa.

Coanqui y Peña (2021) En su investigación titulada “La cadena productiva apícola y sus efectos en el ingreso del productor del distrito de Challabamba - Provincia de Paucartambo, 2018”, presentada en la Universidad Andina del Cusco para optar por el título profesional de Economista, tuvo como objetivo determinar la relación entre la cadena productiva apícola y la generación de beneficios económicos para los productores. El estudio fue de tipo básico, con un nivel descriptivo-correlacional y un enfoque cuantitativo. Se empleó un diseño de investigación no experimental. La población y muestra estuvieron conformadas por 73 productores apícolas del distrito, quienes, se encontraban formalmente identificados e inscritos. Para la recolección de datos, se utilizaron la observación y la encuesta como técnicas de investigación, siendo el cuestionario el principal instrumento aplicado a la muestra. Los resultados evidenciaron una relación significativa entre la cadena productiva apícola y la generación de ingresos para los productores. Es decir, una mejora en los distintos eslabones de la cadena productiva apícola impacta positivamente en la rentabilidad del sector. Se determinó que el fortalecimiento de la provisión de insumos, la optimización de la producción de miel, la mejora en los procesos de transformación y la eficiencia en la comercialización contribuyen directamente al incremento de los ingresos de los apicultores. En consecuencia, el desarrollo integral de la cadena productiva apícola representa un factor clave para el crecimiento económico de los productores.

Mamani y Ugarte (2023) En su investigación titulada Cadena productiva del café y su influencia en el ingreso del productor del Centro Poblado de Yuveni – Distrito de Vilcabamba – La Convención periodo 2018-2020, presentada en la Universidad Andina del

Cusco para optar por el título profesional de Economista, tuvo como objetivo analizar la relación entre la cadena productiva del café y su incidencia en los ingresos de los productores. Se empleó una metodología de tipo básico, con un nivel descriptivo-correlacional y un enfoque cuantitativo, bajo un diseño no experimental. La población y muestra estuvieron conformadas por 100 productores. Para la recolección de información, se utilizó la técnica de encuesta por conveniencia, aplicando un cuestionario a la muestra seleccionada. Los resultados indicaron que las dimensiones de la cadena productiva del café (provisión, producción, transformación y comercialización) influyen en los ingresos de los productores. Por lo tanto, una mayor integración de la cadena productiva se asocia con un incremento en los ingresos de los caficultores.

III: Hipótesis y variables

3.1. Hipótesis

a Hipótesis general

El planeamiento estratégico influye significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

b. Hipótesis específicas

- La programación estratégica influye significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.
- Los procedimientos estratégicos influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.
- Los objetivos estratégicos influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

3.2. Identificación de variables

Variable 1: Planeamiento estratégico

Dimensiones

- Programación estratégica
- Procedimientos estratégicos
- Objetivos estratégicos

Variable 2: Cadena productiva**Dimensiones**

- Producción
- Distribución
- Comercialización

3.3. Operacionalización de variables

Cuadro 1

Operacionalización de variables

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Planeamiento estratégico	CEPLAN (2014), define como una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de la entidad.	Para desarrollar un plan estratégico, una entidad debe realizar adecuadamente una programación y procedimientos para el cumplimiento de los objetivos.	Programación estratégica	Recursos económicos Recursos financieros Recursos humanos
			Procedimientos estratégicos	Lineamientos Estrategias Fiscalización
			Objetivos estratégicos	Presupuesto Calendarización Escala de prioridades
Cadena productiva	Nova et al. (2020). En una cadena productiva, se incluyen etapas como la producción, transformación, distribución y comercialización. Cada eslabón de la cadena tiene un papel fundamental en la generación de valor, y la eficiencia en cada uno de estos pasos impacta directamente en el costo y calidad del producto final.	La cadena productiva es el conjunto de actividades interrelacionadas que transforman una materia prima en un producto final, abarcando todos los procesos desde la producción, pasando por la distribución, hasta la comercialización. Cada etapa es clave y agrega valor al producto, contribuyendo a su disponibilidad en el mercado.	Producción	Costo de producción Eficiencia de producción Ciclo de producción
			Distribución	Gestión del inventario Almacenamiento Monitoreo
			Comercialización	Posicionamiento del producto Estrategias de promoción Canales de venta

Nota: la tabla representa la operalización de variables

IV: Metodología

4.1. Ámbito de estudio

Localización política

- **País:** Perú
- **Región:** Cusco
- **Departamento:** Cusco
- **Provincia:** Calca
- **Distrito:** Taray

Localización geográfica

La comunidad campesina de Chitapampa está ubicada en el distrito de Taray provincia de Calca y departamento del Cusco,

4.2. Tipo y nivel de investigación

Tipo de investigación

Carrasco (2019), señala que el tipo de investigación aplicada “busca ampliar, profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad, así mismo busca solucionar el problema su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos de tal forma que se pueda dar alternativas de solución” (p.43). Asimismo, Arroyo (2020), señala que la finalidad es cumplir objetivos prácticos de la ciencia, respondiendo a las demandas sociales mediante el uso del conocimiento científico. La investigación se llevó a cabo mediante el tipo aplicado, centrado en ampliar y profundizar el conocimiento existente, así como en encontrar una solución a la problemática identificada en los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray, provincia de Calca, departamento del Cusco.

Enfoque de investigación

Ñaupas et. al (2018), respecto al enfoque cuantitativo menciona: “se sustenta en el uso de métodos y técnicas orientadas a la medición numérica, el análisis objetivo y la comprobación de hipótesis. Este enfoque implica la observación sistemática de las unidades de análisis, la utilización de magnitudes mensurables, el desarrollo de procedimientos de muestreo, el tratamiento de los datos recolectados, mediante técnicas estadísticas descriptivas o inferenciales.” (p, 140). En ese sentido, la presente investigación formuló hipótesis generales y específicas, las cuales fueron evaluadas a partir de la recolección de datos cuantificables, procesados con herramientas estadísticas. Al aplicar el enfoque cuantitativo se permitió analizar las variables y su relación.

Nivel de investigación

Hernández et al (2014), sobre el nivel correlacional menciona: “los diseños descriptivos se enfocan en investigar la relación entre diferentes variables dentro de una población, sin intervenir directamente en las variables” (p, 155). En este sentido, el presente estudio se enmarca en un nivel correlacional, ya que su propósito fundamental fue determinar cómo influye el planeamiento estratégico en la cadena productiva de los empresarios, identificando la relación existente entre ambas variables.

Diseño de investigación

Hernández et al (2014), define a la investigación no experimental como: “podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto”. (p. 152). Este estudio se enmarcó dentro de un diseño metodológico no experimental con enfoque transversal, ya que no se intervino en las variables, sino que se

observaron y describieron tal como se presentan en su contexto actual, así como examinar las relaciones entre las unidades de estudio. La recolección de datos se realizó en un solo momento dentro de un periodo determinado, lo que facilitó una comprensión clara y contextualizada de la realidad investigada.

4.3. Unidad de análisis

La investigación se llevó a cabo en la comunidad campesina de Chitapampa está ubicada en el distrito de Taray, provincia de Calca, departamento del Cusco.

4.4. Población de estudio

Hernández et al (2014), es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas específicas, así comenta al respecto una vez que se ha definido la unidad de análisis, se delimitara la población a estudiar y se generalizaran los resultados (p.174), por otro lado, Ñaupas et. al (2018) menciona que la población es un conjunto de unidades de estudio, que poseen características necesarias para ser consideradas como tales, pueden estar conformadas por personas, objetos, documentos, hechos o fenómenos y deben contar con características esenciales para ser incluidas en la investigación. En este estudio, la población estuvo conformada por los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray, provincia de Calca, departamento del Cusco.

4.5. Tamaño de muestra

Hernández et al (2014), la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población (p.174). En este contexto, para el desarrollo de la presente investigación, se tomó como muestra a 32 empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray, provincia de Calca, departamento del Cusco.

4.6. Técnicas de selección de muestra

Ñaupas et. al (2018) “el muestreo no probabilístico opinático o intencional, tiene por característica la intervención del criterio del investigador para seleccionar las unidades muestrales, en base a las características que requiere la naturaleza y la intención de la investigación”. En ese sentido, se eligió al sector de empresarios de la Comunidad Campesina de Chitapampa que se dedica exclusivamente y de forma activa a la producción de fresas, lo cual responde a los objetivos de la investigación. Esta selección aseguró la relevancia y pertinencia de la muestra, ya que los sujetos elegidos poseen experiencia directa en la cadena productiva del cultivo de fresa, lo que permitió obtener información válida y contextualizada sobre lo estudiado.

4.7. Técnicas de recolección de información

Técnicas

Hernández et al (2014), “señala que las técnicas son los recursos de que dispone el investigador para su trabajo, las técnicas necesitan los instrumentos para su realización”. (p.217). Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta, debido a que permite aplicar procedimientos estructurados que favorecen la obtención sistemática y ordenada de la información, facilitando su posterior análisis y comparación.

Instrumentos

Hernández et al (2014), “señala que el instrumento es cuando en la investigación disponemos de múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos”. (p.217). El estudio empleó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, compuesto por una serie de preguntas diseñadas específicamente para los colaboradores que formen parte de la muestra seleccionada.

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Se utilizó el programa SPSS para gestionar y estructurar los datos de forma eficiente, lo que permitió la creación de un archivo de información bien organizado. Además, se desarrolló una base de datos que facilitó la aplicación de diversas técnicas estadísticas en el proceso de análisis. Para representar visualmente las variables obtenidas, se elaboraron tablas y gráficos estadísticos mediante el uso de Microsoft Excel.

4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Para realizar el análisis de datos cuantitativos se realizaron los siguientes pasos:

Cuadro2

PROCEDIMIENTOS DE LOS DATOS

Ordenamiento y clasificación	Esta técnica fue utilizada con el propósito de organizar la información cuantitativa de manera estructurada, permitiendo así su interpretación y aprovechamiento óptimo.
Registro manual	Esta técnica fue empleada para digitar los datos recolectados mediante el instrumento aplicado, con el fin de proceder posteriormente a su procesamiento
Proceso computarizado se realizará con el programa SPSS versión 25	Con el propósito de realizar distintos cálculos matemáticos y estadísticos relevantes para el desarrollo de la investigación.

Nota el Tabla muestra los procedimientos de los datos.

V: Resultados y discusión

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.

5.1.1. Confiabilidad del estudio

Cuadro3

Estadística de fiabilidad de las variables

Variables	Alfa de Cronbach	N de elementos
Planeamiento estratégico y Cadena productiva	0.83	18

Nota: la tabla representa la confiabilidad del instrumento

Cuadro4

Rangos del alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Consistencia interna
≥ 0.9	Excelente
$0.8 \leq \alpha < 0.9$	Buena
$0.7 \leq \alpha < 0.8$	Aceptable
$0.6 \leq \alpha < 0.7$	Cuestionable
$0.5 \leq \alpha < 0.6$	Pobre
$\alpha < 0.6$	Inaplicable

Nota: La tabla representa los rangos del Alfa de Cronbach

Interpretación

Hernández et al. (2014) “la confiabilidad del instrumento consiste en una fórmula que determina el grado de consistencia y precisión que tienen los instrumentos de medición” (p. 348). Para garantizar una evaluación precisa de la confiabilidad de los datos recopilados, se optó por emplear el coeficiente Alfa de Cronbach, pues permite medir la consistencia interna de un cuestionario, de modo que valores próximos a 1 indican mayor grado de fiabilidad y exactitud en la información obtenida, el coeficiente de las 18 preguntas del instrumento arrojó un valor de 0.83, reflejando una buena consistencia interna, ya que, al aproximarse a 1, evidencia que los ítems presentan una alta coherencia entre sí, garantizando que el cuestionario mide de manera homogénea el constructo propuesto y puede afirmarse que el instrumento es fiable para su aplicación, ya que proporciona datos precisos y consistentes, lo que garantiza el análisis riguroso y fundamentado dentro del marco de la investigación.

5.1.2. Análisis sobre el planeamiento estratégico y sus dimensiones

Variable 01 – Planeamiento estratégico

Cuadro 5

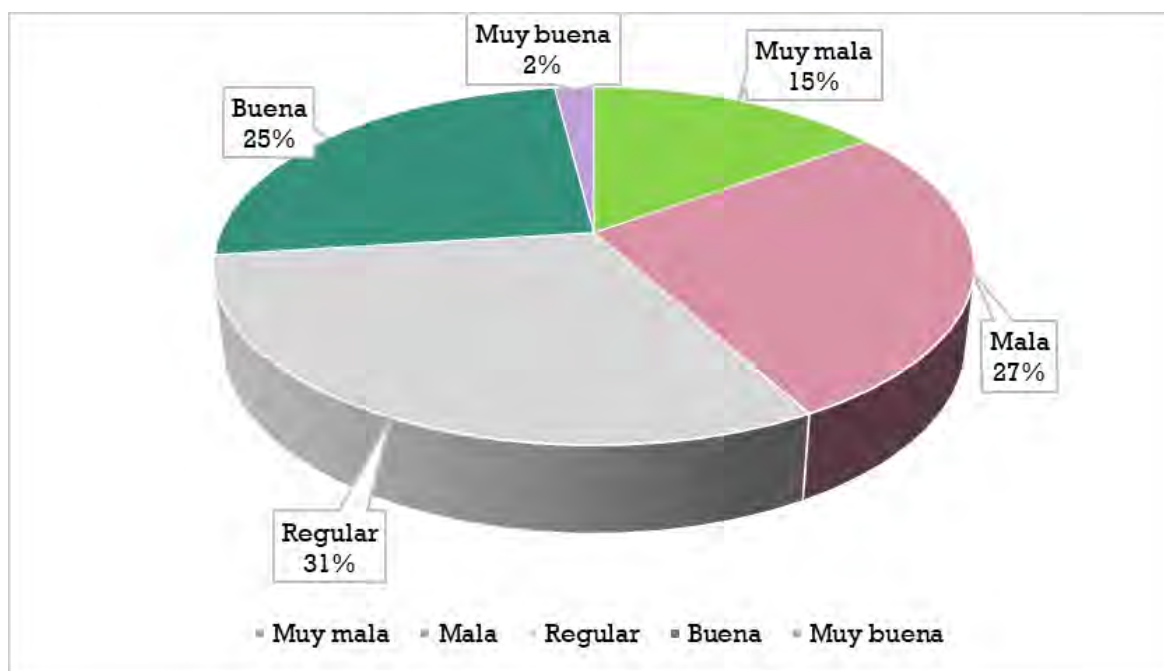
Planeamiento estratégico

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	5	15%	15%
	Mala	9	27%	42%
	Regular	10	31%	73%
	Buena	8	25%	98%
	Muy buena	1	2%	100%
	Total	32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 1

Planeamiento estratégico



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas proporcionadas por los 32 colaboradores respecto a la variable “Planeamiento estratégico”, los resultados revelan que un 15 % de los encuestados calificó su aplicación como muy mala y un 27 % como mala. En tanto, un 31 % calificó su

aplicación como regular, un 25 % como buena y solo un 3 % como muy buena. Este panorama evidencia deficiencias significativas tanto en la formulación como en la ejecución del planeamiento estratégico dentro de la organización. En particular, se observa una falta de articulación efectiva en las tres dimensiones fundamentales del planeamiento estratégico: la programación estratégica, los procedimientos estratégicos y los objetivos estratégicos. La limitada valoración positiva indica que dichas dimensiones no se están desarrollando ni aplicando de manera adecuada, lo cual compromete el desempeño organizacional. Por lo tanto, se hace necesaria la implementación de medidas orientadas a fortalecer cada una de estas dimensiones, promoviendo una gestión estratégica más integral, coherente y alineada con las necesidades del entorno.

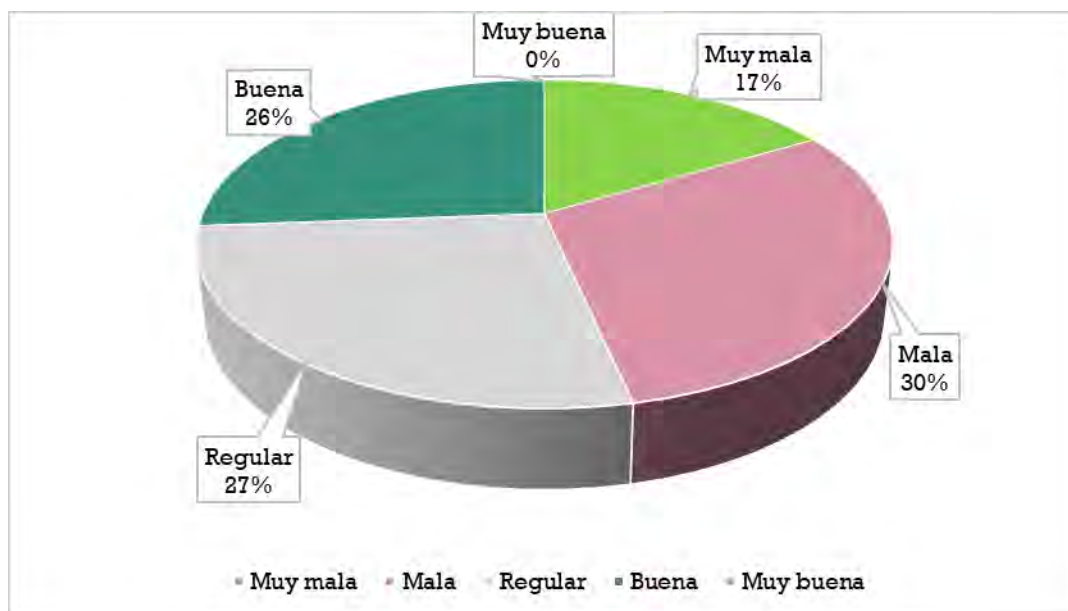
Dimensión 01 – Programación estratégica

Cuadro 6

Programación estratégica

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	5	17%	17%
	Mala	10	30%	47%
	Regular	9	27%	74%
	Buena	8	26%	100%
	Muy Buena	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 2*Programación estratégica**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

De acuerdo con las respuestas proporcionadas por los 32 colaboradores en relación con la dimensión 01: “Programación estratégica”, los resultados reflejan una percepción predominantemente negativa, puesto que el 17 % calificó su aplicación como muy mala y el 30 % como mala. A esto se suma un 27 % que la consideró regular, lo que sugiere una implementación inconstante o poco definida. Solo un 26 % de los encuestados indicó que esta dimensión se aplica de forma buena, y ningún participante seleccionó la opción muy buena, lo que evidencia la ausencia total de una percepción de excelencia en su ejecución. Estos resultados ponen de manifiesto que la programación estratégica no está siendo aplicada de manera adecuada ni efectiva dentro de la organización. En particular, los indicadores de esta dimensión recursos económicos, financieros y humanos no estarían siendo planificados ni gestionados estratégicamente. La carencia de una programación estructurada y alineada con estos recursos impide anticipar necesidades, asignar responsabilidades, optimizar los tiempos y coordinar acciones que fortalezcan la productividad.

Dimensión 02 – Procedimientos estratégicos

Cuadro 7

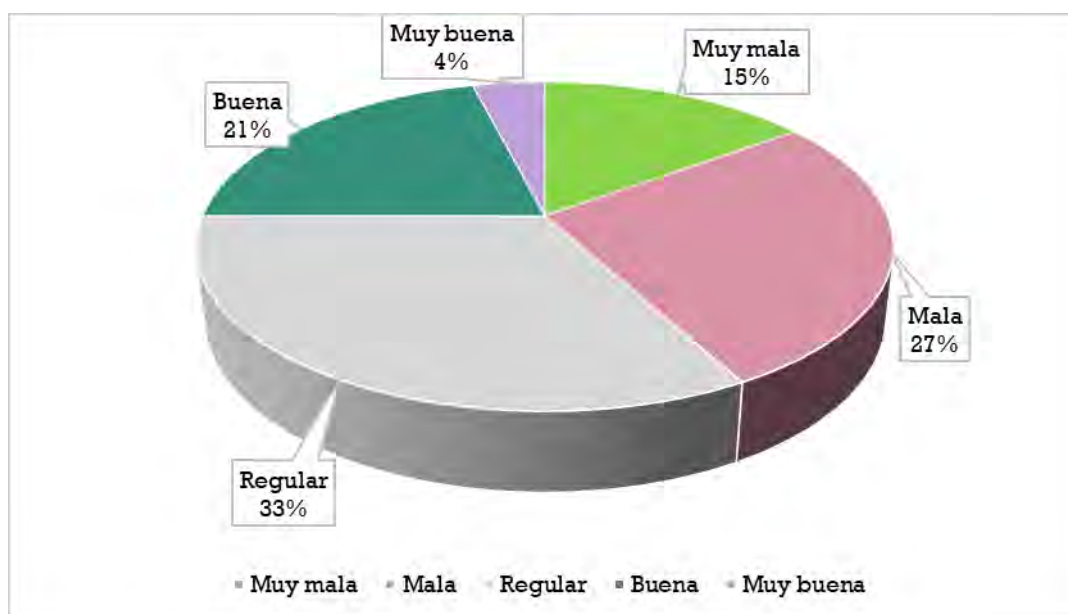
Procedimientos estratégicos

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	5	16%	15%
	Mala	9	28%	42%
	Regular	11	34%	75%
	Buena	6	19%	96%
	Muy Buena	1	3%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 3

Procedimientos estratégicos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 32 colaboradores respecto a la dimensión 02: “Procedimientos estratégicos”, los resultados evidencian una percepción mayoritariamente desfavorable. El 15 % calificó su aplicación como muy mala y el 27 % como mala. Por otro lado, el 33 % consideró que esta dimensión se aplica de manera regular, lo que sugiere cierta ambigüedad o falta de consistencia. Solo un 21 % la valoró como buena y apenas un 4 % como muy buena. Estos porcentajes reflejan deficiencias importantes en la implementación de los procedimientos estratégicos, entendidos como el conjunto de lineamientos, estrategias y mecanismos de fiscalización que permiten operacionalizar adecuadamente el planeamiento estratégico. La baja calificación indica que los lineamientos no estarían claramente definidos, que las estrategias implementadas podrían no ser pertinentes ni adaptadas al contexto local, y que los mecanismos de fiscalización son insuficientes o poco efectivos. Esta situación revela una brecha entre la planificación estratégica formal y su ejecución práctica, lo cual puede impactar negativamente en la eficiencia organizacional, debilitar la toma de decisiones y dificultar el cumplimiento de los objetivos productivos. En consecuencia, es imprescindible mejorar la estructuración y ejecución de los procedimientos estratégicos, garantizando su claridad, pertinencia y supervisión efectiva, especialmente en procesos vinculados a la producción de fresas.

Dimensión 03 – Objetivos estratégicos

Cuadro 8

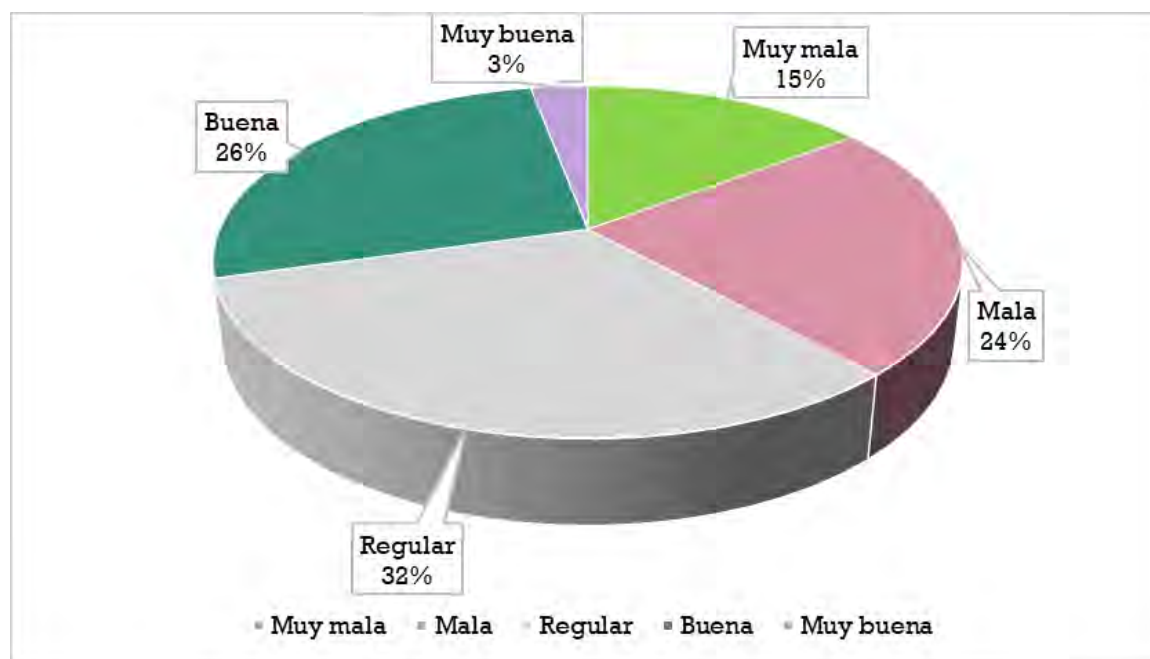
Objetivos estratégicos

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	5	15%	15%
	Mala	8	24%	39%
	Regular	10	32%	71%
	Buena	8	26%	97%
	Muy Buena	1	3%	100%
	Total	32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 4

Objetivos estratégicos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 32 colaboradores respecto a la dimensión 03: “Objetivos estratégicos”, los resultados reflejan una aplicación limitada e inconstante de esta dimensión dentro de la organización. El 15 % de los encuestados calificó la gestión de los objetivos estratégicos como muy mala, mientras que un 24 % la consideró mala. Asimismo, el 32 % la evaluó como regular, lo cual representa la proporción más alta y sugiere una ejecución parcial, inestable o poco estructurada. En contraste, un 26 % calificó esta dimensión como buena y solo un 3 % como muy buena. Estos resultados evidencian que, si bien existe cierto reconocimiento hacia la formulación de objetivos estratégicos, su aplicación efectiva, seguimiento y evaluación no son prácticas consolidadas dentro de la organización. Esta situación pone de manifiesto deficiencias en aspectos fundamentales de esta dimensión, tales como la asignación y gestión adecuada del presupuesto, la calendarización organizada y coherente de las actividades, y la definición precisa de una escala de prioridades que oriente las acciones hacia el cumplimiento de metas.

Variable 02 – Cadena productiva

Cuadro 9

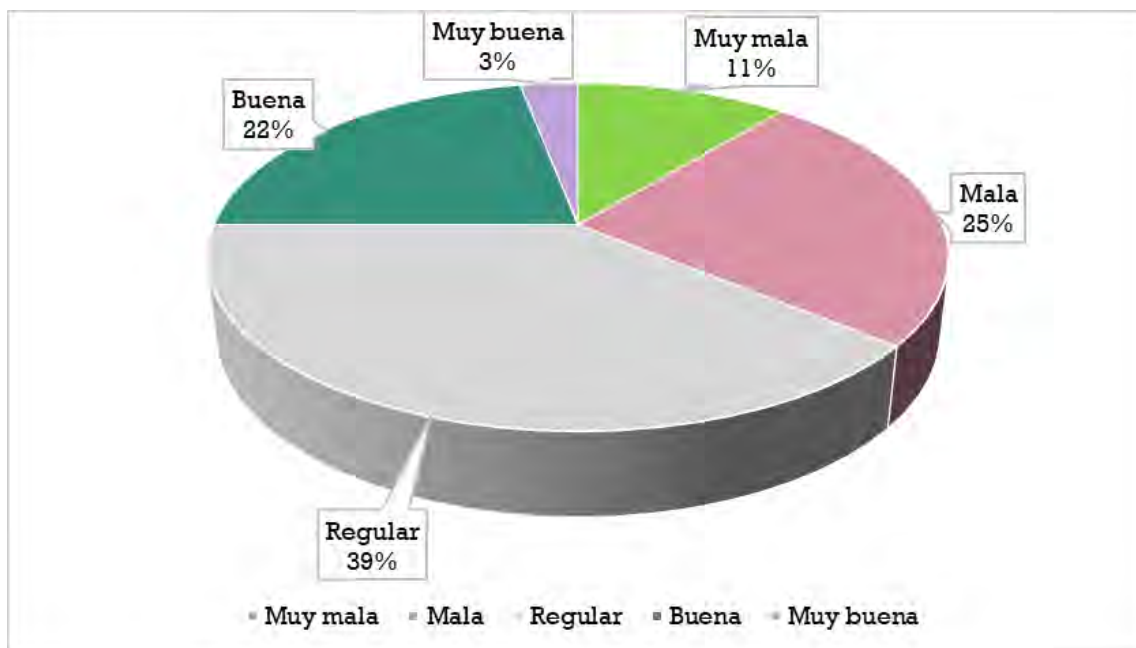
Cadena productiva

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	4	11%	11%
	Mala	8	25%	36%
	Regular	12	39%	75%
	Buena	7	22%	97%
	Muy buena	1	3%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 5

Cadena productiva



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 32 colaboradores sobre la variable 02 “Cadena productiva”, los resultados evidencian que el 11 % de los participantes calificó su gestión como muy mala y el 25 % como mala. El 39 % la consideró regular, lo que indica una implementación parcial o poco estructurada. Por otro lado, el 22 % la valoró como buena y solo el 3 % como muy buena. Aunque esta proporción es reducida, demuestra que existen aspectos favorables que podrían ser aprovechados y fortalecidos. Estos resultados permiten inferir que la cadena productiva en sus tres dimensiones, producción, distribución y comercialización, presenta importantes desafíos en cuanto a su articulación, planificación y ejecución. Las deficiencias detectadas podrían estar afectando la eficiencia de los procesos productivos, no obstante, también se evidencian oportunidades claras de mejora.

Dimensión 01 – Producción

Cuadro 10

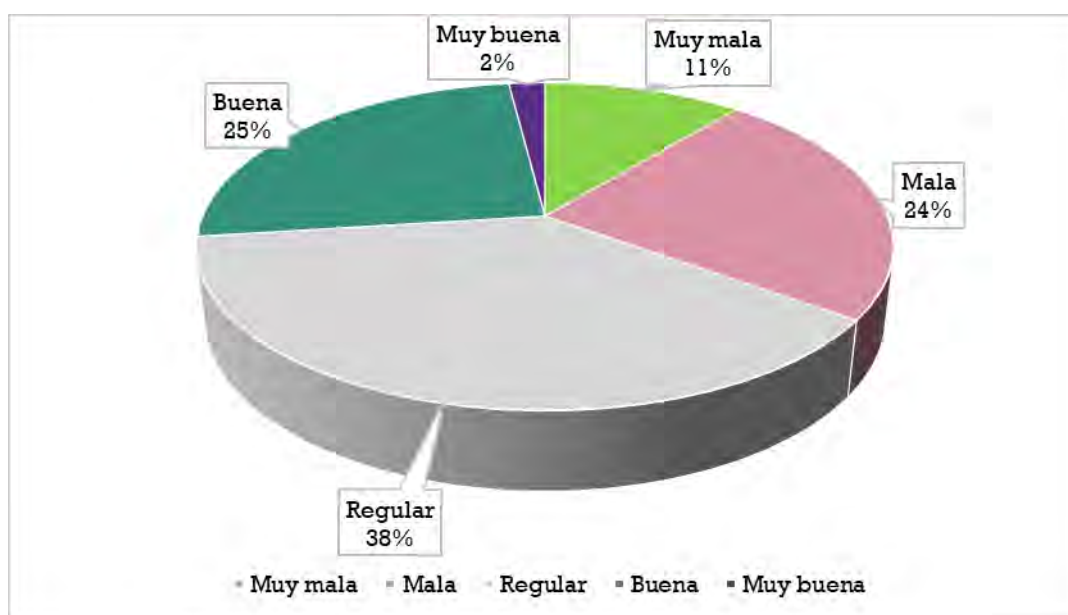
Producción

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	11%	13%
	Casi nunca	8	24%	35%
	A veces	12	38%	73%
	Casi Siempre	8	25%	98%
	Siempre	1	2%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 6

Producción



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 32 colaboradores sobre la dimensión 01: “Producción”, los resultados reflejan una percepción mayoritariamente crítica respecto a su

gestión. El 11 % de los participantes calificó esta variable como muy mala, y el 24 % como mala. Asimismo, el 38 % la consideró regular, mientras que un 25 % la valoró como buena y solo el 2 % como muy buena. Esta baja proporción de valoraciones positivas evidencia importantes debilidades en la dimensión producción, entendida como el conjunto de actividades orientadas al cultivo y obtención del producto (en este caso, fresas). En particular, los indicadores vinculados a esta dimensión presentan serias limitaciones. El costo de producción no parece estar debidamente controlado ni optimizado, lo que podría estar afectando la rentabilidad. La eficiencia productiva muestra posibles deficiencias en el uso de recursos técnicos y humanos, lo cual limita la capacidad de generar mayores volúmenes con calidad. Por otro lado, el ciclo productivo evidencia desajustes en cuanto a la planificación y ejecución de las etapas necesarias para lograr una producción continua y sostenible. Estos resultados permiten inferir que la producción enfrenta serios retos que comprometen directamente el rendimiento global de la cadena.

Dimensión 02 – Distribución

Cuadro 11

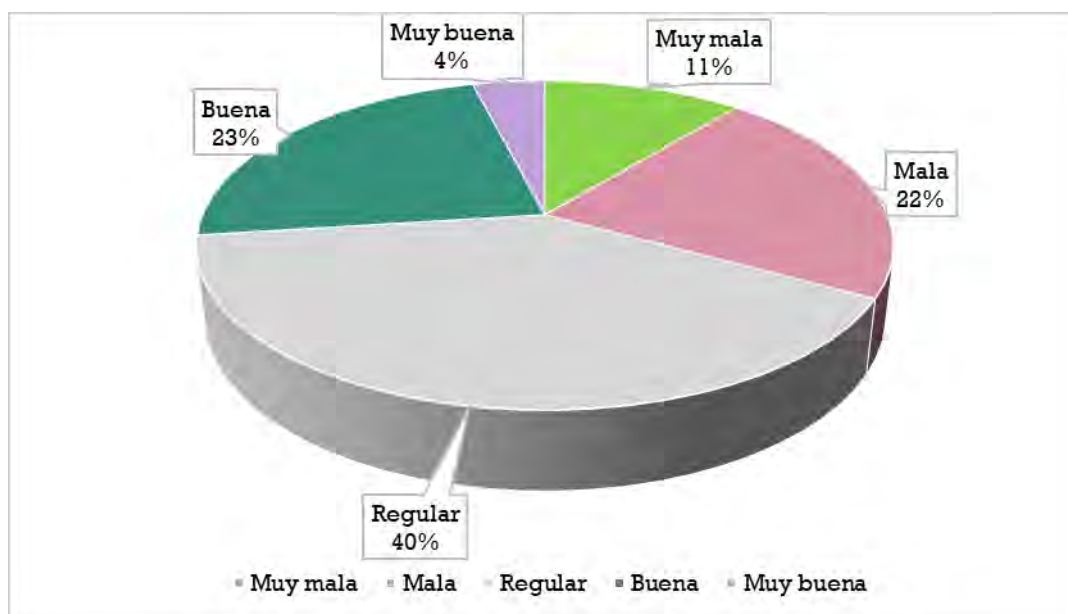
Distribución

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	4	11%	11%
	Mala	7	22%	33%
	Regular	13	40%	73%
	Buena	7	23%	96%
	Muy Buena	1	4%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 7

Distribución



Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con las respuestas obtenidas de los 32 colaboradores sobre la dimensión 02: “Distribución”, los resultados reflejan una percepción predominantemente intermedia y negativa respecto a la ejecución de los procesos relacionados. Un 11 % calificó esta dimensión como muy mala, mientras que un 22 % la consideró mala, a su vez, el 40 % de los encuestados opinó que la distribución se realiza de manera regular, mientras que el 23 % la calificó como buena y solo un 4 % como muy buena. Este predominio de respuestas críticas e intermedias pone en evidencia posibles falencias en el diseño, ejecución y control de los procesos logísticos. Los indicadores gestión de inventarios, almacenamiento y monitoreo; presentan deficiencias. En la gestión de inventarios puede generar desabastecimientos; inadecuadas condiciones de almacenamiento comprometen la calidad de los productos; y la falta de monitoreo limita la capacidad de respuesta ante imprevistos y retrasa la toma de decisiones.

Dimensión 03 – Comercialización

Cuadro 12

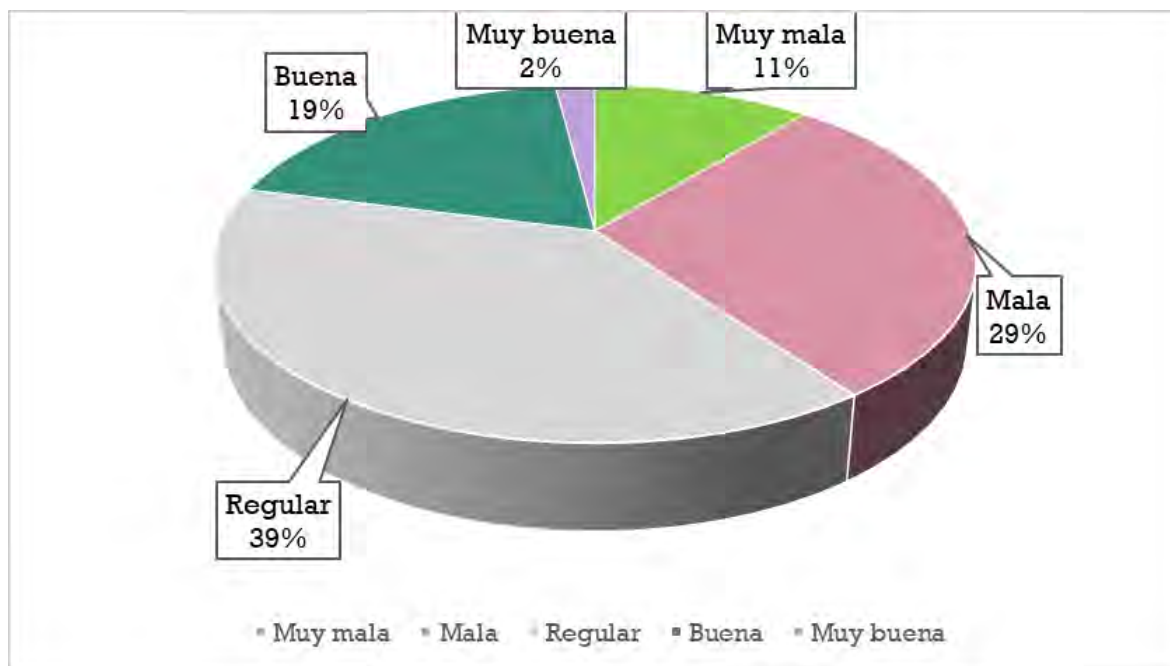
Comercialización

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Muy mala	4	11%	11%
	Mala	9	29%	40%
Valido	Regular	12	39%	79%
	Buena	6	19%	98%
	Muy Buena	1	2%	100%
	Total	32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 8

Comercialización



Nota: Elaboración propia

Interpretación

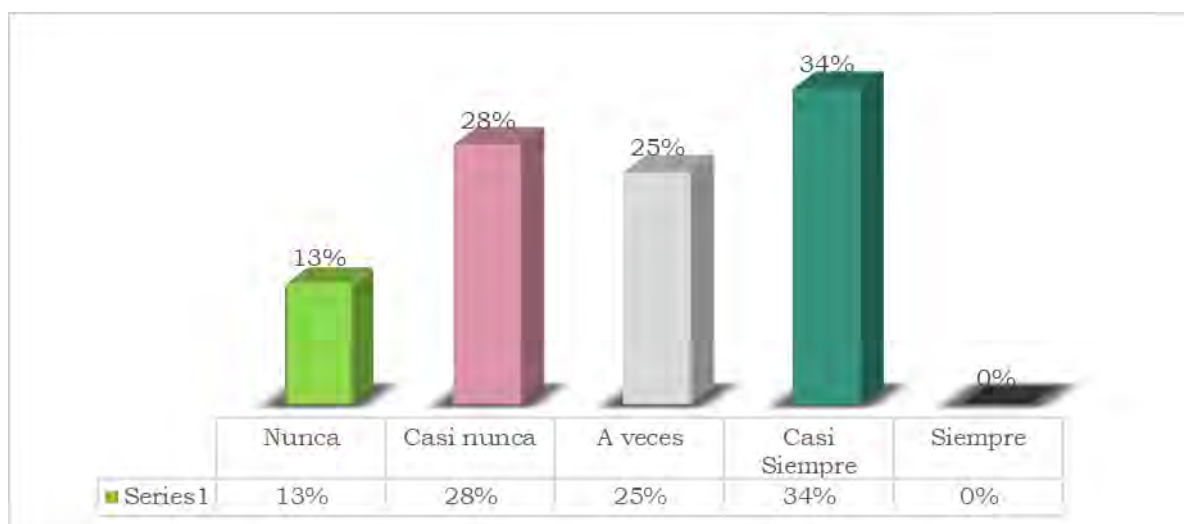
Los resultados obtenidos a partir de las respuestas de los 32 colaboradores sobre la dimensión “Comercialización” revelan una percepción mayoritariamente negativa respecto a la ejecución de las actividades vinculadas a esta fase. El 11 % calificó su gestión como muy mala y el 29 % como mala. Además, el 39 % de los encuestados consideró que estas prácticas se desarrollan de forma regular, evidenciando una ejecución limitada, poco sostenida. Por otro lado, solo el 19 % manifestó que la comercialización se realiza de manera buena y apenas el 2 % la calificó como muy buena. Este panorama revela que los procesos de comercialización aún no se encuentran consolidados ni eficientemente implementados dentro del ámbito organizativo. En particular, se identifican debilidades en los principales indicadores de esta dimensión: el posicionamiento del producto, que podría estar siendo afectado por una limitada presencia en el mercado o una escasa diferenciación frente a la competencia; las estrategias de promoción, que tal vez no están siendo utilizadas de forma adecuada o continua para atraer y fidelizar clientes; y los canales de venta, cuya diversificación y eficiencia probablemente no han sido desarrolladas plenamente. La alta proporción de respuestas calificadas como regulares sugiere que, si bien existen esfuerzos básicos en esta área, estos aún no logran alcanzar niveles óptimos de desempeño. A su vez, las evaluaciones negativas refuerzan la necesidad de una intervención estructural para evitar impactos negativos sobre el volumen de ventas, la rentabilidad y la sostenibilidad del proceso productivo. No obstante, las valoraciones positivas, aunque minoritarias, indican que existen prácticas o capacidades que podrían ser potenciadas.

5.1.3. Distribución de frecuencias

P-01: ¿Considera que los recursos económicos con los que cuenta son suficientes para la producción de fresas?

Cuadro 13*Recursos económicos*

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	9	28%	41%
	A veces	8	25%	66%
	Casi Siempre	11	34%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

*Nota: Elaboración propia***Figura 9***Recursos económicos**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

De acuerdo con los datos obtenidos de las respuestas de 32 colaboradores a la pregunta P-01: ¿Considera que los recursos económicos con los que cuenta son suficientes para la

producción de fresas?, se evidencia la tendencia marcada hacia la percepción de insuficiencia económica como factor limitante en el desarrollo productivo, puesto que, el 13 % de los encuestados indicó que nunca cuenta con los recursos necesarios, mientras que el 28 % respondió que casi nunca los tiene, lo cual refleja un grado significativo de insatisfacción con la disponibilidad de recursos económicos, lo que podría estar afectando directamente la capacidad de planificación, adquisición de insumos, tecnificación del proceso agrícola y sostenibilidad del cultivo. Adicionalmente, el 25 % manifestó que a veces cuenta con los recursos económicos suficientes, por otro lado, el 34 % afirmó que casi siempre dispone de los recursos necesarios, lo cual constituye la valoración más alta del conjunto. Sin embargo, resulta significativo que ningún encuestado haya indicado que siempre dispone de dichos recursos, estos resultados permiten interpretar que la necesidad de fortalecer el acceso a recursos económicos estables y oportunos para el desarrollo agrícola competitivo.

P-02: ¿Cuenta con los recursos financieros necesarios para cumplir con sus obligaciones ante terceros?

Cuadro 14

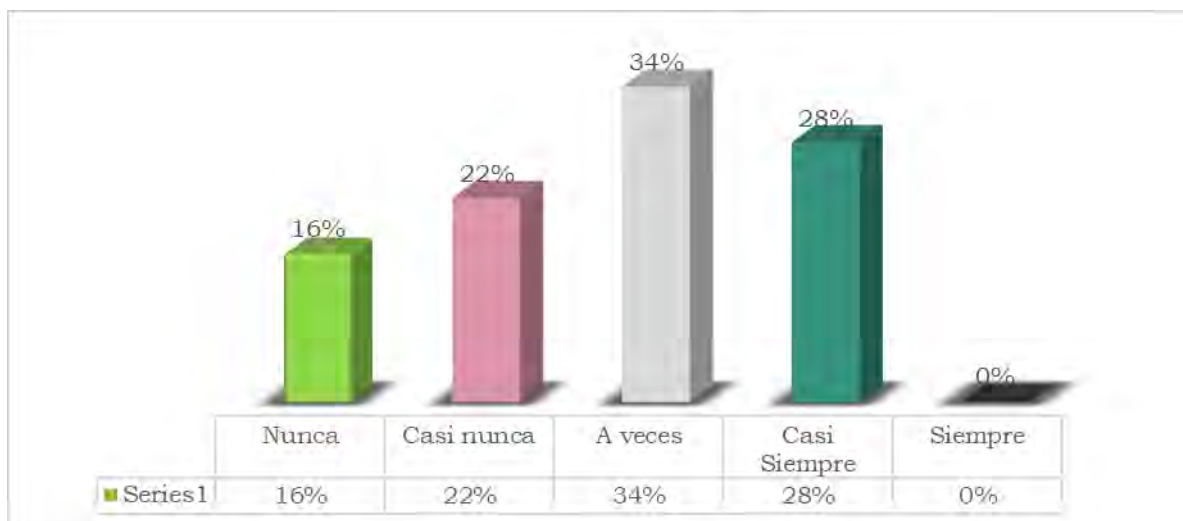
Recursos financieros

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	5	16%	16%
	Casi nunca	7	22%	38%
	A veces	11	34%	72%
	Casi Siempre	9	28%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 10

Recursos financieros



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En relación con la pregunta P-02: ¿Cuenta con los recursos financieros necesarios para cumplir con sus obligaciones ante terceros?, los resultados obtenidos reflejan que el 16 % de los participantes señaló que nunca cuenta con los recursos necesarios, mientras que un 22 % respondió que casi nunca dispone de ello, por otro lado, el 34 % indicó que a veces cuenta con los recursos necesarios, lo cual refleja una situación incierta o irregular, lo que, sugiere que los flujos financieros no son constantes, el 28 % restante afirmó que casi siempre dispone de recursos financieros suficientes, lo cual representa una señal positiva, aunque insuficiente para contrarrestar el conjunto de respuestas negativas. Cabe resaltar que ningún encuestado seleccionó la opción siempre, lo cual refuerza la conclusión de que ninguno de los productores tiene plena seguridad financiera para cumplir de forma continua y sostenida con sus obligaciones ante terceros.

P-03: ¿Considera que cuenta con suficientes recursos humanos para atender adecuadamente la producción de fresas?

Cuadro 15

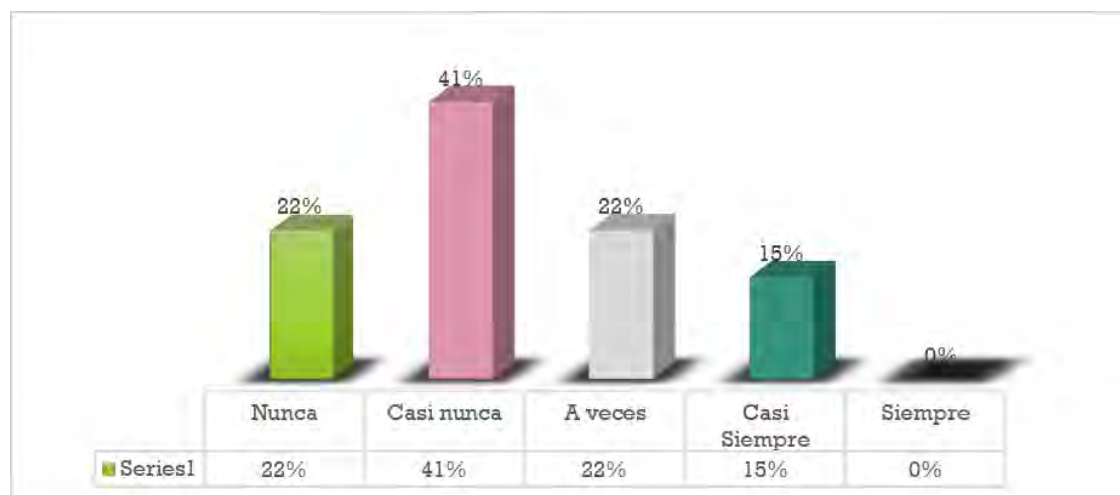
Recursos humanos

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	7	22%	22%
	Casi nunca	13	41%	63%
	A veces	7	22%	85%
	Casi Siempre	5	15%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 11

Recursos humanos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la pregunta P-03: ¿Considera que cuenta con suficientes recursos humanos para atender adecuadamente la producción de fresas?, los resultados muestran que el 22 % de los encuestados indicó que nunca cuenta con el personal necesario, mientras que un 41 % señaló

que casi nunca lo tiene, lo cual manifiesta insuficiencia recurrente en esta área, además la presencia limitada de recursos humanos no solo impacta directamente en el rendimiento y la eficiencia de las actividades agrícolas, sino que también puede comprometer la calidad del producto final, el cumplimiento de los tiempos de cosecha y el mantenimiento adecuado de los cultivos, por otro lado, un 22 % de los participantes mencionó que a veces cuenta con recursos humanos suficientes, y un 15 % indicó que casi siempre dispone del personal necesario, asimismo ningún encuestado marcó la opción siempre, lo cual refuerza la conclusión de que no existe la garantía plena de contar con los recursos humanos adecuados para la producción; la ausencia de suficiente personal no solo limita la capacidad de respuesta ante demandas productivas, sino que también genera sobrecarga laboral, menor motivación y, posiblemente, mayor índice de errores o accidentes laborales.

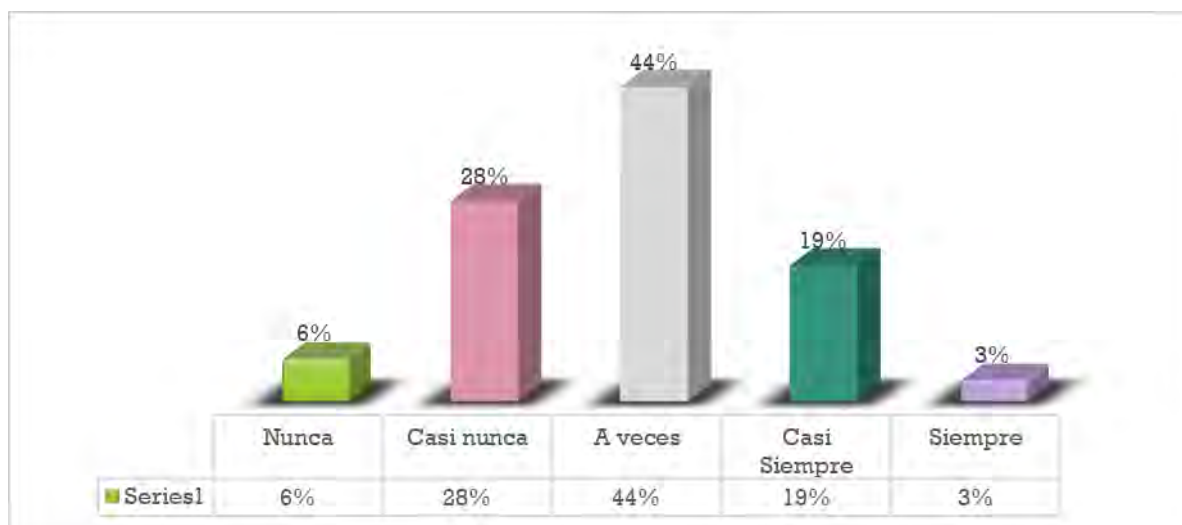
P-04: ¿Considera que dispone de lineamientos claros que le permitan cumplir sus objetivos de producción?

Cuadro 16

Lineamientos

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Nunca	2	6%	6%
	Casi nunca	9	28%	34%
Valido	A veces	14	44%	78%
	Casi Siempre	6	19%	97%
	Siempre	1	3%	100%
	Total	32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 12*Lineamientos**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

Respecto a la pregunta P-04: ¿Considera que dispone de lineamientos claros que le permitan cumplir sus objetivos de producción?, los resultados obtenidos permiten visualizar que, del total de 32 colaboradores, el 44 % respondió que a veces cuenta con tales lineamientos, lo cual sugiere una falta de constancia o claridad en la formulación y comunicación de estos dentro de la organización. Además, un 28 % indicó que casi nunca dispone de lineamientos claros, y un 6 % que nunca los tiene, revelando una presencia significativa de colaboradores que enfrentan su labor diaria sin una guía estructurada o definida, lo cual puede traducirse en una ejecución operativa poco eficiente, desarticulada o alejada de los objetivos estratégicos planteados, lo que compromete directamente la calidad y los resultados, por otro lado, solo el 19 % de los encuestados indicó que casi siempre tiene claridad respecto a los lineamientos, y apenas un 3 % afirmó contar siempre con ellos, indicando la debilidad y ausencia de lineamientos, lo que puede generar incertidumbre, dispersión de esfuerzos y una baja capacidad de respuesta ante cambios en el entorno productivo.

P-05: ¿Cree que las estrategias que aplica actualmente le permiten alcanzar sus metas de producción y comercialización?

Cuadro 17

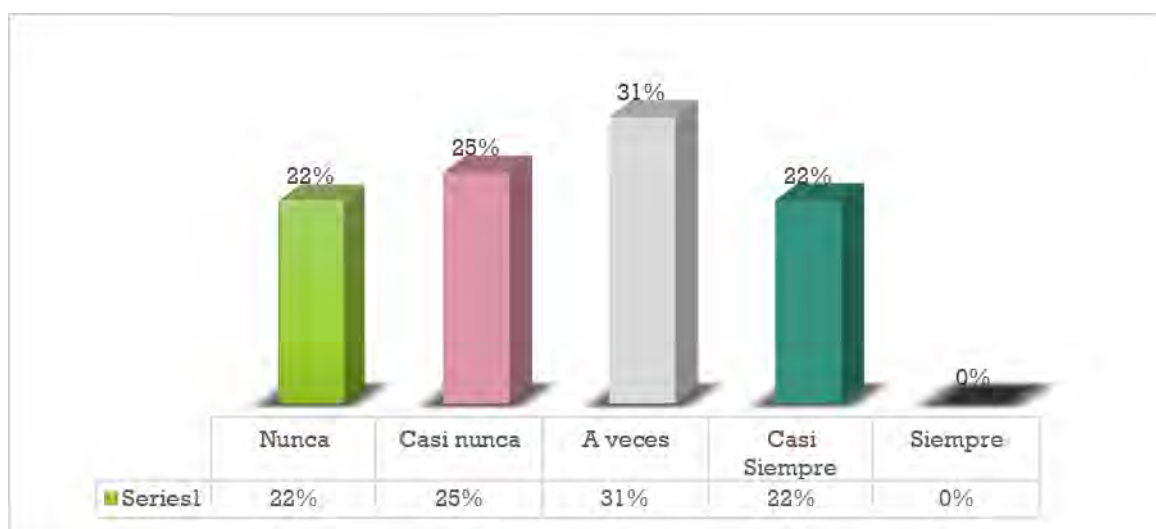
Estrategias

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	7	22%	22%
	Casi nunca	8	25%	47%
	A veces	10	31%	78%
	Casi Siempre	7	22%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 13

Estrategias



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En relación con la pregunta P-05: ¿Cree que las estrategias que aplica actualmente le permiten alcanzar sus metas de producción y comercialización?, los resultados muestran una percepción desfavorable respecto a la efectividad de las estrategias implementadas por los empresarios, ya que del total de los 32 encuestados, el 22 % señaló que nunca y el 25% casi nunca las estrategias que aplica son suficientes para alcanzar dichos objetivos, además, el

31 % indicó que a veces las estrategias permiten alcanzar las metas establecidas, esta percepción de insuficiencia podría traducirse en dificultades para mantener estándares de calidad, responder eficientemente a la demanda del mercado o lograr sostenibilidad económica en el tiempo. Asimismo, un 22 % de los participantes manifestó que casi siempre las estrategias son efectivas, y ningún encuestado respondió siempre, lo cual revela que no existe una percepción de plena confianza en los mecanismos estratégicos utilizados, considerando que la estrategia organizacional debe integrar un diagnóstico profundo del entorno interno y externo, así como una proyección clara de metas, medios y acciones necesarias para lograrlas, se tiene que la falta de estrategias adecuadas puede generar rezagos productivos, pérdidas económicas y debilitamiento en la posición comercial del productor frente a la cadena de valor.

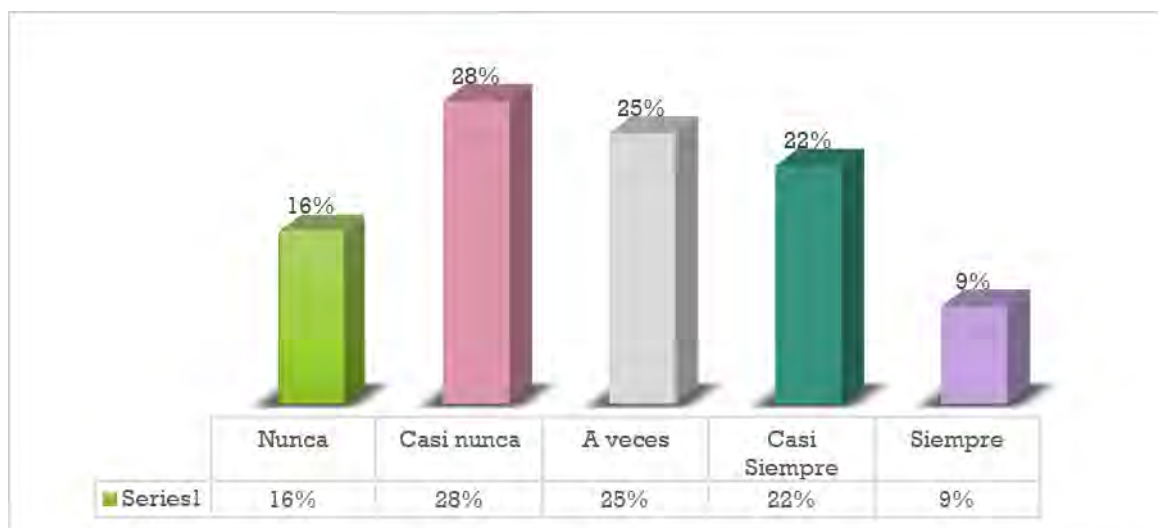
P-06: ¿Considera que la fiscalización aplicada le permite realizar un seguimiento efectivo del cumplimiento de los planes y objetivos establecidos en su producción?

Cuadro 18

Fiscalización

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Nunca	5	16%	16%
	Casi nunca	9	28%	44%
Valido	A veces	8	25%	69%
	Casi Siempre	7	22%	91%
	Siempre	3	9%	100%
	Total	32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 14*Fiscalización*

Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la pregunta P-06: “¿Considera que la fiscalización aplicada le permite realizar un seguimiento efectivo del cumplimiento de los planes y objetivos establecidos en su producción?” se verifica que un 16 % del total de encuestados manifestó que nunca considera que la fiscalización permite realizar un seguimiento efectivo del cumplimiento de los planes y objetivos establecidos y un 28% casi nunca, lo cual evidencia debilidades importantes en los mecanismos de supervisión y control organizacional. Asimismo, un 25 % señaló que a veces se logra un seguimiento adecuado, por otro lado, el 31 % de los colaboradores expresó una valoración positiva: un 22 % respondió casi siempre y un 9 % siempre lo cual permite visibilizar que existen prácticas o experiencias aisladas de fiscalización, la fiscalización es fundamental para garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y ausencia o aplicación deficiente puede traducirse en ineficiencia operativa, desperdicio de recursos, incumplimiento de metas y pérdida de competitividad en mercados exigentes.

P-07: ¿Considera que su presupuesto le permite manejar de forma eficiente los recursos disponibles?

Cuadro 19

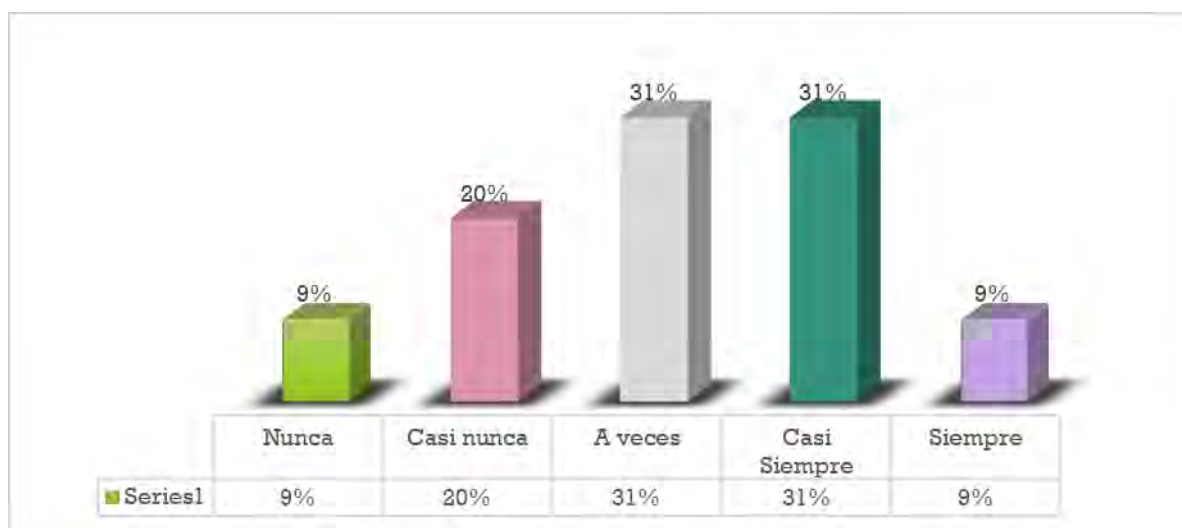
Presupuesto

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	3	9%	9%
	Casi nunca	6	20%	29%
	A veces	10	31%	60%
	Casi Siempre	10	31%	91%
	Siempre	3	9%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 15

Presupuesto



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En respuesta a la pregunta P-07: ¿Considera que su presupuesto le permite manejar de forma eficiente los recursos disponibles?, se observa que un 29% de los participantes señaló que nunca 9% o casi nunca 20% su presupuesto les permite administrar de manera eficiente

los recursos, lo que indica una proporción significativa que percibe limitaciones o dificultades en la planificación y distribución financiera. Por otro lado, un 31% de los encuestados respondió a veces, lo que sugiere que la eficiencia en el manejo presupuestal es intermitente o depende de circunstancias específicas, evidenciando que la administración de recursos no se realiza de manera uniforme o sistemática, es importante destacar que un 40% de los colaboradores manifestó una percepción positiva, indicando que casi siempre 31% o siempre 9% su presupuesto les permite manejar eficientemente los recursos disponibles, este porcentaje, aunque minoritario frente a la suma de respuestas negativas o intermedias, refleja la existencia de prácticas o condiciones favorables que contribuyen a una adecuada gestión financiera dentro de ciertos ámbitos o unidades productivas, por lo que existe un reconocimiento parcial de prácticas eficientes en la gestión del presupuesto, la evidencia sugiere que se deben implementar mejoras para fortalecer la capacidad administrativa y financiera, asegurando un manejo más consistente y efectivo de los recursos disponibles, lo cual contribuirá directamente a la sostenibilidad y competitividad del proceso productivo.

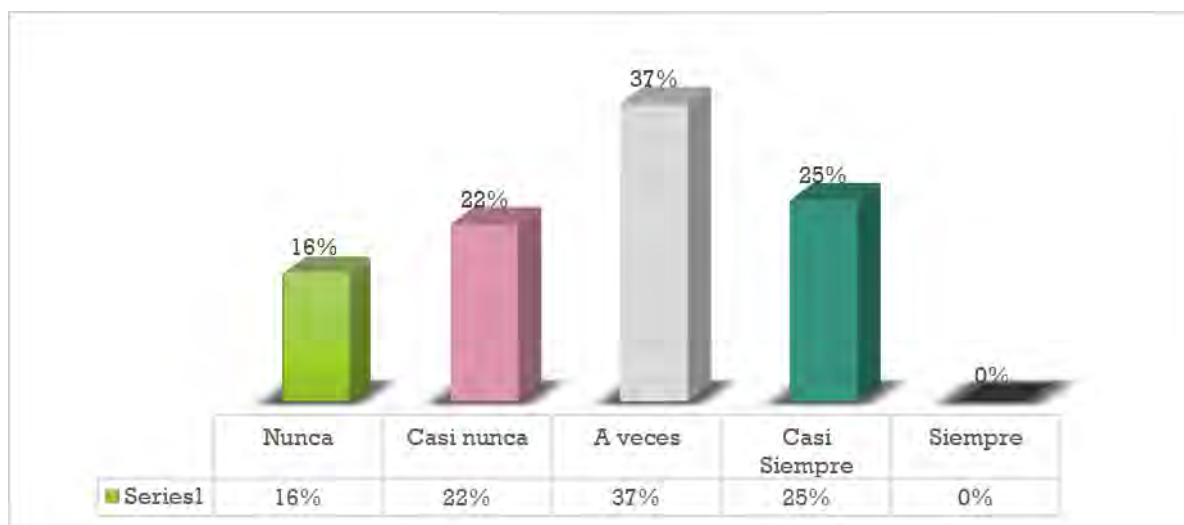
P-08: ¿Cree que su planificación de actividades se lleva a cabo con una calendarización adecuada?

Cuadro 20

Calendarización

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Nunca	5	16%	16%
	Casi nunca	7	22%	38%
Valido	A veces	12	37%	75%
	Casi Siempre	8	25%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 16*Calendarización**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

En la pregunta P-08: ¿Cree que su planificación de actividades se lleva a cabo con una calendarización adecuada?, se observa que, de los 32 colaboradores, un 16% considera que nunca planifica sus actividades con una calendarización adecuada, y un 22% casi nunca. El grupo mayoritario, equivalente al 37% de los encuestados, seleccionó la opción a veces, lo que sugiere una aplicación inconsistente de prácticas de calendarización, por su parte, el 25% manifestó que casi siempre lleva a cabo una calendarización adecuada, aunque ningún encuestado indicó hacerlo siempre, lo cual refuerza la conclusión de que existe deficiencias de planificación estructurada en la gestión de la producción, considerando que la calendarización de actividades es esencial en la planificación agrícola, pues permite anticiparse a los requerimientos del ciclo productivo, mejorar la asignación de recursos, disminuir los tiempos muertos, la ausencia de una calendarización rigurosa puede conllevar consecuencias negativas como la pérdida de oportunidades comerciales, la reducción de la productividad, y el incremento de costos operativos.

P-09: ¿Considera que tiene claramente establecida una escala de prioridades para su producción de fresas?

Cuadro 21

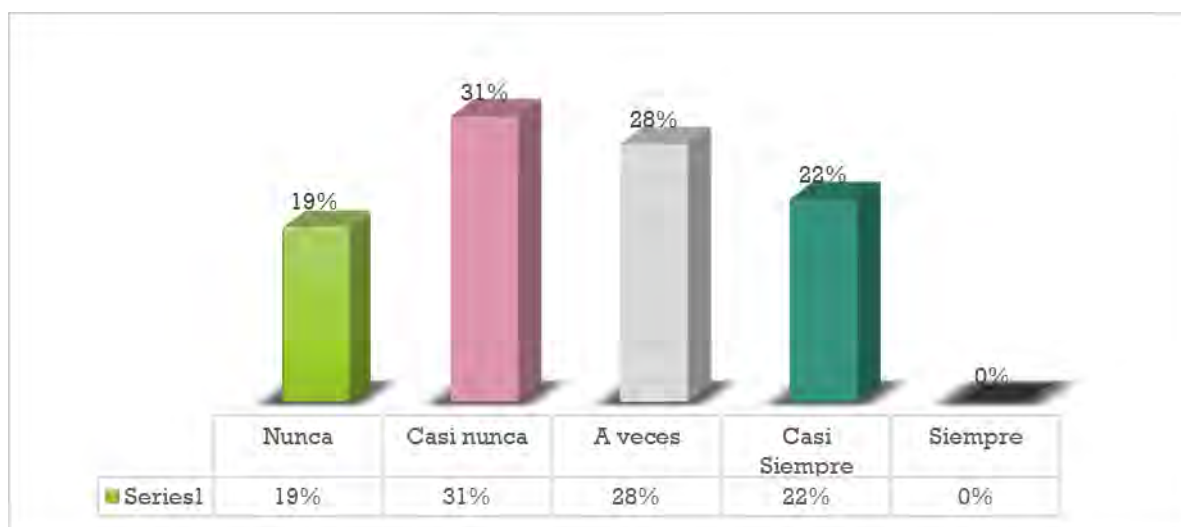
Escala de prioridades

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	6	19%	19%
	Casi nunca	10	31%	50%
	A veces	9	28%	78%
	Casi Siempre	7	22%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 17

Escala de prioridades



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En relación a la pregunta P-09: ¿Considera que tiene claramente establecida una escala de prioridades para su producción de fresas?, los resultados obtenidos revelan que, del total de 32 respuestas, el 50% de los encuestados señaló que nunca (19%) o casi nunca (31%) tiene establecida una escala de prioridades, lo cual evidencia una carencia de estructura para determinar qué actividades, procesos o recursos deben atenderse con mayor urgencia o

relevancia, lo cual puede afectar seriamente la eficiencia operativa y el logro de objetivos productivos. Un 28% indicó que a veces establece prioridades, lo que sugiere que las decisiones no se toman bajo un esquema de planificación continua, y un 22% afirmó que casi siempre prioriza sus actividades, mientras que ningún encuestado eligió la opción siempre, lo que refleja una debilidad importante en el enfoque organizativo de los productores, y representa una barrera para la mejora de su productividad

P-10: ¿Tiene usted conocimiento claro sobre el costo promedio de su producción?

Cuadro 22

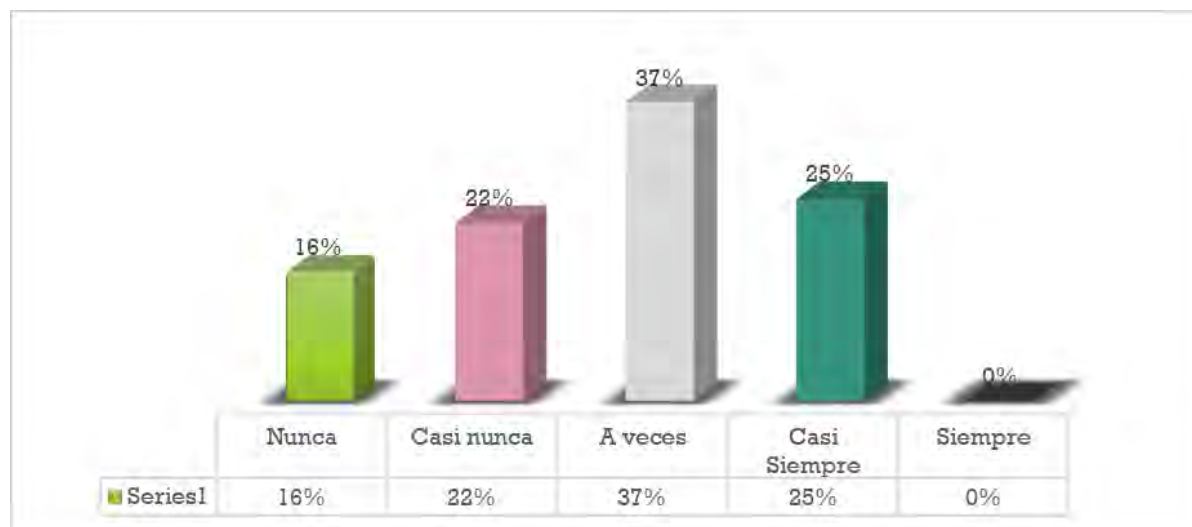
Costo de producción

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	5	16%	16%
	Casi nunca	7	22%	38%
	A veces	12	37%	75%
	Casi Siempre	8	25%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 18

Costo de producción



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Respecto a la pregunta P-10: ¿Tiene usted conocimiento claro sobre el costo promedio de su producción?, los resultados evidencian la falta de claridad por parte de los productores en cuanto al dominio de sus costos productivos, dado que de los 32 encuestados, el 16% de los encuestados señala que nunca, el 22% casi nunca tiene claridad sobre sus costos promedio, evidenciando una falta de control contable y financiero dentro del proceso productivo, lo que puede derivar en decisiones ineficientes, precios mal calculados, márgenes reducidos o pérdidas. Un 37% indica que a veces conoce sus costos y el 25% declara que casi siempre tiene claridad sobre el costo promedio, mientras que ningún productor señaló tener este conocimiento siempre, no contar con esta información limita la capacidad del productor para mejorar su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo y esta deficiencia puede atribuirse a diversas causas: falta de adecuada gestión económica, escaso acceso a registros contables, falta de asesoramiento o una cultura productiva empírica sin datos cuantificables, además la inexistencia de respuestas en la categoría siempre subraya la ausencia de una gestión financiera sólida y sistemática a nivel de costos.

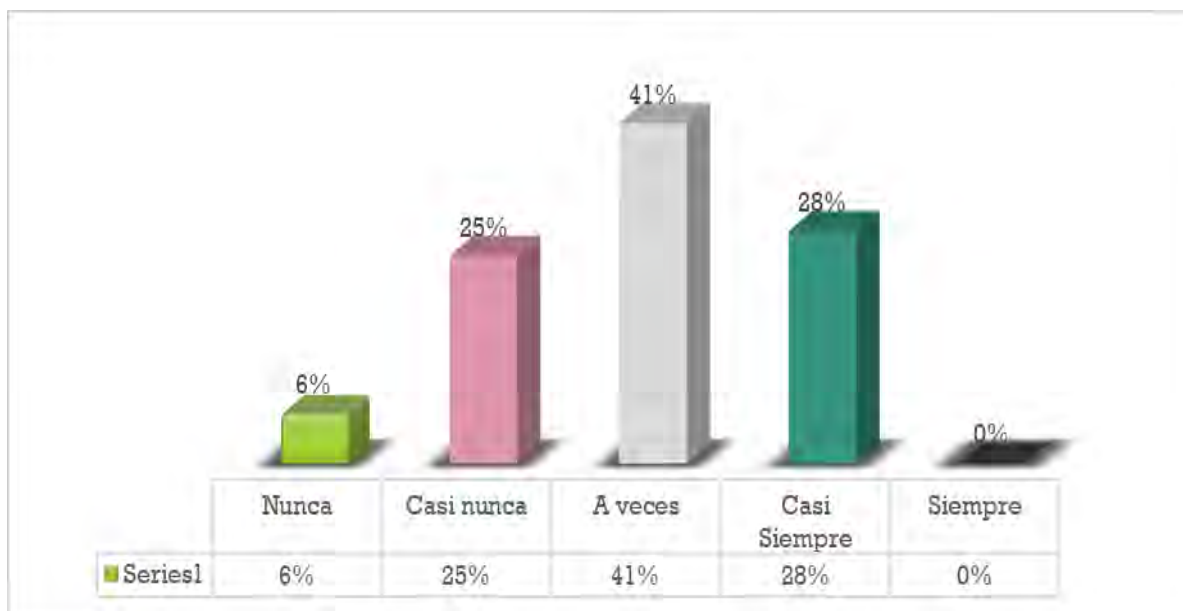
P-11: ¿Considera que su nivel de eficiencia en la producción contribuye a mejorar sus resultados?

Cuadro 23

Eficiencia de producción

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	2	6%	6%
	Casi nunca	8	25%	31%
	A veces	13	41%	72%
	Casi Siempre	9	28%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 19*Eficiencia de producción**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

Respecto a la pregunta P-11: ¿Considera que su nivel de eficiencia en la producción contribuye a mejorar sus resultados?, se revela que el 28% de los encuestados considera que casi siempre su eficiencia contribuye de manera positiva, el 41% de los encuestados señaló que a veces su eficiencia incide positivamente en sus resultados, lo que sugiere una percepción fluctuante o intermitente del rendimiento productivo, el 31% considera que nunca o casi nunca su nivel de eficiencia contribuye a mejorar sus resultados, mientras que ningún productor seleccionó la opción siempre, lo cual evidencia que, incluso entre quienes perciben cierto nivel de eficacia en su gestión productiva, esta no es plena ni constante.

P-12: ¿Cree que el ciclo de producción que maneja actualmente es eficiente?

Cuadro 24

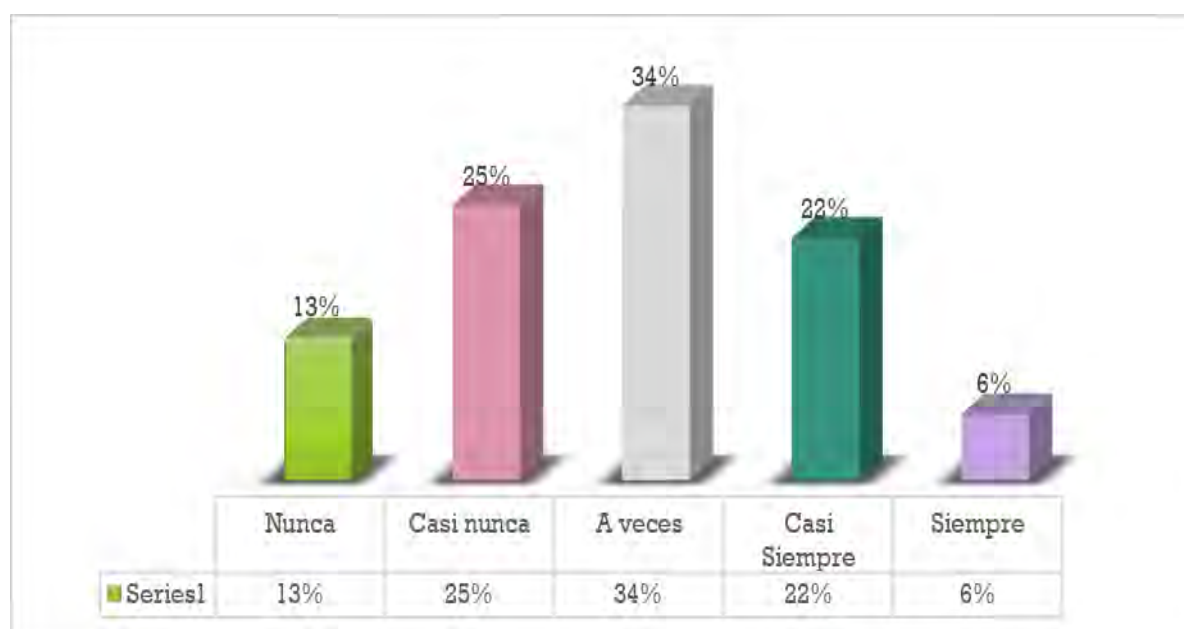
Ciclo de producción

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	8	25%	38%
	A veces	11	34%	72%
	Casi Siempre	7	22%	94%
	Siempre	2	6%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 20

Ciclo de producción



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Respecto a la pregunta P-12: ¿Cree que el ciclo de producción que maneja actualmente es eficiente?, los resultados reflejan una percepción desfavorable sobre la eficiencia del ciclo productivo actual, debido a que de los 32 productores encuestados, el 13% indicó que nunca considera eficiente su ciclo de producción, el 25% respondió casi nunca, el 34% a veces, el 22% casi siempre y el 6% manifestó que siempre lo considera eficiente, estos porcentajes revelan una tendencia clara hacia la percepción de ineficiencia o de eficiencia limitada en su ciclo de producción, y considerando que el ciclo de producción constituye uno de los ejes fundamentales, ya que su eficiencia incide directamente en el aprovechamiento de recursos, la productividad por unidad de superficie, y la capacidad de responder a los ciclos del mercado, se infiere que los resultados obtenidos en esta pregunta deben interpretarse como un indicio de que los ciclos productivos no están siendo ejecutados bajo criterios técnicos óptimos, lo cual puede comprometer seriamente la sostenibilidad y rentabilidad del sistema productivo.

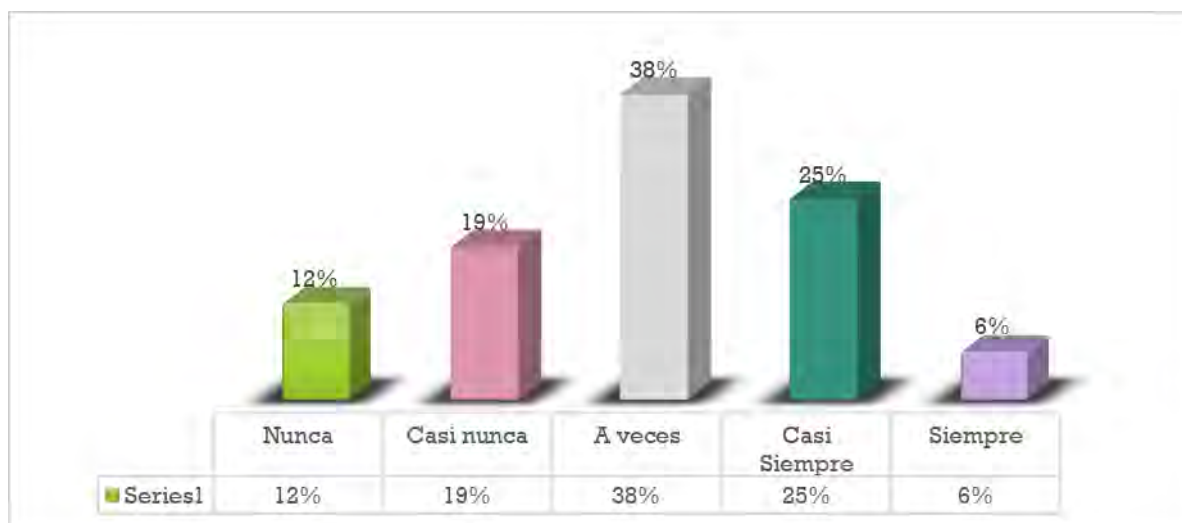
P-13: ¿Considera que la gestión de inventario que realiza es adecuada para su tipo de producción?

Cuadro 25

Gestión del inventario

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	12%	12%
	Casi nunca	6	19%	31%
	A veces	12	38%	69%
	Casi Siempre	8	25%	94%
	Siempre	2	6%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 21*Gestión del inventario**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

Respecto a la pregunta P-13: ¿Considera que la gestión de inventario que realiza es adecuada para su tipo de producción?, los resultados obtenidos permiten identificar que de los 32 colaboradores encuestados, el 38% señaló que a veces considera adecuada su gestión de inventario, el 25% respondió casi siempre, el 6% siempre, mientras que un 19% manifestó casi nunca y un 12% nunca, el análisis revela que un 69% de los productores perciben cierto grado de adecuación en su gestión de inventario (a veces, casi siempre o siempre), lo cual puede interpretarse como un indicio de esfuerzos por mantener el control sobre los insumos, materiales y productos disponibles, sin embargo, el 31% restante (nunca, casi nunca) indica niveles de gestión inadecuados, lo que representa una proporción significativa que no debe ser subestimada, ya que una administración deficiente del inventario puede derivar en pérdidas económicas, desabastecimientos o sobrecostos por exceso de existencias, la gestión de inventarios en la producción agrícola requiere control preciso de insumos como fertilizantes, agroquímicos, materiales de empaque, herramientas y productos cosechados, y la falta de sistematización, registros y planificación puede generar ineficiencias logísticas y operativas que comprometen el proceso.

P-14: ¿Considera que su sistema de almacenamiento le permite evitar pérdidas por mermas?

Cuadro 26

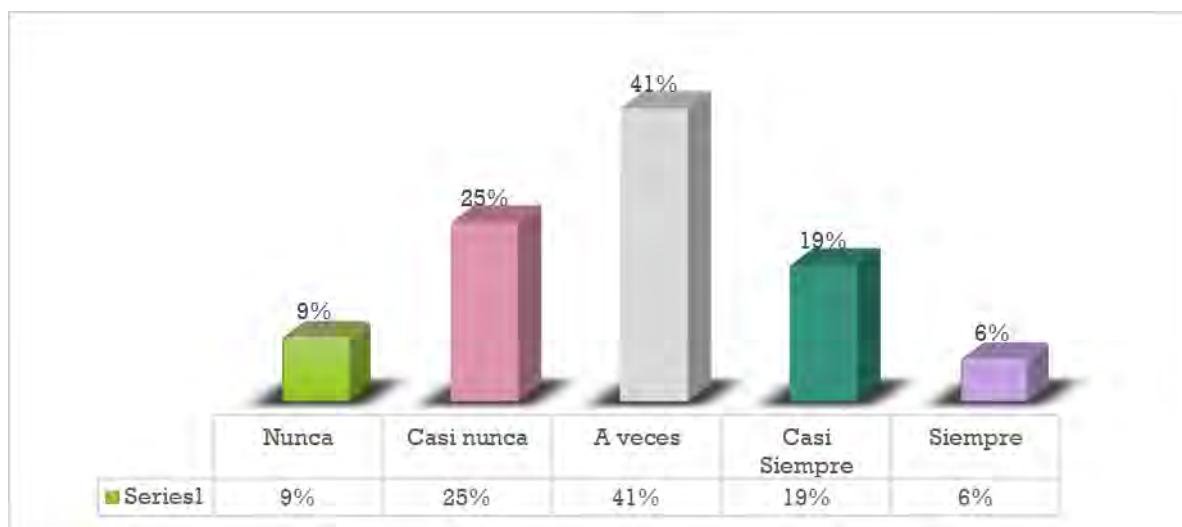
Almacenamiento

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	3	9%	9%
	Casi nunca	8	25%	34%
	A veces	13	41%	75%
	Casi Siempre	6	19%	94%
	Siempre	2	6%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 22

Almacenamiento



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En referencia a la pregunta P-14: ¿Considera que su sistema de almacenamiento le permite evitar pérdidas por mermas?, los resultados muestran que la mayoría de los productores encuestados percibe una eficiencia limitada en sus sistemas de almacenamiento,

pues se observa que, de los 32 participantes, el 9% manifestó que nunca logra evitar pérdidas por mermas mediante su sistema actual, el 25% respondió casi nunca, el 41% a veces, el 19% casi siempre y el 6% indicó siempre. La alta concentración en la categoría a veces sugiere la presencia de prácticas inconsistentes o inadecuadas, lo cual puede derivar en pérdidas económicas considerables, especialmente en productos altamente perecederos como la fresa, por otro lado las mermas por almacenamiento ineficiente pueden deberse a múltiples factores, entre ellos: infraestructura inadecuada, falta de refrigeración, errores en la manipulación postcosecha, sobre almacenamiento o ausencia de protocolos de conservación, y de la limitada proporción de respuestas positivas, se infiere que el almacenamiento es una etapa poco optimizada dentro del proceso productivo.

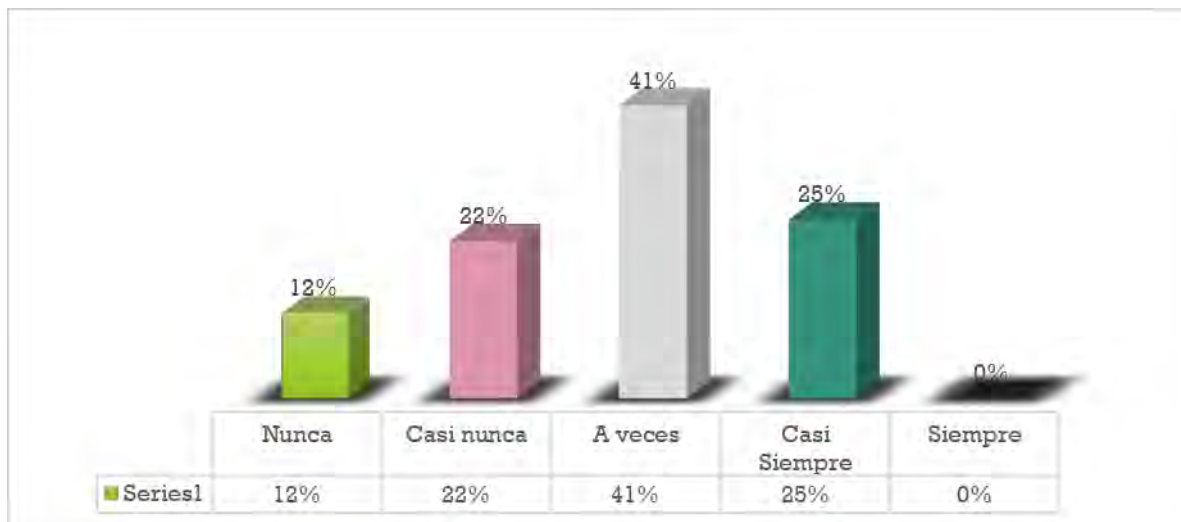
P-15: ¿Considera que realiza un monitoreo adecuado de sus productos durante el proceso de distribución?

Cuadro 27

Monitoreo

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	12%	12%
	Casi nunca	7	22%	34%
	A veces	13	41%	75%
	Casi Siempre	8	25%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 23*Monitoreo**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

En lo que respecta a la pregunta P-15: ¿Considera que realiza un monitoreo adecuado de sus productos durante el proceso de distribución?, los resultados obtenidos revelan que, de los 32 productores encuestados, el 41% señaló que a veces realiza un monitoreo adecuado, mientras que un 22% indicó casi nunca, un 12% nunca y el 25% afirmó hacerlo casi siempre. Ninguno de los participantes manifestó realizar este monitoreo siempre, la alta concentración de respuestas en la categoría a veces sugiere una gestión inconsistente del monitoreo durante la distribución, lo que implica que, si bien existe cierta conciencia sobre su importancia, no se cuenta con mecanismos estandarizados, sistemáticos ni continuos para asegurar la trazabilidad, conservación y calidad del producto en tránsito, este tipo de deficiencia puede afectar significativamente la integridad de la fresa, un producto altamente perecedero que requiere condiciones estrictas de manejo postcosecha, asimismo, pone en evidencia una debilidad en la cadena productiva, que puede traducirse en mermas económicas, pérdida de calidad o incumplimiento de estándares exigidos por el mercado.

P-16: ¿Considera que el posicionamiento de su producto en el mercado es adecuado y contribuye al incremento de sus ventas?

Cuadro 28

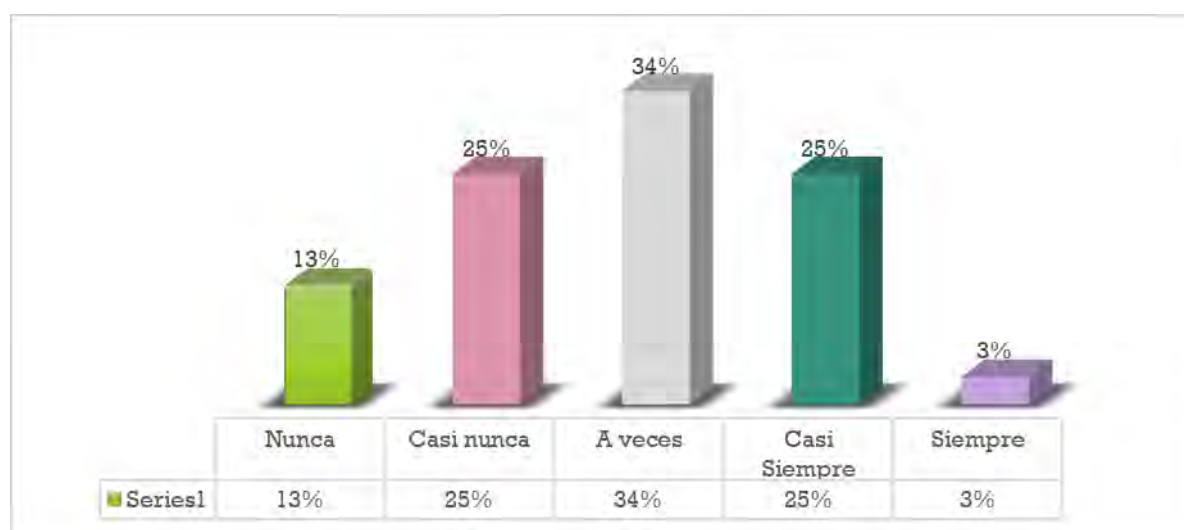
Posicionamiento del producto

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	8	25%	38%
	A veces	11	34%	72%
	Casi Siempre	8	25%	97%
	Siempre	1	3%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 24

Posicionamiento del producto



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En relación con la pregunta P-16: ¿Considera que el posicionamiento de su producto en el mercado es adecuado y contribuye al incremento de sus ventas?, los resultados reflejan una percepción moderadamente favorable, aunque con importantes áreas de mejora, puesto que de los 32 productores encuestados, el 34% respondió que a veces percibe un adecuado posicionamiento de su producto, un 25% indicó casi nunca, otro 25% casi siempre, un 13%

nunca, y el 3% seleccionó la opción siempre, esta distribución de respuestas evidencia y sugiere una gestión inconsistente del posicionamiento, lo que puede deberse a factores como la falta de estrategias de diferenciación, limitada presencia en canales de distribución competitivos, escasa promoción o desconocimiento del perfil del consumidor, además el posicionamiento de producto es un componente estratégico en la cadena de valor agrícola, ya que influye directamente en la percepción del consumidor, en el nivel de demanda y, por consiguiente, en el volumen de ventas, en tanto la ausencia total de respuestas afirmativas en la categoría siempre refleja que, en general, los productores no logran consolidar una estrategia comercial sólida ni mantener una presencia sostenida en el mercado.

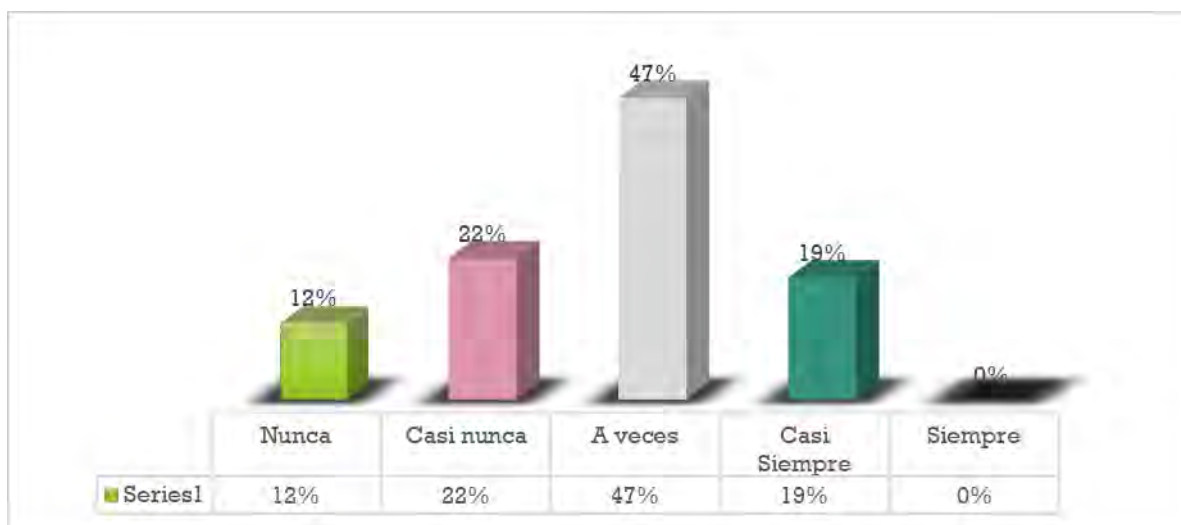
P-17: ¿Cree que las estrategias de promoción que utiliza son suficientes para dar a conocer su producto?

Cuadro 29

Estrategias de promoción

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	12%	12%
	Casi nunca	7	22%	34%
	A veces	15	47%	81%
	Casi Siempre	6	19%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 25*Estrategias de promoción**Nota: Elaboración propia***Interpretación**

En relación con la pregunta P-17: ¿Cree que las estrategias de promoción que utiliza son suficientes para dar a conocer su producto?, los resultados muestran que de los 32 participantes, el 47% respondió a veces, el 22% casi nunca, el 12% nunca, el 19% casi siempre y ningún participante indicó siempre, lo que sugiere que para la mayoría de los productores las acciones promocionales implementadas no son suficientemente consistentes para lograr una difusión adecuada del producto, lo cual puede deberse a una baja inversión en promoción, desconocimiento de canales publicitarios, ausencia de marca o identidad visual, o una escasa planificación comercial, dado que las estrategias de promoción son un elemento esencial para el posicionamiento del producto, ampliar la base de clientes, generar fidelización y estimular la demanda, asimismo la falta de promoción adecuada puede reducir las oportunidades de comercialización frente a mercados más competitivos, igualmente se refuerza la necesidad de capacitar técnicamente a los actores en el diseño e implementación de estrategias de promoción, lo que puede incluir desde el uso de redes sociales, participación en ferias y mercados locales, hasta alianzas con puntos de venta y diferenciación del producto a través del etiquetado, empaque o certificaciones.

P-18: ¿Considera que los canales de venta que utiliza actualmente le permiten llegar adecuadamente a los consumidores?

Cuadro 30

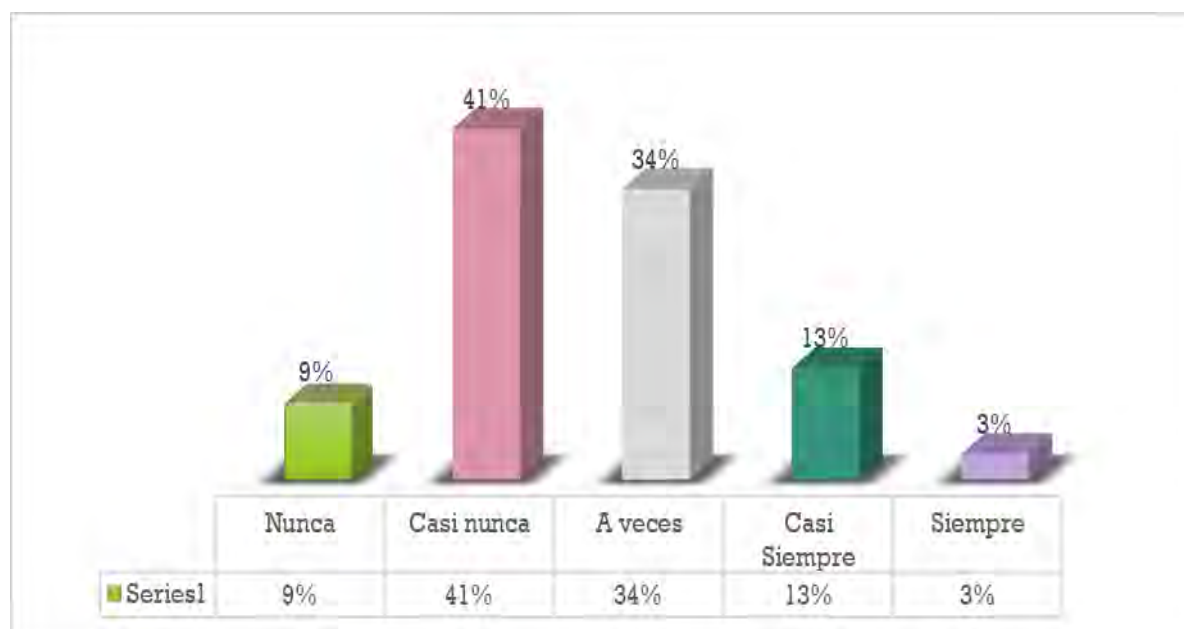
Canales de venta

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	3	9%	9%
	Casi nunca	13	41%	50%
	A veces	11	34%	84%
	Casi Siempre	4	13%	97%
	Siempre	1	3%	100%
Total		32	100%	

Nota: Elaboración propia

Figura 26

Canales de venta



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Respecto a la pregunta P-18: ¿Considera que los canales de venta que utiliza actualmente le permiten llegar adecuadamente a los consumidores?, los resultados indican que de los 32 participantes, el 34% manifestó que a veces los canales de venta les permiten alcanzar adecuadamente al consumidor, el 41% indicó casi nunca, el 9% nunca, el 13% casi siempre, y el 3% respondió siempre, la concentración de las respuestas en las opciones a veces, casi nunca y nunca sugiere que existe una debilidad en la selección, uso o acceso a canales de comercialización efectivos, esta situación limita la capacidad de los empresarios para posicionar sus productos en el mercado, afectar sus niveles de rentabilidad y restringir su competitividad frente a actores que cuentan con acceso a mercados más amplios o especializados, además el uso limitado o poco estratégico de canales de venta puede estar vinculado a factores como: dependencia del intermediario, falta de acceso a mercados formales, desconocimiento de canales digitales, ausencia de asociaciones que centralicen la comercialización, o falta de capacitación en gestión comercial, dado que el canal de venta es un componente clave para conectar la oferta con la demanda, se hace necesario impulsar estrategias de diversificación comercial, fortalecimiento de la venta directa (ferias, mercados locales, agrotiendas) y adopción de canales digitales, así como el desarrollo de redes colaborativas de productores que faciliten la inserción en mercados más competitivos.

5.2. Pruebas de hipótesis

Prueba de normalidad

H_0 : Los datos tienen distribución normal

H_1 : Los datos no tienen distribución normal

Cuadro 31

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Planeamiento estratégico	0.984	32	^0.000
Programación estratégica	0.779	32	^0.000
Procedimientos estratégicos	0.852	32	^0.000
Objetivos estratégicos	0.828	32	^0.000
Cadena productiva	0.892	32	^0.000
Producción	0.745	32	^0.000
Distribución	0.788	32	^0.000
Comercialización	0.696	32	^0.000

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Con el propósito de seleccionar la prueba de correlación más apropiada para el análisis estadístico, se llevó a cabo un análisis de normalidad, que permitió obtener resultados para las variables y sus respectivas dimensiones, tomando en cuenta la relación entre los grados de libertad (gl) y el tamaño de la muestra utilizada. Para evaluar la distribución de los datos, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, centrándose en el valor de significancia (sig.), el cual constituyó el principal criterio de decisión. Dado que el valor de significancia fue superior a 0.05, se concluyó que los datos no siguen una distribución normal, clasificándolos como no paramétricos. En consecuencia, se optó por emplear la prueba Tau_b de Kendall para contrastar las hipótesis formuladas en el presente estudio. Esta elección respondió no solo a las características estadísticas de los datos, sino también a la necesidad de adoptar un enfoque metodológico coherente, que fortaleciera la validez de los hallazgos y permitiera una interpretación más precisa de las relaciones existentes entre las variables analizadas.

Hipótesis general

H1: El planeamiento estratégico si influye significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

H0: El planeamiento estratégico no influye significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

O.G: *Determinar cómo el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.*

Cuadro 32

Prueba de hipótesis general

		Planeamiento estratégico	Cadena productiva
Tau_b de Kendall	Planeamiento estratégico	Coeficiente de correlación	1
		Sig. (bilateral)	0.871
		N	32
	Cadena productiva	Coeficiente de correlación	0.871
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	32

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis general

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre el planeamiento estratégico y su influencia en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de

hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.871 que refleja que el grado de influencia es positiva alta. Este hallazgo permite afirmar que una adecuada planificación estratégica favorece el desarrollo y fortalecimiento de las cadenas productivas, al alinear las metas organizacionales con la utilización eficiente de los recursos y la mejora continua de la producción. Así, se refuerza la idea de que el planeamiento no solo guía las decisiones empresariales, sino que también contribuye a una mayor cohesión en cada etapa de la cadena productiva, promoviendo resultados sostenibles en el contexto local.

Hipótesis específica 1

H1: La programación estratégica si influye significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

H0: La programación estratégica no influye significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

O.E.1: *Determinar cómo la programación estratégica influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.*

Cuadro 33*Prueba de hipótesis específica 1*

		Programación estratégica	Cadena productiva
Tau_b de Kendall	Programación estratégica	Coeficiente de correlación	1
		Sig. (bilateral)	0.663
		N	32
	Cadena productiva	Coeficiente de correlación	0.663
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	32

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis específica 01

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre la programación estratégica y su influencia en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que la programación estratégica influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.663. Este hallazgo coincide con teorías que destacan la importancia de una planificación estratégica bien estructurada como base para el fortalecimiento de procesos productivos, especialmente en comunidades que buscan optimizar sus capacidades organizativas y operativas en un entorno competitivo.

Hipótesis específica 2

H1: Los procedimientos estratégicos si influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

H0: Los procedimientos estratégicos no influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

O.E.2: *Determinar cómo los procedimientos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.*

Cuadro 34

Prueba de hipótesis específica 2

		Procedimientos estratégicos	Cadena productiva
Tau_b de Kendall	Procedimientos estratégicos	Coefficiente de correlación	1
		Sig. (bilateral)	0.735
	Cadena productiva	N	32
		Coefficiente de correlación	0.735
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	32

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis específica 02

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los procedimientos estratégicos y su influencia en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la

hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que los procedimientos estratégicos si influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.735, lo cual sugiere una relación positiva y elevada entre los procedimientos estratégicos implementados y el fortalecimiento de las actividades productivas. Este hallazgo contribuye a la comprensión del papel que juegan las decisiones estratégicas en contextos rurales, donde la optimización de recursos y la coordinación de esfuerzos son esenciales para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la cadena productiva.

Hipótesis específica 3

H1: Los objetivos estratégicos si influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

H0: Los objetivos estratégicos no influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

O.E.3: Determinar cómo los objetivos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.

Cuadro 35*Prueba de hipótesis específica 3*

		Objetivos estratégicos	Cadena productiva	
Tau_b de Kendall	Objetivos estratégicos	Coeficiente de correlación	1	0.684
		Sig. (bilateral)		0.000
	Cadena productiva	N	32	32
		Coeficiente de correlación	0.684	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	32	32

Nota: El cuadro representa la prueba de hipótesis específica 03

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los objetivos estratégicos y su influencia en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que los objetivos estratégicos si influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.684. Este hallazgo se alinea con teorías que destacan el papel de los objetivos estratégicos como guía para optimizar procesos, mejorar la coordinación entre actividades y facilitar el logro de metas comunes en contextos organizativos y comunitarios.

5.3. Discusión de resultados

Una vez analizados los resultados obtenidos, se procede a desarrollar la discusión del estudio, sustentada en el respaldo teórico de los autores previamente citados. En primer lugar, se analizó la confiabilidad del instrumento de medición mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, alcanzando un valor de 0.83 para ambas variables: planeamiento estratégico y cadena productiva. Este resultado, al estar próximo a la unidad, evidencia una alta consistencia interna, lo que avala la pertinencia del instrumento para su uso en la investigación. Posteriormente, se aplicó la prueba de normalidad con el propósito de seleccionar el método estadístico más apropiado para contrastar las hipótesis formuladas, garantizando así la solidez y coherencia de los hallazgos obtenidos en el análisis.

En relación con la hipótesis general que aborda la influencia entre el planeamiento estratégico y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.871. Este hallazgo permite afirmar que una adecuada planificación estratégica favorece el desarrollo y fortalecimiento de los procesos productivos, al alinear las metas organizacionales con la utilización eficiente de los recursos y la mejora continua de las actividades económicas. Así, se refuerza la idea de que el planeamiento no solo guía las decisiones empresariales, sino que también contribuye a una mayor cohesión en cada etapa de la cadena productiva, promoviendo resultados sostenibles en el contexto local.

Estos resultados son corroborados por Flores y Suta (2024) quienes indican que el planeamiento estratégico tiene una influencia positiva alta en la comercialización de la empresa, evidenciada por un valor de significancia menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.748. Esto sugiere que una adecuada implementación del planeamiento estratégico mejora la comercialización de los productos de la empresa, asimismo Lázaro y Acevedo (2018) señalan que un crecimiento promedio del 1.95% en rentabilidad por cada sol vendido, evidenciando una mejora en comparación con los años anteriores, cuando la empresa presentaba niveles de rentabilidad más bajos. A partir de estos hallazgos, se concluye que la planificación estratégica es una herramienta fundamental para aquellas organizaciones que buscan mejorar su desempeño y consolidarse en su sector. Como también Huacal (2023) señala que existe una relación positiva entre la gestión de la cadena productiva de leche y la reducción de los niveles de pobreza. En particular, el coeficiente de correlación obtenido fue de 0.517, lo que indica un impacto favorable de la gestión productiva en la reducción de la pobreza, señalando que una mejor gestión de la cadena productiva de la leche contribuye significativamente a la mejora económica de los socios. Mamani y Ugarte (2023) indican que las dimensiones de la cadena productiva del café (provisión, producción, transformación y comercialización) influyen en los ingresos de los productores. Por lo tanto, una mayor integración de la cadena productiva se asocia con un incremento en los ingresos de los caficultores.

En relación con la hipótesis 1, que aborda la influencia entre la programación estratégica y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que la programación estratégica influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se

aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.663. Este hallazgo coincide con teorías que destacan la importancia de una planificación estratégica bien estructurada como base para el fortalecimiento de procesos productivos, especialmente en comunidades que buscan optimizar sus capacidades organizativas y operativas en un entorno competitivo.

Estos resultados son corroborados por Fernández y Rivas (2021) señalan que existe una relación alta y significativa entre el planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.879. De manera complementaria, la correlación de Pearson también reflejó un valor de 0.879, con una significancia bilateral de 0.000, confirmando así la existencia de una asociación positiva y significativa entre ambas variables. Concluyendo en base a los hallazgos, que un mejor planeamiento estratégico influye directamente en el desarrollo organizacional, lo que resalta la importancia de implementar estrategias bien estructuradas para optimizar la gestión y crecimiento de la empresa. Así mismo Gamboa et al. (2023), señalan que, dentro de una cadena productiva, las decisiones financieras suelen enfocarse en optimizar la eficiencia operativa y la gestión de costos en cada etapa, desde la adquisición de insumos hasta la producción, el acopio, la transformación y la comercialización. Sin embargo, para obtener el máximo provecho de los recursos invertidos, es fundamental que las decisiones tomadas integren estrategias que favorezcan una mayor colaboración e integración entre los diferentes actores. Esto permitiría optimizar el intercambio de información y fomentar acuerdos que aseguren una mayor estabilidad en los ingresos. De esta manera, se facilitaría la transición hacia una cadena de valor, donde las inversiones no solo se enfoquen en mejorar la producción y reducir costos, sino también en aportar valor en cada etapa del proceso, generando beneficios para todos los involucrados, especialmente para los criadores de ganado. Bajo esta perspectiva, redefinir el enfoque financiero no solo incrementaría la eficiencia operativa, sino que también abriría

nuevas oportunidades para promover el desarrollo económico de la cadena bovina en Campeche. Como también Loayza y Zabala (2018) indican que la operatividad y ventajas competitivas de la cadena productiva del cacao ecuatoriano, se determinó que diversos factores inciden en su desempeño, entre ellos la tecnificación de las empresas, el papel del gobierno y sus políticas de apoyo agrícola, la renovación genética, los modelos de asociación y las condiciones climáticas. Con base en estos hallazgos, se establecieron lineamientos de política pública orientados a incrementar la productividad y eficiencia del sector, poniendo un énfasis particular en los pequeños y medianos productores. Asimismo, se busca perfeccionar las prácticas aplicadas a lo largo de la cadena productiva del cacao en Ecuador. Corrales y Saravia (2020) indican que reconocer y aplicar el enfoque de cadena de valor tiene un impacto positivo en la productividad, al permitir que cada actividad del proceso productivo reciba un valor agregado.

En relación con la hipótesis 2, que aborda la influencia entre los procedimientos estratégicos y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que los procedimientos estratégicos si influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.735, lo cual sugiere una relación positiva y elevada entre los procedimientos estratégicos implementados y el fortalecimiento de las actividades productivas. Este hallazgo contribuye a la comprensión del papel que juegan las decisiones estratégicas en contextos rurales, donde la optimización de recursos y la coordinación de esfuerzos son esenciales para mejorar la competitividad y sostenibilidad de la cadena productiva.

Estos resultados son corroborados por Valle et al. (2022) señalan que los procesos que comprenden desde la recepción de la materia prima hasta la obtención del producto terminado, lo que brindó una visión global del funcionamiento de la producción. Con base en estos resultados, fue posible proponer mejoras orientadas a optimizar la producción y la productividad. Sin embargo, una de las principales limitaciones del estudio fue el tiempo necesario para ejecutar cada proceso y cómo este afecta el rendimiento productivo de la planta. Finalmente, se sugiere realizar investigaciones futuras que analicen el efecto de las enfermedades ocupacionales en la productividad de las empresas. Así mismo Garcés (2020) indica que las cadenas productivas desempeñan un papel fundamental en el desarrollo y crecimiento de una provincia, ya que constituyen una fuente significativa de ingresos y generan empleo, especialmente para personas de bajos recursos. Sin embargo, el sector se enfrenta a retos en términos de competitividad, los cuales se originan en factores como la informalidad, la limitada calidad e innovación, la falta de una estructura formal y el crecimiento del comercio informal. Pese a estos obstáculos, la cadena productiva continúa generando un impacto económico y social significativo, favoreciendo a micro y pequeñas empresas que dependen de esta actividad. Como también Nuñez et al (2021) señalan que una adecuada toma de decisiones financieras puede mejorar significativamente cada fase del proceso productivo, abarcando desde la producción primaria hasta la transformación y comercialización. De igual forma, dentro de la cadena productiva de los criadores de animales, la adopción de estrategias financieras bien estructuradas contribuye al incremento de los ingresos y a una mayor eficiencia operativa. La inversión en tecnología, la mejora en la alimentación y una gestión eficiente de los recursos no solo fortalecen las fases de producción, transformación y comercialización de los productos derivados, sino que también aumentan el valor agregado en cada etapa, promoviendo una mayor rentabilidad en todo el sector. Barrera et al. (2020) indican que la falta de trabajo colaborativo dificulta la

planificación estratégica de la cadena productiva, limitando la posibilidad de expandir la comercialización de este producto a otras regiones.

En relación con la hipótesis 3, que aborda la influencia entre los objetivos estratégicos y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que los objetivos estratégicos si influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, se aplicó la prueba Tau_b de Kendall, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.684. Este hallazgo se alinea con teorías que destacan el papel de los objetivos estratégicos como guía para optimizar procesos, mejorar la coordinación entre actividades y facilitar el logro de metas comunes en contextos organizativos y comunitarios.

Estos resultados son corroborados por Calderón (2019) señala que una gestión financiera adecuada influye positivamente en la cadena productiva sostenible, esto se debe a que permite un uso más eficiente de las herramientas financieras, integrando tanto recursos internos como externos, lo cual repercute positivamente en la eficiencia y rentabilidad de la empresa. Igualmente, se identificó que una planificación adecuada del nivel de inversión tiene un impacto significativo en la adquisición y mejora de activos relacionados con la innovación y la tecnología, fortaleciendo así los procesos dentro de una cadena productiva sostenible. Por otra parte, la gestión del capital de trabajo tiene una influencia directa sobre la eficiencia del proceso productivo, impulsando el crecimiento del negocio, su competitividad y la sostenibilidad de la cadena. Asimismo, una correcta supervisión de la estructura de costos y precios, tomando en cuenta tanto las exigencias del mercado como la competencia, influye en la comercialización de los volúmenes destinados a la exportación y

en el grado de competitividad del sector agroexportador. Así mismo Coanqui y Peña (2021) señalan que una relación significativa entre la cadena productiva apícola y la generación de ingresos para los productores. En otras palabras, el fortalecimiento de los diferentes eslabones de la cadena productiva apícola tiene un efecto positivo en la rentabilidad del sector. Se identificó que mejorar el suministro de insumos, optimizar la producción de miel, perfeccionar los procesos de transformación y aumentar la eficiencia en la comercialización inciden directamente en el aumento de los ingresos de los apicultores. Por lo tanto, el desarrollo integral de esta cadena productiva se posiciona como un elemento fundamental para el crecimiento económico de los productores. Como también De la Cruz (2019) indica que el diseño de los productos es fundamental para la planeación y gestión gerencial, esto se debe a que tiene un impacto directo en la estructura y en los procesos productivos. Del mismo modo, las actividades de comercialización desempeñan un rol fundamental dentro de la gestión gerencial, ya que son esenciales para la adecuada aplicación de estrategias y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

CONCLUSIONES

1. En conclusión, los resultados de la investigación evidencian una influencia significativa del planeamiento estratégico y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa. Esta relación fue corroborada mediante la aplicación de la prueba estadística Tau-b de Kendall, la cual arrojó una correlación positiva alta de 0.871, indicando que, con una mejor implementación del planeamiento estratégico, se fortalece la cadena productiva. La planificación estratégica, permite a los empresarios una gestión más eficiente, coherente y sostenible, en tanto, la adecuada aplicación de la programación, procedimientos y objetivos estratégicos facilita la definición de rutas claras de acción, la optimización de recursos y la toma de decisiones orientadas al logro de metas productivas. Todo ello se traduce en mejoras sustanciales en los procesos de producción, distribución y comercialización, elevando la competitividad y sostenibilidad de la actividad de los empresarios.
2. Se concluye que los resultados obtenidos respaldan la relación significativa de la programación estratégica y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, esta relación fue confirmada mediante la prueba estadística Tau-b de Kendall, cuyo coeficiente 0.663 evidencia una correlación positiva alta, validando así la hipótesis planteada. Por lo tanto, una programación estratégica adecuada es fundamental para fortalecer y optimizar la cadena productiva, particularmente en contextos donde existen deficiencias. La correcta gestión de recursos económicos, financieros y humanos permite a los empresarios organizar sus actividades de manera más eficiente, responder mejor ante imprevistos y mantener la continuidad operativa, generando así una cadena productiva con etapas de producción, distribución y comercialización más rentables, eficientes y sostenibles.

3. Se concluye que los resultados obtenidos en esta investigación confirman una relación significativa entre los procedimientos estratégicos y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa. Dicha relación fue validada mediante la prueba estadística Tau-b de Kendall, cuyo coeficiente de 0.735 evidenció una correlación positiva alta. La implementación adecuada de procedimientos estratégicos permite a los empresarios organizar sus actividades de forma coherente, supervisar el cumplimiento de metas y corregir oportunamente posibles desviaciones. Además, el diseño de estrategias adaptadas al contexto, la definición de lineamientos claros y la ejecución de mecanismos de fiscalización fortalecen la capacidad para integrar eficazmente todas las etapas de la cadena productiva en la producción, distribución y comercialización, promoviendo así una gestión más ordenada, eficiente y orientada a resultados sostenibles en el tiempo.
4. Se concluye que los resultados de esta investigación respaldan una relación significativa entre los objetivos estratégicos y la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, relación confirmada mediante la prueba Tau-b de Kendall cuyo coeficiente de correlación 0.684 evidenció una relación positiva alta y validó la hipótesis planteada. Este hallazgo demuestra que definir objetivos estratégicos claros, asignar presupuesto de manera adecuada, calendarizar actividades y establecer una escala de prioridades no solo orienta las decisiones en cada etapa de la cadena productiva, sino que también alinea los esfuerzos de todos los actores, optimiza el uso de recursos, mejora la calidad del producto, reduce desperdicios y fortalece la coordinación operativa. En consecuencia, la integración efectiva de la programación estratégica permite a los empresarios responder con mayor eficacia a las exigencias del mercado y promueve una mejora continua de los procesos en la cadena productiva.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa, promover e implementar de manera sistemática el planeamiento estratégico, mediante un análisis detallado de su entorno interno y externo, que les permita identificar oportunidades del mercado, debilidades y amenazas potenciales. Es necesario que definan su misión, visión y valores, y que formulen estrategias de largo plazo orientadas a mejorar la eficiencia en la producción de fresas, optimizar el uso de recursos, y responder de manera proactiva a los cambios del entorno. Además, se sugiere fomentar la coordinación entre los distintos actores de la cadena productiva, promoviendo una visión compartida y articulada que favorezca la toma de decisiones informadas, el acceso a mercados, y el fortalecimiento de la sostenibilidad del sistema productivo local.
2. Se recomienda a los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa implementar y fortalecer la programación estratégica, enfocándose en la adecuada planificación, uso y gestión de los recursos económicos, financieros y humanos. Es necesario mejorar el acceso a recursos económicos como insumos agrícolas, herramientas, infraestructura y tecnología, priorizando su distribución según las necesidades productivas reales para maximizar la eficiencia. En cuanto a los recursos financieros, se sugiere promover el acceso a fuentes de financiamiento sostenibles, ya sea a través de créditos, fondos estatales o alianzas, que permitan cubrir las etapas críticas del proceso productivo sin comprometer la estabilidad económica. Respecto a los recursos humanos, se sugiere implementar procesos de capacitación continua y evaluación del desempeño, y fomentar una cultura de compromiso, colaboración y mejora permanente, que contribuya a fortalecer la capacidad técnica y organizativa de quienes participan en la cadena productiva.

3. Se recomienda a los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa implementar procedimientos estratégicos bien diseñados que fortalezcan cada eslabón de la cadena productiva, empezando por la elaboración de lineamientos específicos que orienten las actividades agrícolas, de distribución y comercialización, con criterios de calidad y sostenibilidad. Estos procedimientos deben incluir estrategias de acción diferenciadas por eslabón, por ejemplo, rutas logísticas eficientes para la distribución y mecanismos de comercialización directa que reduzcan la dependencia de intermediarios. Además, es clave implementar sistemas de fiscalización interna y monitoreo constante, que permitan supervisar el cumplimiento de las acciones planificadas, evaluar su impacto, corregir desviaciones a tiempo, y fomentar la mejora continua en la gestión productiva y empresarial.
4. Se recomienda a los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa formular de manera clara y precisa los objetivos estratégicos, alineados con su misión y visión, que orienten las acciones de la cadena productiva. Asimismo, elaborar presupuestos realistas que contemplen con precisión los costos asociados a cada etapa del proceso productivo, desde la adquisición de insumos hasta la comercialización final, permitiendo así una gestión financiera organizada y sostenible. También, se sugiere implementar una calendarización detallada que establezca plazos concretos para la ejecución de cada actividad estratégica, facilitando el cumplimiento oportuno de metas y permitiendo ajustar acciones ante eventuales contingencias del entorno agrícola o del mercado. Finalmente, se recomienda establecer una escala de prioridades que jerarquice las acciones más relevantes o urgentes, optimizando la asignación de recursos y fortaleciendo la productividad y sostenibilidad de la cadena productiva.

REFERENCIAS

- Bustamante, R. Y., Toala Sanchez, A. J., & García Vélez, H. A. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *RECIMUNDO*. doi:10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.92-108
- Arias, I. V. (2020). Los costos de producción industrial en el Ecuador. *Revista espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p08.pdf>
- Arrieta Posada, J. G. (2011). Aspectos a considerar para una buena gestión en los almacenes de las empresas (Centros de Distribución, CEDIS). *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-18862011000100007
- Arroyo Morales, A. (2020). *Metodología de la investigación en las ciencias empresariales*. Cusco: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12918/5402>
- Barrera, A., Vargas, N., Moreno, N., & Barrera, A. (Enero-Junio de 2020). Análisis descriptivo de la cadena productiva del plátano Casanare. *Clío Américal*, 14(27), 390-400. doi:<http://dx.doi.org/10.21676/23897848.3675>
- Caba Villalobos, N., Chamorro Altahona, O., & Fontalvo Herrera, T. (2011). *Gestión de la Producción y Operaciones* (Vol. 2). Barranquilla, Colombia: CORPORACIÓN PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO ASESORES. Obtenido de <https://biblioteca.untumbes.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=8525>
- Calderón Acosta, L. (2019). *GESTIÓN FINANCIERA DE LA CADENA PRODUCTIVA SOSTENIBLE AGROEXPORTADORA EN LA REGIÓN LA LIBERTAD 2014 - 2018*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5908/calder%C3%B3n_alr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calvo Rojas, J., Pelegrín Mesa, A., & Gil Basulto, M. S. (2018). Enfoques teóricos para la evaluación de la eficiencia y eficacia en el primer nivel de atención médica de los servicios de salud del sector público. *Retos de la Dirección*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2306-91552018000100006&script=sci_arttext
- Campines Barría, F. (2024). El Producto y sus Atributos como Factores Fundamentales de las Estrategias de Marketing. *CIENCIA LATINA INTERNACIONAL*, 15. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9511

- Carrasco, S. (2019). *Metodologia de la Investigacion Cientifica* (Vol. 2da Edicion). Lima Peru: San Marcos. Obtenido de https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1_
- CASTILLO QUIROZ , D. (2024). *MONITORIZACIÓN DE VARIABLES DURANTE LA DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES CON EL USO DE SENSORES*. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE PABELLÓN DE ARTEAGA. Obtenido de https://pabellon.tecnm.mx/CENTRODEINFORMACION/app/files/IIND_CASTILLO_QUIROZ_DIEGO_EDUARDO_INFORME_TECNICO_AD2024.pdf
- Centro de Planeamiento Estratégico - CEPLAN. (2014). Proceso de Planeamiento Estratégico. Obtenido de https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/proceso-de-planeamiento-estrategico/
- CENTRO NACIONAL DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO. (2024). *IMPORTANCIA DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO*. LIMA: MINISTERIO DE DESARROLLO AGRARIO. Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/pnapes/actividades/comision/importancia.pdf>
- Chanatásig Narváez , V. E., & Díaz Tixicuro , J. C. (2021). *Incidencia del factor demográfico, laboral e institucional en la sostenibilidad financiera del*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f29c59e9-4c4f-4429-b140-05ef7c967daf/content>
- Coanqui Huaman, H., & Peña Carmona, C. (2021). *LA CADENA PRODUCTIVA APÍCOLA Y SU RELACIÓN CON EL BENEFICIO ECONÓMICO DEL PRODUCTOR DEL DISTRITO DE CHALLABAMBA - PROVINCIA DE PAUCARTAMBO - 2018*. Cusco, Perú: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/b79a47ed-c033-4b7d-a2cb-fd1c248d6937/content>
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ. (2006). *Ley N° 28846: Ley para el fortalecimiento de las cadenas productivas y conglomerados*. Obtenido de <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28846.pdf>
- Corrales Esquivel, D., & Saravia Florez, A. (2020). *LA CADENA DE VALOR Y LA DETERMINACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA LATESA S.A.C.*

DEL DISTRITO DE SAN JERÓNIMO-CUSCO PERIODO 2018. Cusco, Perú: UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/8cec116e-c16f-4724-9891-c347861d0d03/content>

De La Cruz Anchiraco, R. (2021). *Planeamiento estratégico. Naturaleza. Características. Procesos de planeación dentro de la Administración Estratégica. Modelos de planeamiento estratégico. Caso práctico sector privado*. Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/6130>

De la Cruz Angeles, M. (2019). *LA CADENA PRODUCTIVA Y SU IMPORTANCIA EN LA GESTION GERENCIAL DE LA EMPRESA FAIR FRUIT PERU SAC 2018*. Huacho, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION. Obtenido de <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4417/MELISSA%20MILAGROS%20DE%20LA%20CRUZ%20ANGELES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz Olivera, A. P., & Matamoros Hernandez, I. (2011). El Analisis DAFO y los Objetivos Estrategicos. *EUMED.NET*, 2.

Escobar Mesco, J. (2022). *ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE PROCOMPITE, DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CAFÉ, EN EL DISTRITO DE QUELLOUNO, PROVINCIA DE LA CONVENCION DPTO. DE CUSCO 2017*. Cusco, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12918/6891>

Farfán Valencia, F. (2020). *Sistemas de producción: conceptos y definiciones*. Cenicafé. Obtenido de <https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/4228/1/Cap1.pdf>

Fernández Crisanto, E., & Rivas Yupanqui, L. (2021). *Planeamiento Estratégico y el Desarrollo organizacional de la Empresa Inversiones y Servicios Generales FYR SAC, Chimbote 2021*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83383/Fern%c3%a1n_de_CEA-Rivas_YLA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Flamarique, S. (2025). *Manual de gestión de almacenes*. ICG MARGE. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Manual_de_gesti%C3%B3n_de_almacenes/ayNIEQAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1

- Flores Lopa, Y., & Suta Hoyos, B. (2024). *Planeamiento estratégico y la comercialización de la empresa MARASAL S.A. del distrito de Maras, provincia de Urubamba, 2022*. Cusco, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO. Obtenido de https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/8946/253T20240388_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gallardo Medina, W. (2021). *GESTIÓN ESTRATÉGICA, FACTOR CLAVE PARA EL ÉXITO ORGANIZACIONAL*. COLOMBIA: Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales. doi:<https://doi.org/10.47666/summa.3.2.40>
- Gamboa Chavarría, A., Acuña Torres, S., Escobedo Aguilar, A., Pérez Sánchez, E., & Sepúlveda López, C. (2023). Cadena productiva de carne bovina del estado de Campeche, México. *Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE)*, 1-53. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/809813739/Cadena-productiva-de-carne-bovina-en-el-estado-de-Campeche-Mexico>
- Garcés Apráez, M. E. (2020). *Estudio de los elementos económicos de la cadena productiva de cuero y calzado en la Provincia de Tungurahua que tienen efecto en el crecimiento y competitividad del sector*. Quito: Universidad Pontificia Católica del Ecuador Facultad de Economía. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ef3a66da-b4a5-4a94-b904-6d3f35d1d171/content>
- García, M. (08 de MARZO de 2024). *RECURSOS ECONÓMICOS*. Obtenido de CELEBERRIMA: <https://www.celeberrima.com/recursos-economicos/>
- GONZALES QUISPE, I. (2022). *“CADENA PRODUCTIVA Y COMPETITIVIDAD DE LA TARA (Caesalpinia spinosa) EN LA PROVINCIA DE HUANTA, AYACUCHO*. LIMA: UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12996/5291>
- GRACIA RAMOS, M., & BERTRÁN JORDANA, J. (2019). *Dirección financiera: fuentes de financiación*. Madrid, España: DELTA. Obtenido de <https://www.dykinson.com/libros/direccion-financiera-fuentes-de-financiacion/9788485699315/>
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación 6TA Edición*. Mexico: MCGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion 6TA Edición*. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Huacal Estela, W. (2023). *GESTIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE LECHE DE LA ASOCIACIÓN SERVICIOS GENERALES S.R.A. PURUAY ALTO, DISTRITO DE CAJAMARCA, Y SU CONTRIBUCIÓN A LA REDUCCIÓN DE LOS NIVELES DE POBREZA EN EL PERIODO 2019*. Cajamarca, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA. Obtenido de <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5779/Tesis%20Wiler%20Huacal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Instituto Interamericano de cooperacion para la agricultura. (2018). *GESTIÓN EMPRESARIAL TÁCTICA Y OPERATIVA EL MERCADO Y LA COMERCIALIZACIÓN*. San José, Costa Rica: Creative Commons. Obtenido de <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Marketing* (16 ed.). PEARSON.
- Landeta Bolaños, D., & Cadena Cortez, S. (2024). *Análisis de las Tendencias de Mercado Internacional para el 2024, para una Mediana Empresa*. MEXICO: CIENCIA LATINA INTERNACIONAL. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9852
- Lázaro Espíritu, N., & Acevedo Villanueva, L. (2018). *PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA TURISMO ERICK EL ROJO S.A., AÑO 2018-2020*. Trujillo, Perú: UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33942/1/c3%a1zaro_en.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Limahuaya Vilca, C. (2021). *Gestión estratégica de recursos humanos como modelo orientado al logro de ventajas competitivas. Revisión sistemática*. Lima: UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. doi:<https://hdl.handle.net/20.500.12692/102693>
- Llamas, J. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto-de-una-empresa.html>
- Loayza Ramos, F., & Zabala, J. (2018). *ANÁLISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO ECUATORIANO PARA EL DISEÑO DE UNA POLÍTICA PÚBLICA QUE FOMENTE LA PRODUCTIVIDAD Y LA EFICIENCIA DE LA PRODUCCIÓN*

- CACAOTERA PERÍODO 2007-2016*. Quito, Ecuador: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR. Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f32c6f65-be43-4029-9c6a-1471e89b08fa/content>
- Loza Torres, A., & Zambrano Noboa, H. (15 de JULIO de 2020). El departamento de recursos humanos como activo importante en el desarrollo de una empresa. *JOURNAL OF BUSINESS E-IDEA*. Obtenido de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/47/85>
- Lucano Lara, L. (2018). *"Sub Módulo Programación"*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas - MEF: https://www.mef.gob.pe/contenidos/ogie/capacitacion/1_present_SIGA_MEF_16032018.pdf
- Macías Arteaga, M., & Mero Vélez, J. (2022). *Importancia de Planeación Estratégica en Empresas en el Siglo XXI*. Manta, Ecuador: POLO DEL CONOCIMIENTO. Obtenido de <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3567>
- Mamani Tincusi, S., & Ugarte Ramos, F. (2023). *CADENA PRODUCTIVA DEL CAFÉ Y SU INFLUENCIA EN EL INGRESO DEL PRODUCTOR DEL CENTRO POBLADO DE YUVENI – DISTRITO DE VILCABAMBA – LA CONVENCION PERIODO 2018-2020*. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/2ad561fd-742e-4b1d-b9e9-9dd563ab0b84/content>
- Mendoza Castro, L. (2022). *SISTEMA DE COSTOS POR PROCESO Y LA CADENA PRODUCTIVA DE PRODUCTOS NATURALES ORGÁNICOS EN LA EMPRESA EXPORTADORA GREENBOX S.A.C. TARMA, 2022*. HUANCAYO: UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12848/8160>
- Mesia Cornejo, A. (2020). *Planeamiento estratégico I*. Iquitos: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12737/7913>
- Minestrio de Desarrollo Agrario y Riego. (2023). Boletín Estadístico Mensual-El agro en cifras diciembre 2023. *Sistema Integrado de Estadística Agraria*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5941243/4024332-boletin-mensual-el-agro-en-cifras-diciembre-2023.pdf?v=1710003696>

- Molinillo Jiménez, S. (2020). *Distribución comercial aplicada*. Esic. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j8YPEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=distribuci%C3%B3n+definiciones&ots=QY1kvMp-2B&sig=M8Ov0dH8TqwpzayC69Xf9gq30hc#v=onepage&q=distribuci%C3%B3n%20definiciones&f=false>
- Nova González, A., Prego Regalado, J., & Robaina Echevarría, L. (2020). El encadenamiento productivo-valor en Cuba. Antecedentes y actualidad. Proyecto APOCOOP. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 8(1). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2308-01322020000100010&script=sci_arttext&tlng=en
- Núñez Rodríguez, J. J., Muñoz Rodríguez, M. F., Peña Neira, P. L., Arámbula García, C. A., Carvajal Rodríguez, J. C., & Gonzalez Verjel, S. M. (2021). Análisis financiero de la cadena productiva de sachá inchi (*Plukenetia volubilis*, L) en el departamento Norte de Santander, Colombia. *Central American Journals Online*, 7(14), 1727–1740. doi:<https://doi.org/10.5377/ribcc.v7i14.12768>
- Ñaupas , H., Valdivia, M., Palacios , J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Colombia. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Olórtegui López, E., & Ponce Yactayo, D. (DICIEMBRE de 2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *PAKAMUROS*. doi:<https://doi.org/10.37787/zzg09z21>
- Olórtegui López, E., & Ponce Yactayo, D. (2023). *Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica*. Chimbote. UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. doi:<https://doi.org/10.37787/zzg09z21>
- Palma, L. (2012). Obtenido de https://prezi.com/webx6_tod_ab/programacion-de-estrategias/#:~:text=se%20refiere%20al%20conjunto%20de,objetivos%20de%20expansi%C3%B3n%20y%20crecimiento
- PARKIN, M., & LORÍA DÍAZ, E. (2010). *MICROECONOMIA*. MEXICO: ADDISON-WESLEY. Obtenido de <https://archive.org/details/MICHAELPARKINVERSIONPARALATINOAMERIC/page/n3/mode/1up>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2021). Obtenido de <https://definicion.de/lineamiento/>

- Piazza, M. J. (2021). *El posicionamiento en el Marketing*. Obtenido de http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=cmsspage&pageid=9&id_notice=39651
- Pupo Leyva, Y., Pérez Campaña, M., & Pupo Pérez, A. (2024). *ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS: ANÁLISIS DESDE LA TEORÍA PRODUCTION LINKAGES: ANALYSIS FROM THE THEORY*. Bibliotecas. Anales de Investigacion;. Obtenido de <http://revistas.bnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/813>
- Quiñónez Guagua, O., Castillo Cabeza, S. N., Bruno Jaime, C. E., & Oyarvide Ibarra, R. (2020). Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-GestionYComercializacion-7565476.pdf>
- QUIROA, M., & PAREJA, C. (ENERO de 2024). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>
- Quispe Gutiérrez, R., Paredes Ayca, Y., Franco Castro, P., & Mendoza Gutiérrez, K. (2024). Planeamiento Estratégico como instrumento de gestión en instituciones educativas públicas. doi:<https://zenodo.org/records/11062702>
- Ramírez Ortiz, M. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos*. OmniaScience.
- Ramírez Padrón, L., Caamal Cauich, I., Pat Fernández, V., & Martínez Luis, D. (2016). ÍNDICES DE COMPETITIVIDAD DE LA FRESA (*Fragaria vesca* L.) DE MEXICO EN EL MERCADO MUNDIAL. *AgroProductividad*. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/valeria_sias,+Journal+manager,+con-5.pdf
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/distribuci%C3%B3n>
- Red de conocimientos electorales - ACE. (2020). Obtenido de <https://aceproject.org/main/espanol/po/pob02.htm>
- Rincón Soto, C. A., Molina Mora, F. R., & Villarreal Vásquez, F. (2019). *Costos I. Componentes del costo* (2da ed.). Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/unsaac/127106?page=173>.
- San Martín Armijo, C. (2020). *Planeamiento Estratégico de la Biblioteca de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/san%20martin_ac/cap2.pdf

- SARASOLA, J. (13 de MARZO de 2025). *IKUSMIRA*. Obtenido de <https://ikusmira.org/p/recursos-economicos>
- Sinisterra Valencia, G. (2011). *Contabilidad de costos*. Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/unsaac/69014?page=39>.
- Terrazas Pastor, R. (2011). Planificación y programación de operaciones. *Revista Perspectivas*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332011000200002#:~:text=La%20programaci%C3%B3n%20de%20actividades%2C%20es,herramienta%20ejecutora%20de%20la%20planificaci%C3%B3n.
- UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. (27 de OCTUBRE de 2023). *IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL: UN CAMINO HACIA EL ÉXITO*. Obtenido de UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO: <https://www.ucv.edu.pe/noticias/importancia-de-la-planificacion-estrategica-en-la-gestion-empresarial-un-camino-hacia-el-exito>
- Vagarecha Cabiço Muibo, A., Neme Calacich, S., & Sandoval Caraveo, M. (2022). | 73Gestión estratégica en las pequeñas y medianasempresas en Mozambique. *Revista Ciencia UNEMI*, 15. doi:<https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol15iss38.2022pp73-83p>
- Valle Guerrero , E. O., Aguilar-Miranda, G. J., & Haro Avalos, D. A. (2022). La logística y el transporte en la cadena productiva y su incidencia en la productividad. *Polo del Conocimiento*, 802-824. Obtenido de <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3997/9317>
- Vera Loor, R., & Álava Rosado, D. (2021). *Manejo adecuado y responsable de los recursos financieros para la sostenibilidad de las empresas*. Manta, Ecuador: JOURNAL OF BUSINESS SCIENCES. doi:<https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id87>
- Westreicher, G. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>
- Westreicher, G., & Ludeña, J. (27 de AGOSTO de 2024). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/almacenamiento.html>
- Zapata Halanoca, J. (2024). *EFFECTOS ECONÓMICOS DE LA INVERSIÓN PÚBLICA EN LA CADENA PRODUCTIVA DE PALTOS DEL DISTRITO DE MARANURA–LA CONVENCIÓN–CUSCO. CASO: CUI 2210594, 2022*. Cusco, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12918/8681>

Zavala Mendoza, E., & Varela Llavona, A. (2017). Planificación estratégica en la organización y gestión de servicios sociales: Guías de práctica para la transformación administrativa en el trabajo social. *Voces desde el Trabajo Social*, 69-98. Obtenido de <https://revistavocests.org/public/journals/2017/a4.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
General	General	General		1. Enfoque
¿Cómo el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?	Determinar cómo el planeamiento estratégico influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	El planeamiento estratégico influye significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	Variable: X Planeamiento estratégico	Cuantitativo 2. Tipo Aplicada 3. Nivel Correlacional
Específico	Específico	Específico	Dimensiones	4. Diseño
¿Cómo la programación estratégica influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?	Determinar cómo la programación estratégica influye en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	Los procedimientos estratégicos influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	Programación estratégica Procedimientos estratégicos Objetivos estratégicos	No experimental Correlacional
¿Cómo los procedimientos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?	Determinar cómo los procedimientos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	Los procedimientos estratégicos influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	Variable: Y Cadena productiva	4. Población Empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa
¿Cómo los objetivos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024?	Determinar cómo los objetivos estratégicos influyen en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	Los objetivos estratégicos influyen significativamente en la cadena productiva de los empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa del distrito de Taray provincia de Calca, 2024.	Dimensiones Producción Distribución Comercialización	5. Muestra 32 empresarios de la comunidad campesina de Chitapampa 6. Técnica Encuesta 7. Instrumento Cuestionario 8. Análisis de datos SPSS V25

Nota: La tabla representa la matriz de consistencia del estudio.

Anexo 2: Matriz Operacional

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Planeamiento estratégico	CEPLAN (2014), define como una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de la entidad.	Para desarrollar un plan estratégico, una entidad debe realizar adecuadamente una programación y procedimientos para el cumplimiento de los objetivos.	Programación estratégica	Recursos económicos Recursos financieros Recursos humanos
			Procedimientos estratégicos	Lineamientos Estrategias Fiscalización
			Objetivos estratégicos	Presupuesto Calendarización Escala de prioridades
Cadena productiva	Nova et al. (2020). En una cadena productiva, se incluyen etapas como la producción, transformación, distribución y comercialización. Cada eslabón de la cadena tiene un papel fundamental en la generación de valor, y la eficiencia en cada uno de estos pasos impacta directamente en el costo y calidad del producto final.	La cadena productiva es el conjunto de actividades interrelacionadas que transforman una materia prima en un producto final, abarcando todos los procesos desde la producción, pasando por la distribución, hasta la comercialización. Cada etapa es clave y agrega valor al producto, contribuyendo a su disponibilidad en el mercado.	Producción	Costo de producción Eficiencia de producción Ciclo de producción
			Distribución	Gestión del inventario Almacenamiento Monitoreo
			Comercialización	Posicionamiento del producto Estrategias de promoción Canales de venta

Nota: La tabla representa la matriz operacional.

Anexo 3: Matriz instrumental – de la variable Planeamiento estratégico

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Planeamiento estratégico	Programación estratégica	Recursos económicos	¿Considera que los recursos económicos con los que cuenta son suficientes para la producción de fresas?
		Recursos financieros	¿Cuenta con los recursos financieros necesarios para cumplir con sus obligaciones ante terceros?
		Recursos humanos	¿Considera que cuenta con suficientes recursos humanos para atender adecuadamente la producción de fresas?
	Procedimientos estratégicos	Lineamientos	¿Considera que dispone de lineamientos claros que le permitan cumplir sus objetivos de producción?
		Estrategias	¿Cree que las estrategias que aplica actualmente le permiten alcanzar sus metas de producción y comercialización?
		Fiscalización	¿Considera que la fiscalización aplicada le permite realizar un seguimiento efectivo del cumplimiento de los planes y objetivos establecidos en su producción?
	Objetivos estratégicos	Presupuesto	¿Considera que su presupuesto le permite manejar de forma eficiente los recursos disponibles?
		Calendarización	¿Cree que su planificación de actividades se lleva a cabo con una calendarización adecuada?
		Escala de prioridades	¿Considera que tiene claramente establecida una escala de prioridades para su producción de fresas?
		Costo de producción	¿Tiene usted conocimiento claro sobre el costo promedio de su producción?

Nota: La tabla representa la matriz instrumental de la variable 01.

Anexo 4: Matriz instrumental – de la variable Cadena productiva

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Cadena productiva	Producción	Eficiencia de producción	¿Considera que su nivel de eficiencia en la producción contribuye a mejorar sus resultados?
		Ciclo de producción	¿Cree que el ciclo de producción que maneja actualmente es eficiente?
	Distribución	Gestión del inventario	¿Considera que la gestión de inventario que realiza es adecuada para su tipo de producción?
		Almacenamiento	¿Considera que su sistema de almacenamiento le permite evitar pérdidas por mermas?
		Monitoreo	¿Considera que realiza un monitoreo adecuado de sus productos durante el proceso de distribución?
		Posicionamiento del producto	¿Considera que el posicionamiento de su producto en el mercado es adecuado y contribuye al incremento de sus ventas?
	Comercialización	Estrategias de promoción	¿Cree que las estrategias de promoción que utiliza son suficientes para dar a conocer su producto?
		Canales de venta	¿Considera que los canales de venta que utiliza actualmente le permiten llegar adecuadamente a los consumidores?

Nota: La tabla representa la matriz instrumental de la variable 02.

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos tipo encuesta

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información referida al “PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS EMPRESARIOS DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE CHITAPAMPA DEL DISTRITO DE TARAY PROVINCIA DE CALCA, 2024”, para lo cual se le solicita responder con la mayor sinceridad del caso

Escala Valorativa										
1		2		3		4		5		
Nunca		Casi nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		
N°	Items					Escala valorativa				
1	¿Considera que los recursos económicos con los que cuenta son suficientes para la producción de fresas?					1	2	3	4	5
2	¿Cuenta con los recursos financieros necesarios para cumplir con sus obligaciones ante terceros?					1	2	3	4	5
3	¿Considera que cuenta con suficientes recursos humanos para atender adecuadamente la producción de fresas?					1	2	3	4	5
4	¿Considera que dispone de lineamientos claros que le permitan cumplir sus objetivos de producción?					1	2	3	4	5
5	¿Cree que las estrategias que aplica actualmente le permiten alcanzar sus metas de producción y comercialización?					1	2	3	4	5
6	¿Considera que la fiscalización aplicada le permite realizar un seguimiento efectivo del cumplimiento de los planes y objetivos establecidos en su producción?					1	2	3	4	5
7	¿Considera que su presupuesto le permite manejar de forma eficiente los recursos disponibles?					1	2	3	4	5
8	¿Cree que su planificación de actividades se lleva a cabo con una calendarización adecuada?					1	2	3	4	5
9	¿Considera que tiene claramente establecida una escala de prioridades para su producción de fresas?					1	2	3	4	5
10	¿Tiene usted conocimiento claro sobre el costo promedio de su producción?					1	2	3	4	5
11	¿Considera que su nivel de eficiencia en la producción contribuye a mejorar sus resultados?					1	2	3	4	5
12	¿Cree que el ciclo de producción que maneja actualmente es eficiente?					1	2	3	4	5
13	¿Considera que la gestión de inventario que realiza es adecuada para su tipo de producción?					1	2	3	4	5
14	¿Considera que su sistema de almacenamiento le permite evitar pérdidas por mermas?					1	2	3	4	5
15	¿Considera que realiza un monitoreo adecuado de sus productos durante el proceso de distribución?					1	2	3	4	5
16	¿Considera que el posicionamiento de su producto en el mercado es adecuado y contribuye al incremento de sus ventas?					1	2	3	4	5
17	¿Cree que las estrategias de promoción que utiliza son suficientes para dar a conocer su producto?					1	2	3	4	5
18	¿Considera que los canales de venta que utiliza actualmente le permiten llegar adecuadamente a los consumidores?					1	2	3	4	5

Gracias.