

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**Estudio del impacto del plan estratégico en el entorno
organizacional mediante el uso de las Cinco Fuerzas de Porter
que modelan la estrategia como factores competitivos caso:
Campo Santo Parques del Paraíso**

**Tesis para optar el título profesional de
Ingeniero Industrial**

Presentada por

Bach. Mandujano Vásquez, Demetrio Enrique

Asesor: Mg. Ing. Rivera Lynch, César Armando

Lima-Perú

2018

DEDICATORIA

A mis padres, por su apoyo incondicional

A mis hermanos por su apoyo en mi carrera profesional

A mis abuelos por sus enseñanzas desde mi niñez.

Demetrio Enrique Mandujano Vásquez

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme sabiduría y haberme acompañado durante toda mi formación profesional.

A mis padres que me brindaron todo su amor y comprensión.

A Don Luis Montoya Villanueva, por sus consejos y darme la oportunidad de crecer profesionalmente.

Demetrio Enrique Mandujano Vásquez

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE GENERAL	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1 Descripción del Problema de Investigación	3
1.1.1 Problema principal	4
1.1.2 Problemas secundarios	4
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 General	5
1.2.2 Secundarios	5
1.2.3 Espacial y Temporal.....	5
1.3 Justificación e Importancia de la investigación.....	5
1.3.1 Justificación.....	6
1.3.2 Importancia de la investigación.....	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	7
2.2 Bases teóricas.....	9
2.2.1 Planeación Estratégica.....	9
2.2.2 Propósito de las estrategias.....	11
2.2.3 Pasos para realizar una planeación estratégica.....	11
2.2.4 Pasos para desarrollar el plan estratégico.....	13
2.2.5 Análisis FODA	14
2.2.6 Análisis del Macro Entorno.....	14
2.2.7 Análisis del Micro entorno - Fuerzas competitivas de Porter	16
2.3 Plan Estratégico “Campo Santo Parques del Paraíso 2010 – 2016”.....	18
2.4 Definición de términos básicos.....	22

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	23
3.1 Hipótesis	23
3.1.1 Hipótesis principal.....	23
3.1.2 Hipótesis secundarias.	23
3.2 Variables	23
3.2.1 Variables Independientes	23
3.2.2 Dimensiones de la Variable Independientes	24
X1.- Elevada Competencia.....	24
X2.- Negociación de Proveedores	24
X3.- Creación de Nuevos Servicios	24
3.2.3 Variables Dependientes	24
3.2.4 Unidad de Análisis	24
3.3 Operacionalizacion de Variables	24
CAPITULO IV: METODOLOGÍA Y DISEÑO	26
4.1 Tipo y diseño de investigación	26
4.2 Población y Muestra	26
4.2.1 Población	26
4.2.2 Diseño muestral	26
4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
4.4. Técnicas de procedimientos y análisis de datos	28
CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
5.1 Resultados de la Encuesta.....	29
5.2 Medidas de Acción a partir de los Resultados de la Encuesta.....	46
5.3 Visualización del impacto del plan estratégico.....	49
5.4. Contraste de las Hipótesis.....	51
5.4.1. Contraste de Hipótesis General:.....	52
5.4.2. Contraste de Hipótesis Secundaria 1:.....	54
5.4.3. Contraste de Hipótesis Secundaria 2.....	57
5.4.4. Contraste de Hipótesis Secundaria 3:.....	60
5.5. Discusión de Resultados	63
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES.....	67
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	69
ANEXOS	71

Anexo 1: Carta de autorizacion para utilizar los datos de la Empresa	72
Anexo 2: Matriz de Consistencia.....	73
Anexo 3: Matriz de Operacionalización	74
Anexo 4: Estructura Organizacional Mejorada	76
Anexo 5: Flujo del Proceso de Ventas Mejorado	77
Anexo 6: Flujo del Proceso de Ventas por Funerarias Mejorado	78
Anexo 7: Flujo del Proceso de Ventas por Oficinas Mejorado	79
Anexo 8: Flujo del Proceso de Inhumación Espacio Familiar.....	80
Anexo 9: Flujo del Proceso de Inhumación Compartido (4to nivel).....	81
Anexo 10: Flujo del Proceso de Inhumación Compartido (1er,2do, y 3er Nivel).....	82
Anexo 11: Lista de Precios Actual	83
Anexo 12: Encuesta	84
Anexo 13: Resumen de la Encuesta.....	87
Anexo 14. Tabla CHI-Cuadrado	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de las Variables.....	24
Tabla 2: Dimensión, Elevada Competencia.....	30
Tabla 3: Dimensión, Negociación con Proveedores.....	31
Tabla 4: Dimensión, Creación de Nuevos Servicios	32
Tabla 5: Indicador, Economías de escala.....	33
Tabla 6: Indicador, Diferenciación del Producto.....	34
Tabla 7: Indicador, Inversiones de Capital	35
Tabla 8: Indicador, Acceso a Canales de Distribución.....	36
Tabla 9: Indicador, Política Gubernamental	37
Tabla 10:, Cantidad de Proveedores en el Área de Servicio.....	38
Tabla 11:, Poder de Decisión por parte del Proveedor en el Área de Servicio.....	39
Tabla 12: Indicador, Nivel de Organización de los Proveedores	40
Tabla 13: Indicador, Propensión del Comprador a Sustituir	41
Tabla 14: Indicador, Precios Relativos de los Servicios Sustitutos.....	42
Tabla 15: Indicador, Costo o Facilidad del Comprador a Sustituir	43
Tabla 16: Indicador, Nivel Percibido de Diferenciación del Servicio.....	44
Tabla 17: Indicador, Disponibilidad de Sustitutos Cercanos.....	45
Tabla 18: Ventas en Soles en los Últimos 16 meses.....	49
Tabla 19: Ventas en Unidades en los Últimos 16 meses	50
Tabla 20: Resumen Estadístico para el Objetivo General	52
Tabla 21: Contraste de Hipótesis para el Objetivo General.....	54
Tabla 22: Resumen Estadístico para el Objetivo Específico 1	55
Tabla 23: Contraste de Hipótesis para el Objetivo Específico 1	57
Tabla 24: Resumen Estadístico para el Objetivo Específico 2	58
Tabla 25: Contraste de Hipótesis para el Objetivo Específico 2	59
Tabla 26: Resumen Estadístico para el Objetivo Específico 3	60
Tabla 27: Contraste de Hipótesis para el Objetivo Específico 3	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Elevada Competencia.....	30
Figura 2: Negociación con Proveedores	31
Figura 3: Creación de Nuevos Servicios.....	32
Figura 4: Economías de escala.....	33
Figura 5: Diferenciación del Producto.....	34
Figura 6: Inversiones de Capital	35
Figura 7: Acceso a Canales de Distribución	36
Figura 8: Política Gubernamental	37
Figura 9: Cantidad de Proveedores en el Área de Servicio	38
Figura 10: Poder de Decisión por parte del Proveedor	39
Figura 11: Nivel de Organización de los Proveedores	41
Figura 12: Propensión del Comprador a Sustituir	42
Figura 13: Precios Relativos de los Servicios Sustitutos	43
Figura 14: Costo o Facilidad del Comprador a Sustituir	44
Figura 15: Nivel Percibido de Diferenciación del Servicio	45
Figura 16: Disponibilidad de Sustitutos Cercanos.....	46
Figura 17: Ventas en los últimos 16 meses en soles.....	50
Figura 18: Ventas en los últimos 16 meses en unidades.....	51

RESUMEN

El presente estudio ha tenido como principal pregunta de investigación: de qué manera las fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del Caso “Campo Santo Parques del Paraíso”.

Como se ha visto en los resultados además de la evaluación de las encuestas, se analizó el periodo de los últimos 16 meses, en los que se incluye 6 meses del periodo 2018, y se ha observado un crecimiento significativo de las ventas como producto de aplicar las fuerzas de Porter a por lo menos cuatro medidas de acción: Consolidación con los canales de distribución (funerarias), reforzamiento de la publicidad, mejoramiento del proceso de venta y un trabajo, conjunto de planeamiento y control de acciones de venta dentro del canal, lo que ha permitido analizar el comportamiento de ventas creciente durante el 2017 y que se mantiene en el actual periodo del 2018.

La investigación desarrolla la aplicación de la encuesta, la toma de las medidas estratégicas, seguimiento a las mismas, registro y análisis de los resultados para comprobar y visualizar el impacto del plan estratégico.

Palabras claves: Impacto del plan estratégico; elevada competencia, negociación con proveedores, creación de nuevos servicios, entorno organizacional.

ABSTRACT

The present study had as main research question: how Porter's forces that shape strategy as competitive factors, the impact of the strategic plan in the organizational environment of the case is displayed "Campo Santo parks of the Paradise".

As seen in the results as well as the evaluation of surveys, analyzed the period from the last 16 months, which includes 6 months of the period 2018, and there has been a significant growth in sales as a result of applying Porter's forces at least four measures: consolidation with the channels of distribution (funeral), strengthening of the advertising, improving the process of sale and a job, set of planning and control of actions of sale within the channel, which has allowed to analyze the behavior of sales increased during 2017 and that stays in the current period of 2018.

Research includes the application of the survey, taking strategic measures, follow-up to them, recording and analysis of the results to check and view the impact of the strategic plan.

Keywords: Impact of the strategic plan, high competition, negotiation with suppliers, creation of new services, context organizational.

INTRODUCCIÓN

Con la presente investigación se ha analizado el impacto de la aplicación de las fuerzas de Porter en el sector de empresas de servicios del entierro, en la medida que el comportamiento a nivel mundial es de un descenso en la demanda de los servicios del entierro a nivel mundial, puesto que el crecimiento poblacional ha venido disminuyendo, así como los avances en el sector salud se han incrementado haciendo elevar la tasa de esperanza de vida en el Perú y en el Mundo.

Los avances significativos en el sector salud a nivel mundial y en el Perú particularmente a partir de la década de los 40s del siglo XX, ha significado que la tasa de mortalidad empezó a disminuir significativamente, lo que creó en nuestro país una explosión demográfica que ha sufrido nuestra sociedad en los últimos 80 años, dado que hasta antes de la década de los 40, la misma cantidad de población que nacía aproximadamente moría, manteniendo vegetativa el crecimiento poblacional. Sin embargo, la explosión demográfica está reduciéndose en el Perú, la tasa de crecimiento viene disminuyendo, la esperanza de vida se está incrementando, todo está reduciendo la demanda de servicios de entierro.

Por lo tanto, es de necesidad inaplazable la aplicación de la planeación estratégica y el impacto de los factores del entorno competitivo para determinar la estrategia que permita mantener un vínculo atractivo con los vecinos como lugar de mucha importancia para la comunidad.

La presente tesis tiene cinco capítulos. El Capítulo I es el planteamiento del estudio donde hay una breve descripción de como las empresas no tienen en cuenta el plan estratégico lo que permite realizar la formulación del problema; proponer los objetivos de la investigación, establecer la importancia que esta tiene en el ámbito empresarial, así como la justificación del estudio.

En el Capítulo II hay una descripción de investigaciones antecedentes, encontrándose que no hay muchas sobre el rubro de cementerios en nuestro país, comprende además el desarrollo del marco teórico, partiendo de la literatura existente con respecto a las cinco

fueras de Porter, con temas que comprende: planeación estratégica; propósito de las estrategias; los pasos para realizar una planeación estratégica; los respectivos análisis con el crece de los fenómenos del entorno tanto internos como externos, utilizando herramientas como el FODA; Análisis del Macro entorno; Análisis del Micro entorno - Fuerzas competitivas de Porter; un tema comprendido sobre el Plan Estratégico de la empresa del “Campo Santo Parques del Paraíso” 2010 – 2016; así como la definición de términos básicos.

El capítulo III, corresponde a la formulación de las hipótesis de la investigación; con sus correspondientes dimensiones, variable e indicadores.

El Capítulo IV, describe la metodología empleada incluyendo una descripción de la operacionalización de las variables; tipo y nivel de investigación; diseño de la Investigación; población y muestra de la investigación; técnicas e instrumentos de recolección de información; tratamiento estadístico de los datos; los criterios de calidad de los instrumentos de medición

El Capítulo V, está dedicado al análisis y la interpretación de los resultados de la Investigación; el contraste de Hipótesis, realizado a través del programa estadístico SPSS; terminando el documento con las Conclusiones, Recomendaciones y anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del Problema de Investigación

Ante la disminución de la demanda y/o su estancamiento en cuanto a los servicios del entierro, se ha encontrado como debilidades la carencia de planeamiento y el escaso entendimiento del entorno competitivo, lo que podría evitar que estas empresas consigan anticiparse, reaccionar y adaptarse ante cualquier cambio en el entorno empresarial

La planeación estratégica y el impacto de los factores del entorno competitivo no se analizan con el éxito de las diferentes organizaciones; las teorías de como la aplicación de la planificación estratégica y las cinco fuerzas competitivas que modelan la estrategia, Porter (2009), no se utilizan o son muy poco usadas en estas organizaciones.

Podemos comentar que la necesidad de todos los pueblos es que deben contar con un lugar especial para cada etapa de la vida, la familia con una casa, para el estudio una escuela, para la actividad comercial un mercado y para la consumación final, el fallecimiento, que ha sido de mucha importancia tener un lugar adecuado, el cementerio, de acuerdo a sus creencias y costumbres de cada pueblo.

Con el fin de mejorar la calidad de servicios al visitante del Campo Santo se debe ejecutar 3 trabajos de mejora. Efectuando el mantenimiento durante todo el año en las instalaciones, necesita mejorar la cartelería, señalización de zonas y recomendaciones de espacios, mejora en las instalaciones en distintos aspectos, ya sea baño, pérgola y otros sectores, en la fachada principal ejecutar trabajos de refacción.

Es importante considerar los lazos sentimentales con relación a la idea de la muerte y el deseo de permanecer cerca de sus seres queridos ya fallecidos. El cementerio lugar donde la ornamentación debe sobresalir por lo cual debe conservar personal de jardineros para el cuidado de la zona con el sembrado de árboles y mejorar las áreas verdes. Además de tener y dar con información precisa de ubicación de los difuntos. Así mismo ejecutar fumigaciones por la presencia de mosquitos que pueda concebir riesgo

en problemas de la salud de los visitantes y de los trabajadores del campo santo; por ejemplo, la propagación de fauna dañosa, como el mosquito transmisor del Dengue, que se cría en recipientes con residuos de agua, como los floreros de las sepulturas

La actual situación del Camposanto tiene limitación de espacio que genera la necesidad de buscar un nuevo sitio, para cubrir la demanda, con métodos modernos y actualizados en el área de inhumación brindando mejorar la elección en la forma de sepultar a sus seres queridos.

1.1.1 Problema principal

¿De qué manera con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso “Campo Santo Parques del Paraíso” en el periodo 2017?

1.1.2 Problemas secundarios

- a) ¿De qué manera con la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017?
- b) ¿De qué forma con el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017?
- c) ¿En qué medida con la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017?

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Determinar de qué manera con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017.

1.2.2 Secundarios

- a) Explicar de qué manera con la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017.
- b) Formular de qué forma con el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017.
- c) Precisar en qué medida con la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017.

1.2.3 Espacial y Temporal

En el aspecto espacial el estudio tiene como demarcación territorial los distritos Lurín, Pachacamac, Villa el Salvador, donde se encuentran ubicados los cementerios, del rubro de servicio de entierro.

En el aspecto temporal la investigación que se desarrollara durante el segundo semestre del año 2017. Así mismo Y como delimitación conceptual comprende los temas: plan estratégico, entorno organizacional, las fuerzas de Porter.

1.3 Justificación e Importancia de la investigación.

1.3.1 Justificación

La investigación se justifica por el crecimiento de la población y el índice de mortalidad que existe; el actual camposanto cuenta con terreno, pero debido a la falta de capacidad instalada y utilizada para ofrecer servicios exequiales a los habitantes de este sector y de su área de influencia, será necesaria de realizar el estudio de la planificación estratégica para saber el comportamiento del entorno y poder ofrecer nuevos servicios al conocido beneficio de inhumación, asimismo que permita ajustar y mejorar su funcionamiento.

Este trabajo de investigación ayudará a brindar la información necesaria a empresarios, inversionistas y demás organizaciones a modo de ayuda para ser competitivas, impulsando el estudio de métodos científicos en su quehacer diario a través de la demostración del impacto del Planeamiento Estratégico y el uso de Las Cinco Fuerzas Competitivas que Modelan la Estrategia, para el éxito de las organizaciones peruanas

1.3.2 Importancia de la investigación

El crecimiento de la población no siempre ha estado ligado al crecimiento de los servicios básicos por tanto se padece de infraestructura, aspecto importante como el disponer de un espacio en el camposanto que cumpla con el entorno.

El aporte práctico de esta tesis pensamos que busca resolver un problema con el entorno, a través de la importancia de los beneficios intangibles que puede crear el producto/servicio al cliente objetivo y generar un proyecto el cual elabore una estrategia que potencie el valor institucional del Cementerio ya que este forma parte de la comunidad, debido a que se encuentran sepultados muchos seres queridos de diversas familias.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Inga (2014) sustenta en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Facultad de Ingeniería Industrial E.A.P. de Ingeniería Industrial para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, la tesis titulada “Plan estratégico de marketing de una cadena de boticas para la fidelización de clientes” cuyo objetivo es proponer un plan estratégico de fidelización de los clientes, para incrementar el volumen de ventas en boticas Sana Farma tiene como conclusión que el sector farmacéutico hoy en día es un mercado altamente atractivo para los grandes inversionistas; ya que, todavía existen farmacias independientes que están siendo absorbidas por las grandes cadenas, las cuales tendrán el poder de negociación sobre los proveedores por los altos volúmenes de compra, y podrán manejar precios competitivos.

Brindando un servicio personalizado al cliente, aunado a otros factores como el marketing farmacéutico, las cadenas establecen ventajas competitivas con respecto a boticas y farmacias tradicionales, lo cual incide directamente en su crecimiento y expansión, con el consiguiente incremento en la participación del mercado.

Con la aplicación del concepto de Customer Relationship Management (CRM) se creó un sistema de comunicación con el mercado mediante el cual se conoció las preferencias, logrando satisfacer y retener a los clientes, mediante las matrices FODA y MAXIMAX – MAXIMIN se logró identificar las estrategias de gestión que permitieron a boticas SANA FARMA la fidelización de clientes incrementando el volumen de ventas. En este sentido según Inga, el plan de marketing permitió posicionarse como la cadena de boticas con el mejor servicio, a precios competitivos porque brinda una atención personalizada y multifuncional, con un servicio cálido y eficiente.

Mamani (2016) sustenta en la Universidad Católica de Santa María Facultad de Ciencias e Ingenierías Físicas y Formales Escuela Profesional de Ingeniería Industrial la tesis para optar por el Título Profesional de Ingeniero Industrial titulada “Propuesta de plan estratégico para un incremento de ventas de la empresa manufacturas San

Francisco SRL. 2016” Arequipa – Perú, tiene como objetivo: Analizar y diagnosticar la situación actual de la empresa con el fin de realizar un Plan Estratégico para incrementar las ventas de la empresa Manufacturas Sanfrancisco SRL.

El estudio realizado por Mamani (2016) en la UCSM enfoca el análisis interno y externo de la empresa que nos permitieron conocer los principales problemas de la empresa, los cuales son: La capacidad productiva de la empresa no está siendo empleada en su totalidad, por factores de falta de clientes, también por factores humanos, ya que la empresa no tiene un plan de capacitación a todo el personal generando pérdidas por consiguiente los estándares de calidad en los productos no son muy altos con respecto a la competencia.

García (2012) sustenta en la Universidad de Salamanca la tesis titulada “Los factores organizacionales y del entorno como moderadores de la relación entre innovación y desempeño empresarial: diferencias entre pequeñas y grandes empresas”, en sus objetivos plantea la multiplicidad de elementos determinantes de la relación entre la innovación y el desempeño empresarial, hace pertinente el estudio de medir la relación añadiendo distintos factores organizacionales (tamaño, orientación al mercado,) y del entorno (turbulencia del entorno, intensidad competitiva, colaboración empresarial), como condiciones del éxito, para la implementación de la innovación.

Así mismo, García en su tesis manifiesta que las empresas MYPES vienen a ser el motor de crecimiento de economías emergentes, ejercen un rol dinámico en el desarrollo de las economías domésticas. Dentro de los factores importantes para el éxito y el crecimiento de las pequeñas empresas. Muchos estudios, concluyen que la localización no afectaba dramáticamente en el crecimiento para las empresas. Coinciden en sus estudios que las firmas localizadas en centros rurales o periféricos se desarrollan en menor cantidad que las ubicadas en las áreas urbanas, por otro lado, deduce que las empresas que operan en parques industriales o distritos comerciales muestran un marcado y mayor crecimiento. Según el estudio realizado, determina que la mayoría de las pequeñas empresas se encuentran en centros y áreas rurales.

Por otro lado, García como resultado de su investigación sostiene que las empresas orientadas al mercado que utilizan la disposición hacia el consumidor y la generación de

la inteligencia al mercado están más atentas a los cambios del entorno y de las respuestas de sus clientes, haciéndolas más competitivas a la hora de responder a las amenazas del mercado y estas tendrán que entender y adaptarse a los gustos y preferencias de sus clientes. Los resultados afirman que es el constructo que más influye en la disposición para poner en marcha las acciones de innovación incrementales, y puede ser que en primera instancia esta cultura incentiva más las acciones de innovación de marketing. Del mismo modo, una clara orientación al mercado determina que se debe tomar las acciones de innovación radical. Teniendo en consideración que, esta cultura organizativa incentiva con mayor fuerza el desarrollo de nuevos productos y mercados, así mismo busca estimular las actividades de investigación y desarrollo.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Planeación Estratégica

Se puede decir que hay diferentes axiomas sobre planeamiento estratégico que se complementan entre sí, las que se aluden seguidamente.

Sallenave (2003) asevera que:

La planificación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa. (p. 38)

Para Steiner (2003) la planeación estratégica es;

La aplicación metódica casi formal de una empresa, sociedad u organización para establecer sus proyectos, objetivos, metas, políticas y estrategias principales, para incrementar proyectos de manera detallada con la finalidad de poner en práctica dichas políticas y estrategias, de tal modo que se pueda alcanzar los objetivos y propósitos fundamentales de la organización. (p.21)

Hofer y Schendel (1985) explican que:

El plan de la estrategia se formula en seis etapas: primero Identificar la estrategia que viene a ser la evaluación del contexto actual de la

organización. Segundo el Análisis Ambiental: radica en evaluar los ambientes internos y externos de la organización para identificar las oportunidades y amenazas que se presentan; tercero análisis de Recursos: analizar las principales destrezas y recursos primordiales. Cuarto Análisis de Brecha: Comparación de los objetivos, estrategias y recursos de la organización con los componentes ambientales. Quinto Alternativa Estratégicas: identificar las opciones sobre las cuales se puedan construir una nueva estrategia y por último la Evaluación de las estrategias: Es la evaluación de las opciones en términos de los valores y objetivos de la organización, la administración y las fuentes legítimas de poder; los recursos disponibles y las oportunidades del medio ambiente. (p.56)

El Planeamiento estratégico es definido también como el proceso por el cual una organización define su misión, visión, objetivos y estrategias, sobre la base de un análisis de su entorno con participación integral del personal de todos los niveles de dicha organización.

Según Porter (1996) “La estrategia es construir una posición única y valiosa en el mercado, sobre la base de un conjunto de actividades específicas y únicas que posea una empresa”. (p.7)

Es importante lo que señala Porter, el padre de la administración moderna, cuando nos habla que debemos aspirar como empresa, en este caso, busca que debemos diferenciarnos de los demás elaborando una posición única y valiosa, esto implica la protección de nuestro conocimiento el know how, construyendo barreras por medio de la innovación constante, del estudio del trabajo, la mejora de métodos; buscar la avanzada, ser los líderes, los que hacen y forjan la historia, los que dejan los hitos de la industria moderna, a eso debemos aspirar.

Así también Kirner y Juarez (2012) sustentan que “El plan estratégico es el documento guía, que, conforme a la razón de ser de la organización, muestra el camino a seguir, en el largo plazo (de 3 a 5 años) en forma integral”. (p.15)

Por lo tanto el plan estratégico considera el enfoque de: El producto- ¿Qué hace la empresa? . El mercado- ¿Para quién lo hace? y el propósito - ¿Por qué lo hace?

2.2.2 Propósito de las estrategias

Las estrategias tienen como propósito establecer, comprobar y transmitir por medio de los objetivos y políticas la explicación de lo que la organización ofrece. De tal modo que las estrategias orientan la dirección y el uso habitual de recursos, decisiones y esfuerzos.

2.2.3 Pasos para realizar una planeación estratégica

Tomando como referencia a David (2013) el transcurso o los procesos forzados para ejecutar la planeación estratégica lo describe considerando lo siguiente:

- a. Afirmación de Visión -El declarar la visión nos señala hacia dónde se destina la organización en un largo vencimiento, en aquello que pretende convertirse; en responder a la pregunta: ¿Cómo nos queremos ver en el futuro?
- b. Declarar la misión y establecer valores - La declaración de misión determina el manifiesto del propósito, esencia, o razón de ser de la organización; reconoce a la interrogación: ¿cuál es nuestra razón de ser?
- c. El establecimiento de valores - Es definir los principios filosóficos o el establecimiento de normas de conducta que guiarán a la empresa.
- d. Análisis del contexto de la empresa - El análisis externo consiste en averiguar y evaluar los sucesos y tendencias que sucedan en el entorno de la empresa, con la finalidad de conocer la situación del entorno, que permitan detectar oportunidades y amenazas. Para el análisis externo se evalúan los factores económicos, sociales, gubernamentales, tecnológicos; así como la competencia, los clientes y los proveedores de la empresa. Se evalúan aspectos que ya existen, así mismo los aspectos que podrían existir como las tendencias
- e. Análisis intrínseco de la empresa - El analizar internamente radica en estudiar a los diversos aspectos, componentes o mecanismos que puedan hallarse dentro de una empresa, con la finalidad de conocer el aspecto o la naturaleza que tiene dicha compañía, además de revelar sus fortalezas determinada como ventajas, así como sus flaquezas o desventajas. Para realizar el estudio del interior de la empresa; se tendrá que hacer la

evaluación de todos los recursos, como los de finanzas, personal, materiales, insumos, tecnológicos, etc.

f. Establecer los objetivos - Los propósitos y objetivos generales se describen estos serán los que definen el rumbo de la organización, los que necesariamente deben ser de largo alcance.

Terminado de analizar de manera externa e interna de la empresa, se deriva el establecimiento de objetivos y metas que consientan alcanzar la misión, reunir externamente las oportunidades o circunstancias y las fuerzas internas, de tal manera que se puedan menguar las amenazas externas y superar las debilidades internamente. Objetivos y metas que se crean basado en los recursos o capacidades que tiene la empresa, además como se encuentra el entorno organizacional.

g. Diseño, evaluación y selección de la estrategia - Una vez declarado los objetivos generales de la empresa, se comienza al diseño, evaluación y selección de las estrategias que van a permitir conseguir, los objetivos planteados.

Luego de la evaluación de indagar sobre el estudio del contexto externo (entorno de la empresa), y la evaluación del conocimiento del ambiente interno (capacidades y recursos de la organización), se delinea una variedad de alternativas como la estrategia factible, basado en el análisis del estudio preliminar valorando alternativas como estrategia propuesta, que luego determina los beneficios, inconvenientes, el costo beneficio de cada una, se elige la estrategia a emplear, y se especifica de acuerdo al orden de interés.

h. Diseño de planes estratégicos -Por último, luego de elegir la estrategia que se tiene que emplear, se deriva al diseño de los diversos planes estratégicos de los órganos de línea, que consiste en documentaciones en el cual se detalla cómo es que se van a obtener las metas y objetivos que se han propuesto, mejor dicho, cómo deben implementarse o elaborar las estrategias expuestas. (pp.54-56)

Ramírez y Cabello (1997) definen la planeación estratégica como:

La primera herramienta que una empresa debe de implementar para transformarse en una organización competitiva es la planeación estratégica, por medio de la planeación estratégica es posible determinar muy claro a

dónde quiere ir, de tal manera que, partiendo de donde se encuentra, pueda fijar los derroteros o estrategias necesarios para lograr su misión. (p.22)

De acuerdo a la definición de Bojórquez y Pérez (2013) (pp.4-19) sobre la planeación estratégica, se toma este modelo enfocada en el proceso, por el cual los directores de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones para alcanzar sus objetivos, en este sentido la organización de estudio tiene su proceso de estrategia dividido en cinco componentes diferentes:

- Selección de la misión y principales metas corporativas
- Análisis del ambiente competitivo externo de la organización para identificar las oportunidades y amenazas
- Análisis del ambiente operativo interno de la organización para identificar las fortalezas y debilidades de la organización
- Selección de estrategias fundamentadas en las fortalezas de la organización y que corrijan sus debilidades con el fin de tomar ventaja de oportunidades externas y contrarrestar las amenazas externas.
- Implementación de la estrategia.

Así también concordamos con Bojórquez y Pérez respecto a los elementos del proceso básico de planeación estratégica, por lo que nuestra organización de estudio debe establecer los siguientes elementos:

- Crear una misión
- Crear una visión
- Establecer metas
- Identificar estrategias
- Crear planes de acción
- Dar seguimiento al plan y actualizarlo.

2.2.4 Pasos para desarrollar el plan estratégico.

Para Lua (s/f) los pasos del plan estratégico debe considerar la siguiente lista en forma de preguntas:

¿Cuáles serán los objetivos específicos que permitan alcanzar los objetivos generales?

¿Cuáles serán las estrategias específicas o cursos de acción que se van a realizar, que permitan alcanzar los objetivos específicos?

¿Qué recursos se van a utilizar, y cómo es que se van a distribuir?

¿Quiénes serán los encargados o responsables de la implementación o ejecución de las estrategias?

¿Cuándo se implementarán o ejecutarán las estrategias, y en qué tiempo se obtendrán los resultados?

¿Cuánto será la inversión requerida para la implementación o ejecución de las estrategias? (p.19)

2.2.5 Análisis FODA

David (2013) define “el FODA como la herramienta que permite conformar una matriz de la situación actual de la organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados”. (p. 200)

La palabra FODA es la sigla compuesta por las letras iniciales de las palabras Fortaleza, Oportunidad, Debilidad y Amenaza, de los cuales se considera que para el Análisis Externo se desarrolla (Oportunidades y Amenazas) y para el Análisis Interno (Fortaleza y Debilidad)

La organización o empresa no hay ni podrá hallarse fuera de un ambiente, fuera del contexto que se encuentra al rededor; de tal manera que el estudio externo admite conocer y establecer la oportunidad y amenaza que el entorno pueda manifestarse a la empresa.

Los pasos para precisar la oportunidad, riesgo o amenaza, se puede hacer de la siguiente forma:

2.2.6 Análisis del Macro Entorno

Los conceptos de Administración Estratégica según David (2013) se definen como:

El análisis del entorno (historia, presente y tendencias) tiene por objeto identificar las oportunidades y amenazas que puede experimentar una empresa desde el macroentorno, el cual incluye a las fuerzas externas a la empresa y no controlables por ésta, ya que existen con independencia de sus

operaciones de venta. Estos condicionantes se encuentran más alejados de la actuación empresarial que en el caso del microentorno.

El análisis del macroentorno en que la empresa desarrolla su actividad, permite descubrir aquellos factores políticos, económicos, socioculturales, jurídicos, tecnológicos y de medio ambiente que pueden variar las previsiones macroeconómicas realizadas por el estado o por otras instituciones económicas, bien sean del propio país o internacionales y condicionar, consecuentemente, la marcha de una empresa. Hay una serie de elementos del entorno de análisis, pudiendo ampliarse a otros que sean de particular relevancia en el caso de cada uno de los negocios a ser analizados.

Además respecto a los entornos, David establece los siguientes:

Entorno Demográfico: Sirve para detectar las oportunidades que ofrece el entorno a partir de los cambios la tasa de natalidad, el incremento de la esperanza y la calidad de vida, la disminución del número de matrimonios, el incremento de hogares con un único miembro debido al aumento de separaciones y divorcios y el incremento de la población inmigrante.

Entorno Económico: Son indicadores macroeconómicos que indican a la empresa el poder adquisitivo de los consumidores, estimado en función del nivel y la distribución de la renta, la inflación y los tipos de interés, los niveles de desempleo y la etapa del ciclo económico en la que se encuentra un país. De este modo, al haber caído el nivel de renta como consecuencia de la crisis económica y existir un incremento de desempleados, los consumidores serán reticentes a la hora de adquirir productos que no sean estrictamente necesarios y serán especialmente sensibles a las variaciones de precio de los productos.

Entorno Sociocultural: La incorporación de la mujer al mercado laboral implica que las tareas del hogar sean hoy compartidas por los dos miembros y que exista un incremento de los ingresos familiares, además de un menor tiempo libre, lo que facilita la adquisición de productos de alimentación de rápida preparación o nuevas necesidades en cuanto a los horarios comerciales de los establecimientos. Además, el cambio de los estilos de vida ha provocado patrones de consumo similares en diferentes segmentos de población.

Entorno Medioambiental: La conciencia del consumidor hacia una sensibilización medioambiental ha provocado que soliciten a los fabricantes su implicación en este aspecto, incrementándose la demanda de productos no contaminantes, no manipulados genéticamente. Paradójicamente, los consumidores no están dispuestos a pagar un precio superior por productos completamente verdes.

Entorno Tecnológico: Las innovaciones tecnológicas suponen adquirir una ventaja competitiva, materializada en la aparición de nuevos productos y procesos, que convierten en obsoletos los existentes hasta ese momento. La aparición del comercio electrónico o la gestión automática de inventarios y sistemas de almacenamiento son algunas de las innovaciones que se han incorporado al comercio.

Entorno Político y Legal: Antes de lanzar un producto o un servicio al mercado, es necesario conocer toda la regulación normativa, ya sea en materia de etiquetado, de procesos de calidad, obligaciones de incorporar accesorios a los productos, la misma que puede facilitar o dificultar la actividad económica, y muy importante es conocer la tendencia del marco legal o regulatorio en el futuro (incremento o disminución de la regulación. (pp. 45-47)

2.2.7 Análisis del Micro entorno - Fuerzas competitivas de Porter

Porter (2017) sobre el rumbo de la planificación de la estrategia considera:

Que para comprender el mercado se debe analizar en primera instancia a las cinco fuerzas que conforman su estructura profunda, las cuales son: amenaza de nuevos aspirantes; influencia de los proveedores; influencia de los compradores; amenaza de los sustitutivos y sobre todo la rivalidad entre competidores existentes; en este sentido para Porter estas cinco fuerzas determinan la rentabilidad a largo plazo y el posicionamiento del mercado frente a la competencia. (p.33)

Por lo anteriormente explicado las 5 fuerzas de Porter son las herramientas más aplicadas en todo el universo y están premeditadas para dar un apoyo a los negocios que quieran conseguir el máximo rendimiento a su compañía.

Porter (2017) respecto a las estrategias en las organizaciones explica que:

El ser apto en usar estas fuerzas, determina que se consiga un mejor análisis de la organización de manera integral; donde el diseño de nuevas estrategias puede ser el inicio para poder detectar nuevas amenazas o localizar un sin número de eventos oportunos, siempre que este análisis que se realice en organizaciones que compitan con el mismo producto. (p.34)

Respecto a los enfoques de la planeación estratégica Porter (2017) describe los siguientes:

a. Peligro de sustituto - Son los bienes o servicios que cumplen idéntica labor para un mismo colectivo de clientes o compradores, que se encuentran apoyados de distintas tecnologías. En un Sector Industrial o segmento si existen productos sustituto real o potencial, estos se cambian en peligro esencialmente cuando no naturalmente brindan una opción. En consideración el soporte tecnológico, puede ingresar con un precio por debajo del mercado, el que va a reducir el margen de beneficio de la organización.

b. Poder de negociación del proveedor - Los proveedores o vendedores de un Sector de la Industria gozarán de similitud de impulsos a su beneficio si se encuentran bien constituidos, si cuentan con recursos dinámicos y logren atribuir escenarios de costos y dimensiones del pedido. Escenarios que acrecentaría la situación de los clientes del mercado funerario si los recursos que proveen viene a ser el elemento clave, no tiene sustituto o se encuentran de manera escasa y de costo elevado además si le es conveniente de manera estratégica al proveedor. Por ende, Existirá un poder de negociación si el producto que ofrece es único, diferenciado o si ha establecido costos indecisos.

c. Poder de negociación del cliente - Existe una característica importante del servicio funerario, siendo muchas veces la familia la que toma la decisión. Se debe tener presente que en un negocio de servicios es primordial el trato que debe darse a los dolientes; por tanto, la búsqueda de la satisfacción que se debe alcanzar a través de los empleados es trascendental para conservar que los clientes estén satisfechos. Es en este tipo de negocio donde el poder de negocio es mayor porque si el cliente

aprecia que el servicio que está recibiendo no es el apropiado sencillamente cambia a otra organización. Pero habitualmente los compradores o los deudos siempre requieren disminución de los costos del servicio, obtener más calidad y actividades comerciales a través de los márgenes de los beneficios que alcanzan las empresas del Sector a que pertenecen las organizaciones.

d. Facilidad de ingreso de nuevas empresas - El fragmento de la industria o una porción específica merece ser o no interesante estará supeditada a que en el mercado las defensas de entrada son fáciles o no de ingresar mediante nuevas organizaciones que puedan aparecer con recursos nuevos o con posibles contenidos para dominar una parte del mercado. Sin embargo, el posicionamiento elevado que tienen algunas empresas del rubro del servicio de exequias con marca posicionada en el mercado, crea una barrera fuerte de ingreso.

e. Competitividad entre las empresas del sector -En concordancia a la tipología de la competencia, la industria o mercado determinará una competitividad monopolística. Por la justa razón que en el análisis industrial se compone por diversos ofertantes y demandantes, cementerios, campo santo, crematorios, osarios, sepulturas, otras. No obstante, el servicio que se oferta no es homogéneo, para el presente estudio nos referimos a producto como el servicio mortuario, por la existencia de marca que hace la diferencia de la calidad que ofrece, Por tanto, viene a ser una prestación que desarrolla a distinguirse con mayor velocidad. Pero las alternativas modernas están enfocadas en el aumento de conquistar a los clientes que en desacreditar o destacar las dificultades de la competencia. Se podría ver que la relación entre los diversos promotores de las organizaciones de exequias es de compartir, de comunicación permitiendo que la competencia entre las empresas sea relativamente baja. (pp. 35-36)

2.3 Plan Estratégico “Campo Santo Parques del Paraíso 2010 – 2016”

El cementerio tipo parque ecológico *Campo Santo Parques del Paraíso*, está ubicada en la Región Lima, provincia de Lima distrito Pachacamac empresa que corresponde al rubro de servicio funerarios.

El estudio comprende dos sub áreas teniendo como área potencial el estudio del campo santo y el área de influencia se refiere a los alrededores o exteriores al distrito de Pachacamac y sus beneficios para la población de Pachacamac, Lurín y Villa el Salvador.

El Paraíso (2016) explica que “el campo santo tiene como tipo de inhumación el entierro bajo tierra; el cementerio vende espacios de (1mt.) x (2.5 mts), a perpetuidad donde se inhuman los difuntos de manera definitiva enterrándose en una cripta de concreto; la vía de acceso y la inhumación producen impactos positivos y negativos, considerando el nivel socio económico de la población”. (p. s/n)

El “Plan”, forma el instrumento de gestión estratégica que llegará a proporcionar la información para tomar una decisión oportuna y adecuada para las actividades que se tiene que alcanzar.

En el Paraíso (2016) el “Plan” comprende tres aspectos esenciales:

1. Diagnóstico de la Institución: Rasgos Generales del Campo Santo Parques del Paraíso para cumplir las funciones de los servicios funerarios e inhumaciones que han adquirido mayor importancia.

La organización cuenta con 21 Trabajadores (10 nombrados y 11 contratados); entre ellos, 5 se desempeñan como profesionales y técnicos, 7 Seguridad integral y 9 operarios de producción.

Para el mejor estudio del campo santo se cuenta con cuatro áreas principales:

a. Administrativa. Encargada de fortalecer los procesos administrativos, económicos, financieros, de ventas y técnicos en explorar un buen desempeño de la gestión institucional

b. Comercialización: Productos que ofrece el Campo Santo Parques del Paraíso. El Cementerio maneja dos tipos de productos en propiedad a perpetuidad o en alquiler.

Propiedad

- Lotes Dobles y Triples
- Cenizarios en Capilla
- Árbol Cenizario
- Osario en Tierra

Alquiler:

- Lote en alquiler por cuatro años
- Bóveda en alquiler por cuatro años

- Cenizario en muro por diez años

c. Áreas de operaciones: El campo santo tiene como tipo de inhumación entierro bajo tierra, el cementerio vende espacios de (1mt.) x 2.5 (mts) a perpetuidad, donde se inhuman los difuntos de manera definitiva enterrándose en una cripta de concreto.

El Camposanto, brinda el servicio solo de entierro, con calidad de servicio y pequeños costos en enterramiento de cadáveres, exhumación de cadáveres y restos de individuos, así como el colocar y/o retirar lápidas asimismo ofrecer un servicio funerario de esperanza.

Esta actividad genera un movimiento económico que forma ingreso superior a sus consumos, reconociendo un crecimiento de 8% intermedio en el periodo del 2006 al 2008, por lo que se busca ser que debe ser sostenible por la ubicación valiosa del campo santo así cómo diversificar sus servicios.

Somos conscientes que existen restricciones respecto al espacio físico por la propiedad, ya que solo el 5% del área se localiza como favorable para la construir los sarcófagos

d. Servicios de mantenimiento: La limpieza y sostenimiento de la infraestructura del Campo Santo.

e. Reseña de la institución: El primero de noviembre de 1992, inicia los servicios funerarios, con la intención es ofrecer servicio de exequias con discreción y apoyo personalizada; concretando un soporte merecedor a las familias que atravesaron la difícil situación generada ante la pérdida de un ser querido. La primera tumba fue obsequiada a don Felipe Pommiano Mosquera “Tribilín”, personaje recordado del programa Trampolín a la Fama; como estrategia de marketing que impulso la empresa para ser reconocida en el sector distrital cuando iniciaba sus operaciones; siendo su misión, visión y valores institucionales los siguientes:

Visión

Campo Santo Parques del Paraíso tiene como visión ser la más importante opción de los servicios exequiales para la familia de todo el país y para los colaboradores la mejor organización contamos toda la gama de inhumaciones con las que cuentan las funerarias modernas, además de tener áreas verdes proporcionando así tranquilidad y seguridad a los deudos.

Misión

Campo Santo Parques del Paraíso ofrece los servicios exequiales brindando un servicio de calidad a nuestros clientes y con la debida atención a toda la población especialmente de los distritos de Pachacamac, Lurín Villa el Salvador, llevando la gama de inhumaciones, proporcionando tranquilidad y seguridad a los deudos, para ayudar a sus seres queridos en momentos tan difíciles.

Valores Institucionales

Toda la familia del campo santo practica en sus actividades los siguientes valores:

Responsabilidad

Empatía

Compromiso

Trabajo en equipo

Respeto y nobleza

Lealtad y Dignidad

Honestidad y Solidaridad

f. Filosofía del Campo Santo Parques del Paraíso: Ofrecemos un amplio espectro de servicios, somos conscientes lo sensible que es la partida de un ser querido, por lo que estamos preparados a dar un servicio cálido, respetuoso, honesto y solidario que ayude a los deudos a evitar contratiempos en toda circunstancia sabrán qué hacer y podrán orientar, brindándole opciones, información y asesoría con honestidad y claridad.

El trabajo en equipo, el respeto, la empatía, la solidaridad y el compromiso con nuestros clientes es nuestra garantía para brindar a nuestros clientes un servicio de calidad cubriendo todas sus necesidades y acompañándola en esos momentos tan difíciles comprometidos con capacitar al personal y mejorar de manera continua para ser la mejor opción del servicio de exequias.

2. Resultados esperados a largo y mediano plazo: Cuyo objetivo será el incremento de manera sustancial y sostenible de los ingresos en las diversas áreas de la producción, por medio de la entrega de productos y servicios sociales de calidad y calidez a los deudos.

3. Programar tareas de diligencias: Capacitar al personal para una atención de calidad desarrollando la pertinencia ya que los clientes pasan por un periodo de duelo. ”. (p. s/n)

2.4 Definición de términos básicos.

Calidad: Es satisfacer o superar las necesidades o expectativas de los clientes al menor costo posible. Se determina por la eficiencia, duración, índice de fallas, confiabilidad, medidas, peso, precio, tiempo de entrega y cantidad.

Cliente: persona que a cambio de una contraprestación recibe un bien o servicio de alguien que cede por este concepto.

Competencia: en el mercado estimula obtener mejores precios, productos y servicios de mayor calidad, con desarrollo técnico más avanzado, en definitiva, más productividad y competitividad para las empresas.

Competitividad: Posibilidad de competir ante otras organizaciones.

Estándar: determina a la unidad de medida que sirve como tipo, modelo, patrón o referencia para realizar algo preciso. Para la obtención de niveles de aceptación elevados se hace necesario recurrir a normas internacionales como el uso de los ISOS.

Estrategia: fijación de normativas y extensos proyectos para usar los materiales de una entidad con la finalidad de reafirmar una alternativa competente a través un lapso prolongado

Medio Ambiente: concepto entendido en el ámbito empresarial, principalmente por los costos adicionales que se requieren para adaptar una industria, sin embargo, en las últimas décadas se ha visto impulsada una responsabilidad ecológica medio-ambiental

Proceso: cadena de acciones ejercidas por un organismo que admite materiales y los convierte en mercancías tangibles, de un importe ideal grandioso para la institución que los recursos iniciales

Proveedor: persona encargada de abastecer un bien o servicio hacia otra persona al que necesite

Servicios de Exequias: Serie de pasos relacionados con acciones de servicios de cementerio, entierro de cadáveres de personas además de diversas actividades como la preparación de los cuerpos para su inhumación los ambientes para su velorio, el embalsamado y otros servicios.

Sostenibilidad: Proceso para el mantenimiento propio en un mercado a través del tiempo

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

Para el planteamiento de las hipótesis de estudio nos proponemos buscar alternativas que nos permitan dar una explicación para el presente problema de investigación.

3.1.1 Hipótesis principal.

Con el del uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualizará el impacto significativo del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

3.1.2 Hipótesis secundarias

- a. Si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.
- b. Si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.
- c. Si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

3.2 Variables

3.2.1 Variables Independientes

Variable independiente, o variable X:

Plan Estratégico

3.2.2 Dimensiones de la Variable Independientes

X1.- Elevada Competencias

X2.- Negociación con Proveedores

X3.- Creación de Nuevos Servicios

3.2.3 Variables Dependientes

Variable Dependiente o variable Y:

Entorno Organizacional

3.2.4 Unidad de análisis

Campo Santo Parques del Paraíso

3.3 Operacionalización de las Variables

Es el proceso mediante el cual se explica de manera detallada la descomposición de las variables de estudio en sus dimensiones y sus respectivos indicadores. En la Tabla 1 se muestra la operacionalización de las variables de la investigación.

Tabla 1: Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Independiente <i>Impacto del Plan Estratégico</i>	Elevada Competencia	<ul style="list-style-type: none">• Economías de escala• Diferenciación del producto• Inversiones de capital• Acceso a canales de distribución• Política gubernamental
	Negociación con Proveedores	<ul style="list-style-type: none">• Cantidad de proveedores en el área de servicio.• Poder de decisión en el precio por parte del proveedor.• Nivel de organización de los proveedores
	Creación de Nuevos Servicios	<ul style="list-style-type: none">• Propensión del comprador a sustituir.• Precios relativos de los servicios sustitutos.• Costo o facilidad del comprador.• Nivel percibido de diferenciación del servicio.

		<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de sustitutos cercanos.
<p>Dependiente</p> <p><i>Entorno Organizacional</i></p>	<p>Son aquellos elementos que existen fuera de la organización y que tienen el potencial de afectarla total o parcialmente. Ejemplo: Políticas laborales que son pautas y normas que tiene una organización las cuales no deben de cumplirse al margen de la ley.</p>	<p>No está en la Organización</p>

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV: METODOLOGÍA Y DISEÑO

4.1 Tipo y diseño de investigación

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) “el desarrollo de la investigación es de tipo aplicada con enfoque cuantitativo de naturaleza exploratoria y descriptiva; porque se inicia como exploratoria para analizar los principales fenómenos, para luego observar en la realidad como se relacionan, descubriendo en esa relación el impacto que produce el plan estratégico en el entorno organizacional haciendo empleo del uso de las cinco fuerzas de Porter”. (p. 10)

Los métodos empleados para lograr los objetivos son:

Análisis-Síntesis, porque a partir de la información obtenida a través de la revisión documentaria de libros, informes, artículos; sólo se extrae la información más conveniente.

Inducción-Deducción: para el estudio se consideró la observación de los componentes de las Fuerzas de Porter.

Estadística descriptiva: nos ha permitido organizar e interpretar los datos de tal manera que se pueda elaborar los resultados y conclusiones.

4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “la estrategia de muestreo para la investigación es la muestra homogénea, porque todas las unidades poseen un mismo perfil o características o que comparten rasgos similares”. (p.14)

La unidad de análisis para el estudio fueron los sujetos u objetos integrados por los vecinos y clientes del campo santo que alcanzaron un total de 2850 vecinos.

4.2.2 Diseño muestral

Para este estudio emplearemos una muestra probabilística a los vecinos y clientes del campo santo de acuerdo con los datos proporcionados por la municipalidad de Pachacamac el sector de las Palmas tiene 2850 pobladores. La muestra está

compuesta por la distribución aleatoria de un conjunto de elementos en que se centra la distribución de la totalidad de la población, está definida en forma probabilística dentro del modelo aleatorio simple, que permite que el tamaño de la muestra se determine por el nivel de precisión requerido, por el error de muestreo de aceptación (5%) y por el nivel de confianza previamente definido (95%). En la presente investigación la muestra estará constituida por el uso de la siguiente fórmula estadística, aplicable a poblaciones menores de 100000.

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

Donde:

n: Representa el tamaño de la muestra

p y q: Probabilidad de inclusión en la muestra que cuando no es conocido, se asume 0,5.

N: Tamaño de la Población (2850 vecinos)

Z: Intervalo de confianza (Al 95% = 1.96)

E: Error relativo al elegir la muestra (5%)

Reemplazando:

$$n = \frac{2850 \times 1.96^2 (0.5 \times 0.5)}{0.05^2 (2849) + 1.96^2 (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 339$$

Por lo tanto la muestra estará constituida por 339 vecinos del Campo Santo Parques del Paraíso del distrito de Pachacamac.

4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Hernández, Fernández, y Baptista (2010) “la recolección de los datos implica realizar los siguientes pasos: Seleccionar instrumentos, aplicar instrumentos

seleccionados luego preparar los datos recolectados para analizarlos correctamente”.
(p.15)

a. Técnicas - Se emplearon las técnicas más comunes para una investigación como:

La entrevista: Utiliza como instrumento un conjunto de preguntas especialmente elaboradas para conseguir la información relacionada con la investigación acorde con las variables e indicadores, la misma que permitirá recoger información sobre el criterio para la automedicación.

La observación: técnica que consiste en ver y oír: archivos, textos, revistas, grabaciones, filmaciones, etc. que contienen información útil para la investigación.

b. Instrumentos - Los instrumentos de recolección de datos empleados fueron:

El cuestionario, el cual consiste en un conjunto de preguntas las cuales pueden ser cerradas o abiertas.

Los Registros, son un conjunto de: archivos, textos, revistas, grabaciones, fichas (bibliografías, hemerográficas o de trabajo) etc. que contienen información útil para la investigación.

4.4. Técnicas de procedimientos y análisis de datos

Los datos recogidos a través de la encuesta se presentan en estricto orden las cuales han sido procesadas y analizadas, mediante el uso del Statistica Package for the Social Sciences (SPSS) versión 21, programa estadístico informático usado en las ciencias sociales, para elaborar la información que nos permita demostrar las hipótesis de la investigación.

CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Resultados de la Encuesta

En este capítulo se analiza cada pregunta de la encuesta, para determinar de qué manera con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

Cada una de las preguntas se construyó con las recomendaciones de profesionales expertos quienes por su trayectoria van construyendo nuevas etapas en la inclusión dentro del rubro empresarial, los factores competitivos considerando como marco el plan estratégico. Se intenta propagar por todo el territorio nacional, para la elaboración con precisión de la encuesta de tal manera que se pueda dar a conocer la opinión de los encuestados sobre cada una de las variables e indicadores que fueron considerados como importantes de este trabajo. Se tuvo especial cuidado en la elaboración del instrumento, respecto a la forma de confeccionar las preguntas, asistiendo que los encuestados tengan conciencia sobre cada una de las interrogantes; razón por la cual, se ha tenido que formular cada pregunta de manera clara y afirmativa.

El cuestionario de preparación de la encuesta con 16 preguntas cerradas de tipo Likert, porque es un tipo de pregunta de opinión la que se realiza en una escala de 5 opciones, que consideramos para conocer la intensidad de la respuesta que dan los encuestados respecto al instrumento. Que se dan a conocer en las estadísticas resumidas en el anexo 11.

Pregunta 1

¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido la elaboración de la Tabla 2

Tabla 2: Dimensión, Elevada Competencia

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	35	10 %
Casi Siempre (CS)	101	30 %
A Veces (AV)	162	48 %
Casi Nunca (CN)	22	6 %
Nunca (N)	19	6 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

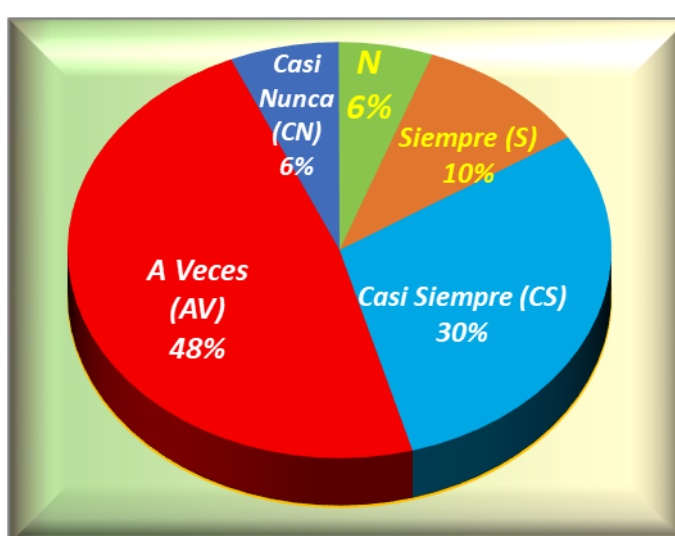


Figura 1: Elevada Competencia.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 2, Figura 1 y pregunta 1, se observa que de 35 vecinos, el (10%) contestaron siempre, 101 vecinos (30%) casi siempre, 162 vecinos (48%) dijeron a veces, 22 vecinos (6%) casi nunca y 19 vecinos (6%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían la elevada competencia de las empresas .1del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 2

¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 3

Tabla 3: Dimensión, Negociación con Proveedores

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	40	12 %
Casi Siempre (CS)	156	46 %
A Veces (AV)	108	32 %
Casi Nunca (CN)	23	7 %
Nunca (N)	12	3 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

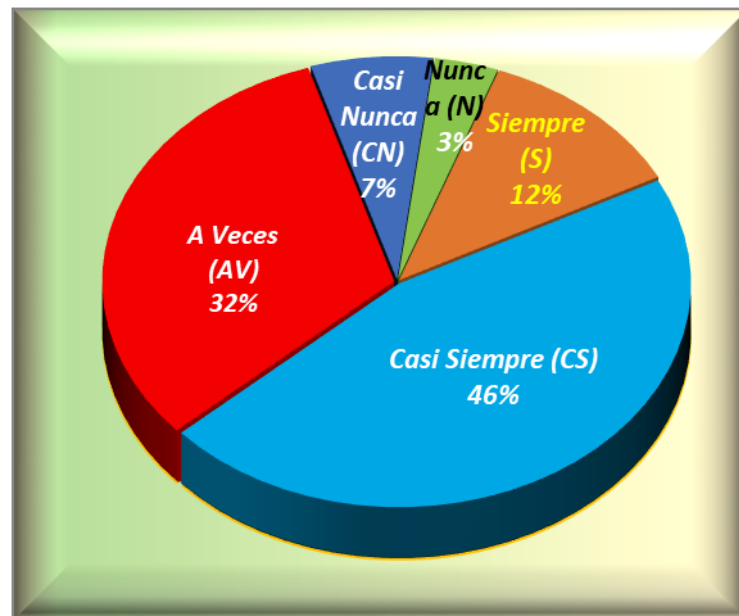


Figura 2: Negociación con Proveedores.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De acuerdo a la Tabla 3, Figura 2 y pregunta 2, se observa que 40 vecinos (12%) contestaron siempre, 156 vecinos (46%) casi siempre, 108 vecinos (32%) dijeron a veces, 23 vecinos (7%) casi nunca y 12 vecinos (3%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían la negociación con proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 3

¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 4

Tabla 4. Dimensión, Creación de Nuevos Servicios

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	67	20 %
Casi Siempre (CS)	144	43 %
A Veces (AV)	96	28 %
Casi Nunca (CN)	19	5 %
Nunca (N)	15	4 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

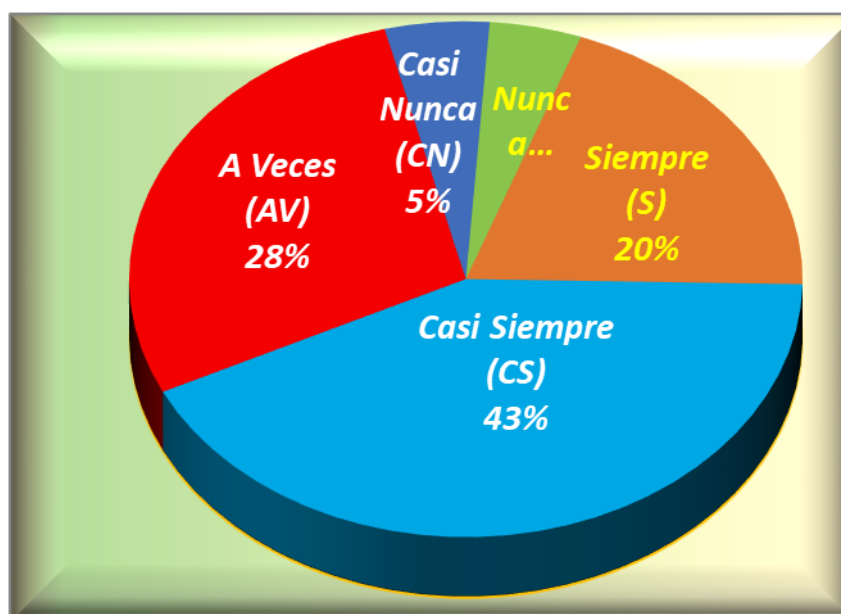


Figura 3: Creación de Nuevos Servicios.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según se muestra en la Tabla 4, Figura 3 y pregunta 3, se observa que de los 67 vecinos (20%) contestaron siempre, 144 vecinos (43%) casi siempre, 96 vecinos (28%) dijeron a veces, 19 vecinos (5%) casi nunca y 15 vecinos (4%) confirmaron

que nunca dentro del plan estratégico considerarían creación de nuevos servicios de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 4

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico economía de escala de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 5

Tabla 5: Indicador, Economías de Escala

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	51	15 %
Casi Siempre (CS)	87	26 %
A Veces (AV)	116	34 %
Casi Nunca (CN)	41	12 %
Nunca (N)	44	13 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

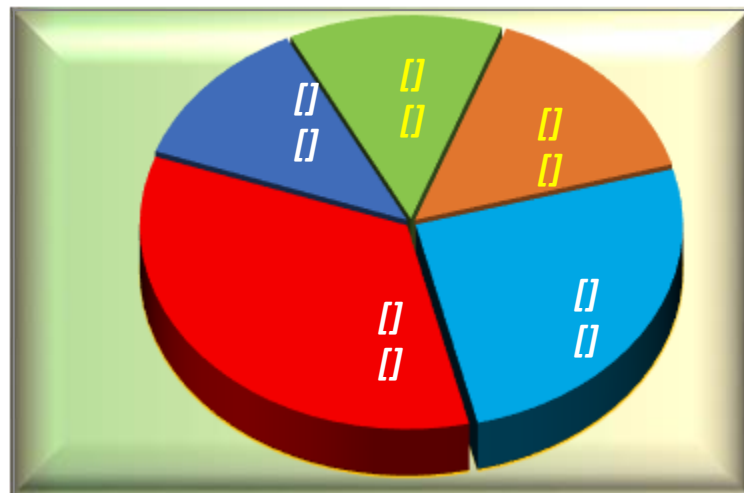


Figura 4: Economías de escala.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 5, Figura 4 y pregunta 4, de los 51 vecinos, el (15%) contestaron siempre, 87 vecinos (26%) casi siempre, 116 vecinos (34%) dijeron a veces, 41

vecinos (12%) casi nunca y 44 vecinos (13%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían la economía de escalas de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 5

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico la diferenciación del producto de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 6

Tabla 6: Indicador, Diferenciación del Producto

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	49	15 %
Casi Siempre (CS)	82	24 %
A Veces (AV)	147	43 %
Casi Nunca (CN)	35	10 %
Nunca (N)	26	8 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

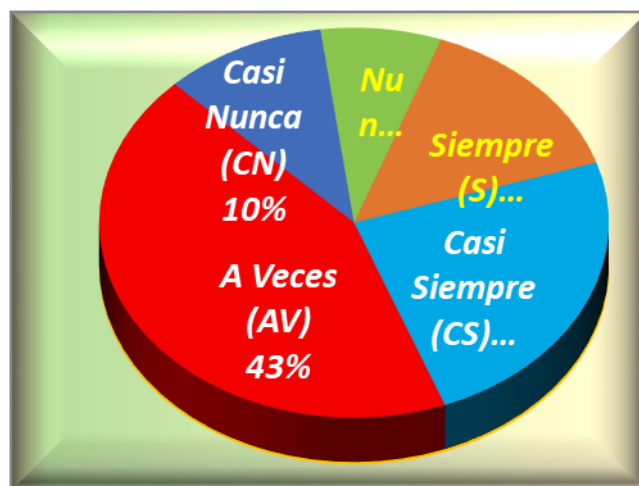


Figura 5: Diferenciación del Producto.
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 6

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico las inversiones de capital de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la tabla 7.

Tabla 7: Indicador, Inversiones de Capital

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	41	12 %
Casi Siempre (CS)	72	21 %
A Veces (AV)	166	49 %
Casi Nunca (CN)	27	8 %
Nunca (N)	33	10 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

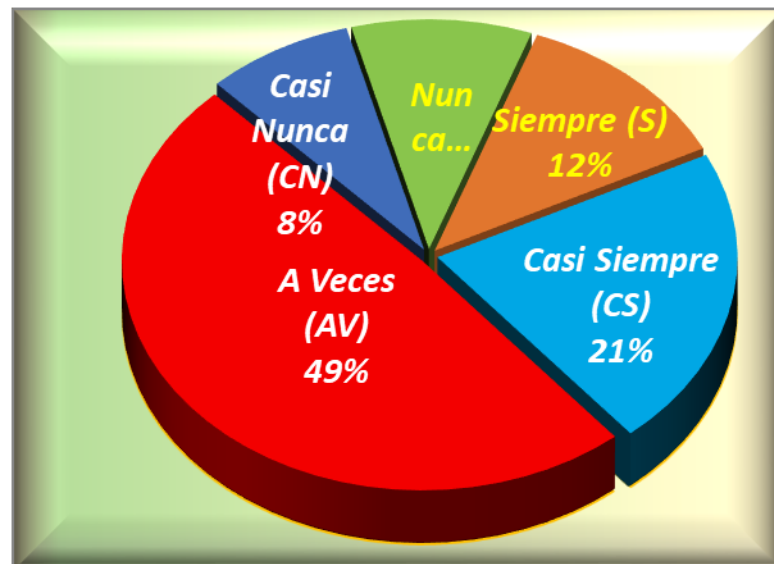


Figura 6: Inversiones de Capital.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según la Tabla 7, Figura 6 y pregunta 6, se puede percibir que de 41 vecinos, el (12%) contestaron siempre, 72 vecinos (21%) casi siempre, 166 vecinos (49%) dijeron a veces,

27 vecinos (8%) casi nunca y 33 vecinos (10%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían las inversiones de capital de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 7

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico el acceso a canales de distribución de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 8

Tabla 8: Indicador, Acceso a Canales de Distribución

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	68	20 %
Casi Siempre (CS)	79	23 %
A Veces (AV)	145	43 %
Casi Nunca (CN)	33	10 %
Nunca (N)	14	4 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

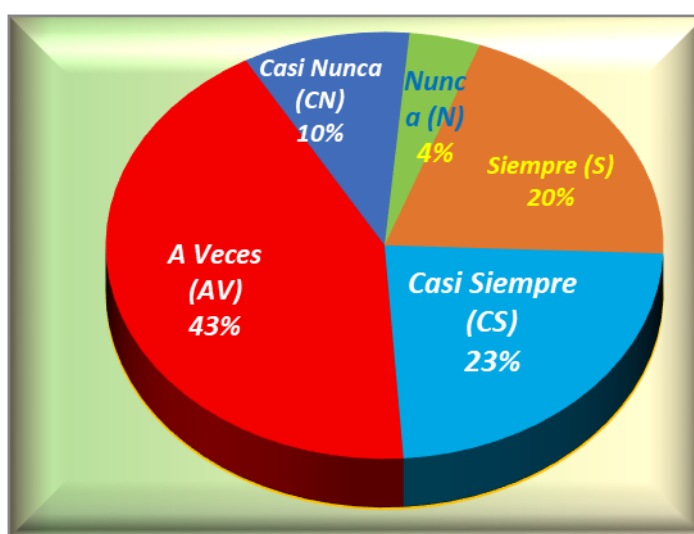


Figura 7: Acceso a Canales de Distribución.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 8, Figura 7 y pregunta 7, se observa que de los 68 vecinos el (20%) contestaron siempre, 79 vecinos (23%) casi siempre, 145 vecinos (43%) dijeron a veces, 33 vecinos (10%) casi nunca y 14 vecinos (4%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían accesos a canales de distribución de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 8

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico políticas gubernamentales de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 9

Tabla 9: Indicador, Política Gubernamental

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	64	19 %
Casi Siempre (CS)	75	22 %
A Veces (AV)	143	42 %
Casi Nunca (CN)	39	12 %
Nunca (N)	18	5 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

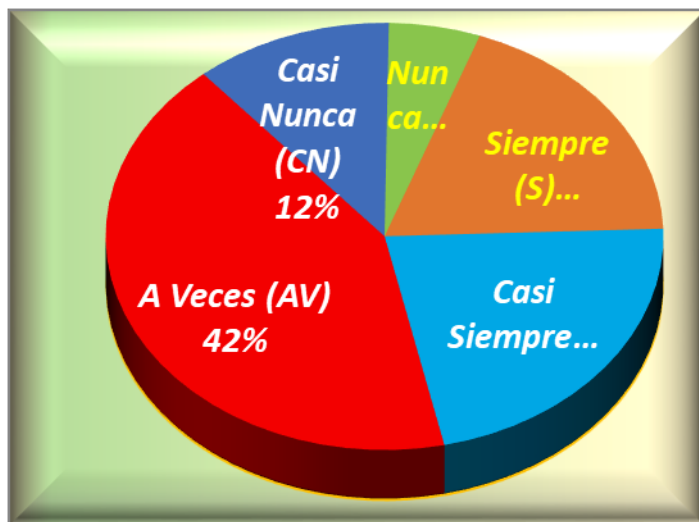


Figura 8: Política Gubernamental.
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 9, Figura 8 y pregunta 8, de los 64 vecinos (19%) contestaron siempre, 75 vecinos (22%) casi siempre, 143 vecinos (42%) dijeron a veces, 39 vecinos (12%) casi nunca y 18 vecinos (5%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían las políticas gubernamentales de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 9

¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de la cantidad proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 10

Tabla 10: Cantidad de Proveedores en el Área de Servicio

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	43	13 %
Casi Siempre (CS)	168	49 %
A Veces (AV)	98	29 %
Casi Nunca (CN)	30	9 %
Nunca (N)	0	0 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

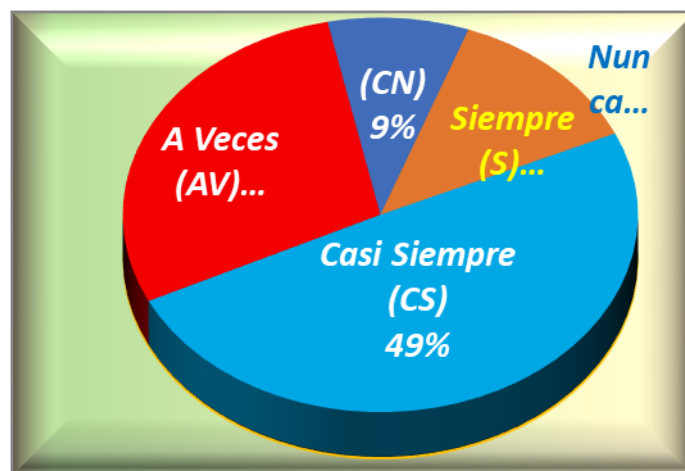


Figura 9: Cantidad de Proveedores en el Área de Servicio.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 10, Figura 9 y pregunta 9, de los 43 vecinos, (13%) contestaron siempre, 168 vecinos (49%) casi siempre, 98 vecinos (29%) dijeron a veces, 30 vecinos (9%) casi nunca y ningún vecino (0%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían la cantidad de proveedores en el área de servicios de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 10

¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de decisión en el precio de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 11

Tabla 11: Poder de Decisión por parte del Proveedor en el Área de Servicio

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	41	9 %
Casi Siempre (CS)	157	58 %
A Veces (AV)	109	25 %
Casi Nunca (CN)	20	5 %
Nunca (N)	12	3 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

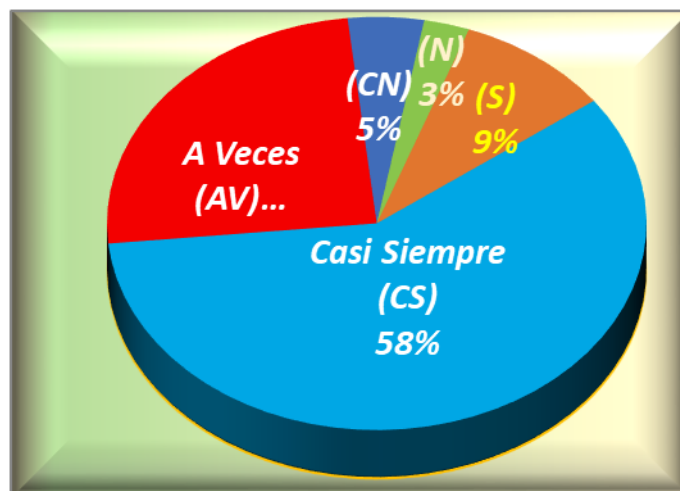


Figura 10: Poder de Decisión por parte del Proveedor.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 11, Figura 10 y pregunta 10, de los 43 vecinos, el (13%) contestaron siempre, 168 vecinos (49%) casi siempre, 98 vecinos (29%) dijeron a veces, 30 vecinos (9%) casi nunca y ningún vecino (0%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían la cantidad de proveedores en el área de servicios de las empresas del rubro de servicios de entierro. De la pregunta 10, 41 vecinos (9%) contestaron siempre, 157 vecinos (58%) casi siempre, 109 vecinos (25%) dijeron a veces, 20 vecinos (5%) casi nunca y 12 vecinos (3%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían el poder de decisión por parte del proveedor en el área de servicios de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 11

¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el nivel de organización de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 12

Tabla 12: Indicador, Nivel de Organización de los Proveedores

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	52	15 %
Casi Siempre (CS)	154	46 %
A Veces (AV)	99	29 %
Casi Nunca (CN)	34	10 %
Nunca (N)	0	0 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 12, Figura 11 y pregunta 11, de los 43 vecinos, (13%) contestaron siempre, 168 vecinos (49%) casi siempre, 98 vecinos (29%) dijeron a veces, 30 vecinos (9%) casi nunca y ningún vecino (0%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían la cantidad de proveedores en el área de servicios de las empresas del

rubro de servicios de entierro. De la pregunta 10, 41 vecinos (9%) contestaron siempre, 157 vecinos (58%) casi siempre, 109 vecinos (25%) dijeron a veces, 20 vecinos (5%) casi nunca y 12 vecinos (3%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían el poder de decisión por parte del proveedor en el área de servicios de las empresas del rubro de servicios de entierro.

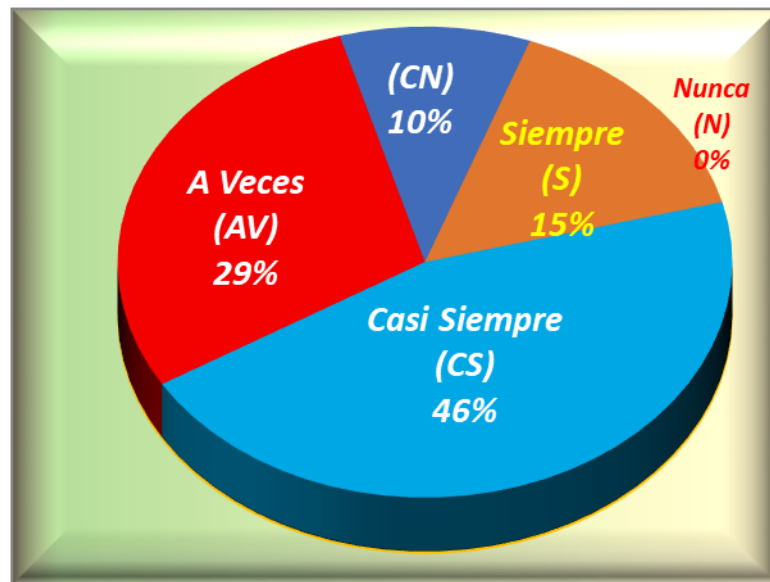


Figura 11: Nivel de Organización de los Proveedores
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 12

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico la propensión del comprador a sustituir servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 13

Tabla 13: Indicador, Propensión del Comprador a Sustituir

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	66	19 %
Casi Siempre (CS)	87	26 %
A Veces (AV)	112	33 %
Casi Nunca (CN)	19	6 %
Nunca (N)	55	16 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

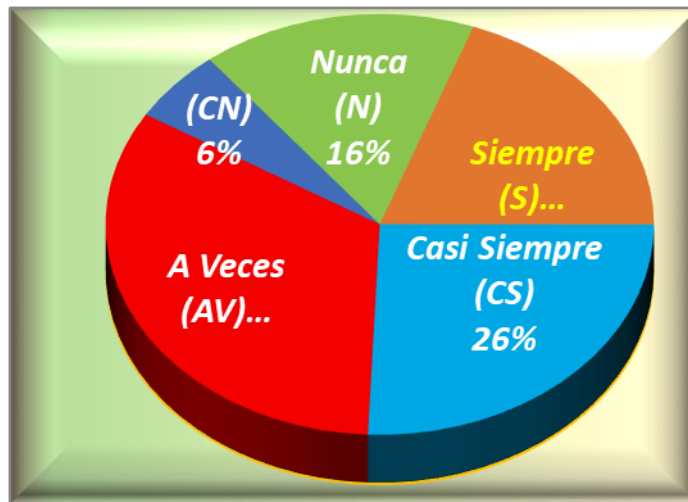


Figura 12: Propensión del Comprador a Sustituir.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 13, Figura 12 y pregunta 12, de los 66 vecinos, el (19%) contestaron siempre, 87 vecinos (26%) casi siempre, 112 vecinos (33%) dijeron a veces, 19 vecinos (6%) casi nunca y 55 vecinos (16%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían la propensión del comprador a sustituir el servicio de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 13

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico los precios relativos de los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 14

Tabla 14: Indicador, Precios Relativos de los Servicios Sustitutos

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	72	21 %
Casi Siempre (CS)	89	26 %
A Veces (AV)	101	30 %
Casi Nunca (CN)	45	13 %
Nunca (N)	32	10 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

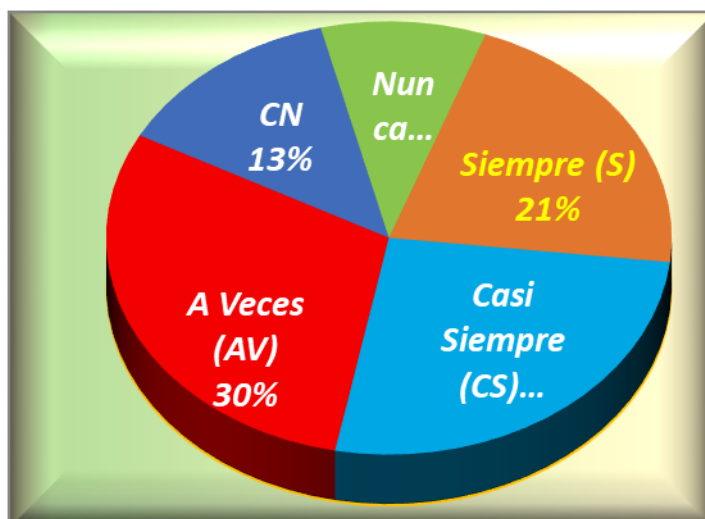


Figura 13: Precios Relativos de los Servicios Sustitutos.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 14, Figura 13 y pregunta 13, de los 72 vecinos; (21%) contestaron siempre, 89 vecinos (26%) casi siempre, 101 vecinos (30%) dijeron a veces, 45 vecinos (13%) casi nunca y 32 vecinos (10%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían precios relativos de servicios sustitutos de empresas de servicios de entierro

Pregunta 14

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico los costos o facilidades al comprador relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 15

Tabla 15: Indicador, Costo o Facilidad del Comprador a Sustituir

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	57	17 %
Casi Siempre (CS)	95	28 %
A Veces (AV)	117	34 %
Casi Nunca (CN)	41	12 %
Nunca (N)	29	9 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

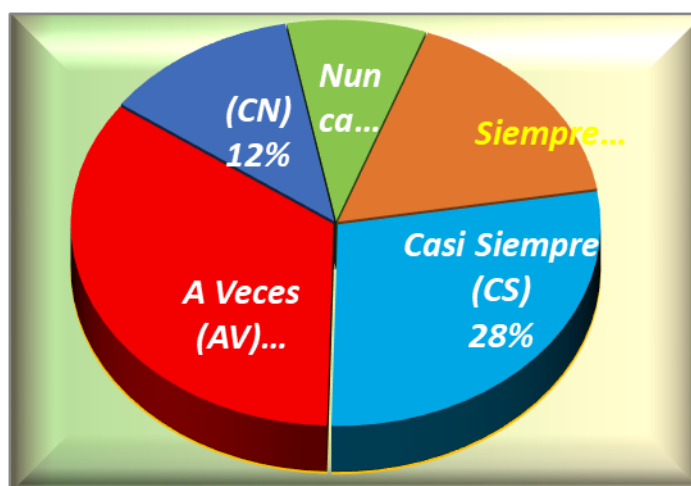


Figura 14: Costo o Facilidad del Comprador a Sustituir.
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 15, Figura 14 y pregunta 14, de los 57 vecinos; (17%) contestaron siempre, 95 vecinos (28%) casi siempre, 117 vecinos (34%) dijeron a veces, 41 vecinos (12%) casi nunca y 29 vecinos (9%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían el costo o facilidad del comprador a sustituir el servicio de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 15

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico el nivel percibido de diferenciación relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 16

Tabla 16. Indicador, Nivel Percibido de Diferenciación del Servicio

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	71	21 %
Casi Siempre (CS)	88	26 %
A Veces (AV)	89	26 %
Casi Nunca (CN)	58	17 %
Nunca (N)	33	10 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

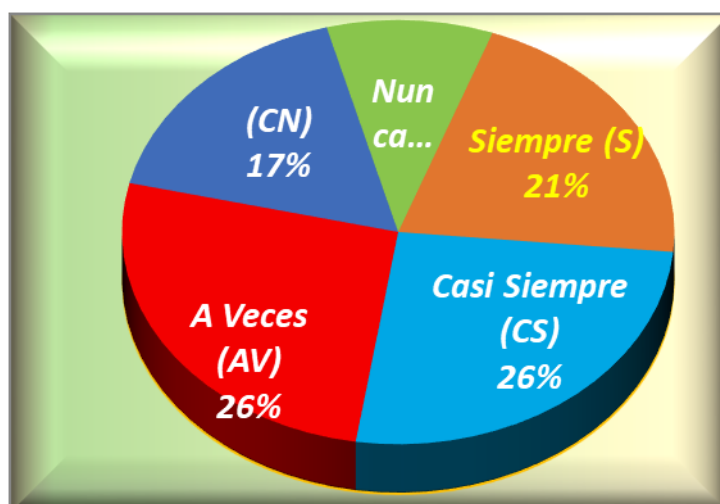


Figura 15: Nivel Percibido de Diferenciación del Servicio.
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De la Tabla 16, Figura 15 y pregunta 15, de los 71 vecinos; el (21%) contestaron siempre, 88 vecinos (26%) casi siempre, 89 vecinos (26%) dijeron a veces, 58 vecinos (17%) casi nunca y 33 vecinos (10%) confirmaron que nunca dentro del plan estratégico considerarían el nivel percibido de diferenciación del servicio de las empresas del rubro de servicios de entierro.

Pregunta 16

¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico la disponibilidad relativa a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso Campo Santo Parques del Paraíso?

El procesamiento de las respuestas ha permitido construir la Tabla 17

Tabla 17: Indicador, Disponibilidad de Sustitutos Cercanos

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Siempre (S)	83	25 %
Casi Siempre (CS)	71	21 %
A Veces (AV)	93	27 %
Casi Nunca (CN)	41	12 %
Nunca (N)	51	15 %
Total	339	100 %

Fuente: Elaboración propia

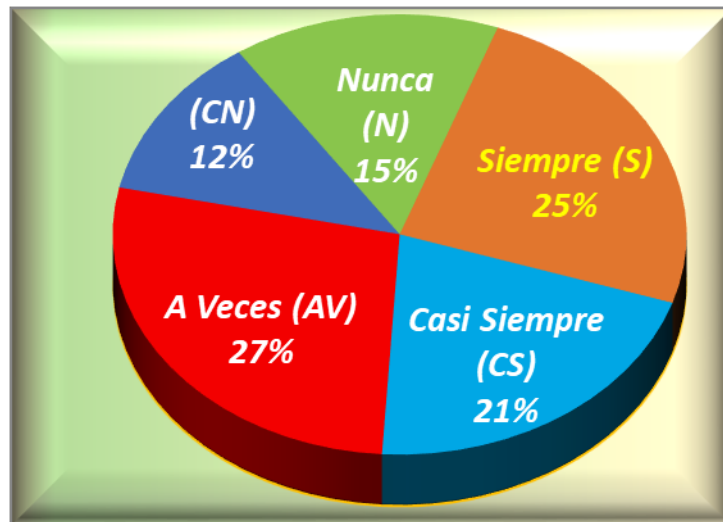


Figura 16: Disponibilidad de Sustitutos Cercanos.
Fuente: Elaboración propia

5.2 Medidas de Acción a partir de los Resultados de la Encuesta

Como resultado de la aplicación de la encuesta se establecieron las medidas de acción necesarias para confirmar el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional considerando aprovechar las fuerzas de: rivalidad de los competidores, el poder de negociación de los proveedores y la facilidad de creación de productos y servicios.

a) Rivalidad de los competidores

Se analizó la forma de cómo responder a la rivalidad de los competidores como una fuerza esencial dentro del modelo de Porter, entonces para incrementar el esfuerzo competitivo de parte de Campo Santo Parques del Paraíso se decidió tomar las siguientes medidas.

- Mejora de la organización de venta de la empresa, la misma que estaba compuesta de tres vendedores que reportaban directamente al Gerente General, la coordinación del esfuerzo de venta era mínima y había cierta competencia entre ellos que reflejaba la falta de trabajo en equipo, entonces se estableció tener un supervisor de ventas para que centralice la función y delegue y organice la labor comercial en equipo complementado con comisiones grupales para los vendedores, es decir las comisiones que logren como equipo de venta, con ello se espera consolidar y concentrar el esfuerzo competitivo que estaba disperso y falto de coordinación.

- Reuniones de planeamiento y seguimiento de las ventas con las funerarias a fin de responder rápidamente a las necesidades de los clientes en forma conjunta y rápida, entre los que se ha creado incluso grupos de Whatsapp para responder más rápidamente.
- Se ha mejorado el proceso de venta para responder en forma conjunta con las funerarias, mediante interacción con dos grupos de whatapp: de Reporte y de Programación, a fin de agilizar la interacción y responder más rápidamente al cliente, con el propósito de mejorar la satisfacción del cliente. En el anexo N° 03 se adjunta el proceso mejorado.
- Mejora de la organización de seguridad de la empresa, se estableció un supervisor de seguridad y mantenimiento para centralizar la función de cuidado de jardines, ornamentación y limpieza para mejorar la presentación y cuidado de los jardines, ornamentación, y mantenimiento de baños y oficinas de la empresa. Estas medidas sirvieron para mejorar la imagen de la empresa ante la llegada de los visitantes, porque gran parte del convencimiento de los clientes por tomar los servicios del camposanto surgen a partir de la impresión generada por la visita a la empresa. Como resultado se mejoró la estructura organizacional (Anexo 3)
- Convenio con dos comisarías cercanas para que se incremente la seguridad en el interior y exterior, mediante un programa de visitas de 2 veces al día el campo santo, es decir lo incluyan en sus rondas cotidianas, a cambio de reciprocidad con las fuerzas policiales ayudándoles a ante cualquier solicitud enviada por escrito y que tenga que ver con su equipamiento. Con esta medida se busca dotar de la seguridad necesaria para los clientes y visitantes de la empresa y cuidar que ninguna incidencia de este tipo suceda para que pueda dañar la imagen del camposanto ante los clientes y visitantes.
- Mejoramiento de la Fachada, se cambió la fachada de la empresa, se invirtió en obras de acabado

b) El poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores, llamados funerarias, es de mucha concentración y fuerza, ellos son los que traen a los fallecidos para los servicios de inhumaciones, son ellos los que trabajan las 24 horas y los 7 días de la semana para captar a los fallecidos en Lima y son los que convencen a los usuarios y clientes para

que tomen los servicios de los cementerios de Lima, debido a este a gran poder de negociación entonces se decidió incrementar en un 80% la comisión de las funerarias.

En gran medida la clientela de la empresa en un 80% proviene de clientes que no han comprados servicios de inhumaciones como necesidad futura, sino son de necesidad inmediata, es decir recién toman los servicios inmediatamente fallecen sus parientes. Desde ese punto de vista para incrementar la proporción de fallecidos como entradas a las operaciones de la empresa entonces se tomaron las siguientes medidas:

- Se cambió la forma de negociar con los proveedores (funerarias) se les subió el pago de la comisión. Estableciéndose además formas inmediatas y flexibles de pago de la comisión, las funerarias decidían si era en efectivo, transferencia, etc. Además, de reuniones de confraternidad quincenales con los mejores proveedores que más fallecidos logran traer a los servicios de inhumación
- Se establecieron canales de comunicación directa de la gerencia con los proveedores 24 x 7, ellos podían contactar directamente a la gerencia ante cualquier necesidad o problema en su trabajo y pedir la ayuda a la empresa, la idea es reforzar la relación con los proveedores permitiendo que el mismo gerente general atienda sus necesidades
- Se invirtió en la instalación de letreros luminosos en las funerarias (proveedores) totalmente gratis con el logo del camposanto y del proveedor.

c) Facilidad de creación de productos y servicios

También se consideró la creación de nuevos productos y servicios de manera de llegar a los clientes ampliando la gama de cobertura de sus necesidades:

- Creación de un producto con necesidad futura, de forma que el cliente pueda comprar a plazos los servicios de inhumación, en cómodas cuotas mensuales accesibles a su ingreso personal. Además, se mejoraron los procesos de ventas, por funerarias, por oficinas, además de los procesos de inhumación de espacio familiar, compartido 4to nivel y compartido 1er, 2do y 3er nivel (Anexos 4, 5, 6, 7, 8, y 9)
- Servicios religiosos de responsos católicos y misas, acompañar a los servicios de inhumaciones de necesidad futura o de necesidad inmediata los servicios completos religiosos ya sea de responsos o de misas de manera que el cliente no se preocupe de este servicio a parte del servicio de inhumación.
- Venta de fotos a color para lápidas en forma de corazones
- Se fijaron nuevos precios (anexo 10)

Estas medidas se definieron y formularon como respuesta a la encuesta aplicada y referida en el punto anterior, el propósito fue de verificar su impacto estratégico en las operaciones del Campo Santo Parques del Paraíso, y para mejorar o incrementar el posicionamiento estratégico en el sector, de manera que al mejorar su esfuerzo competitivo esto repercuta en una mejor condición de la empresa como resultado de la aplicación de dichas medidas.

En el punto siguiente se mostrarán los resultados de las medidas aplicadas en un periodo de aproximadamente 16 meses incluso hasta algunos meses del presente año 2018.

5.3 Visualización del impacto del plan estratégico

A continuación, se ven los resultados de como con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, podemos visualizar el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional de la empresa Campo Santo Parques del Paraíso, en el periodo 2017 e incluso hasta junio del 2018.

En la Tabla 18 que se muestra a continuación, se indica las ventas en soles en los últimos 16 meses, si se observa detenidamente estas han venido creciendo en forma sostenida a una tasa promedio de 2.95% mensual, el cual equivale aproximadamente a más del 30% anual.

Tabla 18: Ventas en Soles en los Últimos 16 meses

MES	SOLES
Mar 17	290,920
Abr 17	220,000
May 17	235,000
Jun 17	249,325
Jul 17	278,893
Ago 17	332,050
Sep 17	300,000
Oct 17	290,660
Nov 17	318,917
Dic 17	322,660
Ene 18	339,050
Feb 18	332,911
Mar 18	330,000
Abr 18	368,479
May 18	425,466
Jun 18	450,000

Fuente: Registros Contables de la Empresa. Elaboración Propia

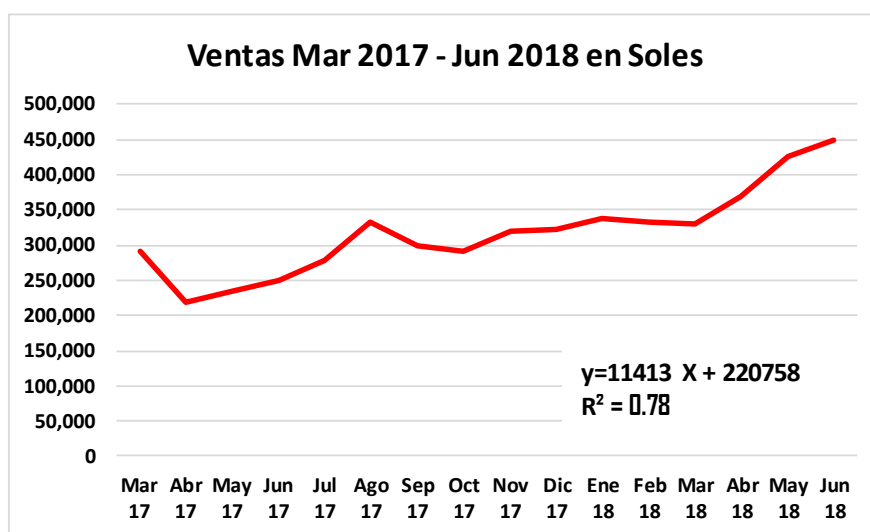


Figura 17: Ventas en los últimos 16 meses en soles.
Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Figura 17, la tendencia creciente tiene un coeficiente de determinación 0.78 con la línea del tiempo, es decir las medidas tomadas han estado produciendo un resultado en ventas que se ajusta al modelo de regresión lineal.

Otra señal en el mismo sentido lo constituyen las ventas en unidades como se muestra en la Tabla 19:

Tabla 19: Ventas en Unidades en los Últimos 16 meses

MES	UNIDADES
Mar 17	100
Abr 17	105
May 17	110
Jun 17	127
Jul 17	146
Ago 17	203
Sep 17	180
Oct 17	182
Nov 17	194
Dic 17	199
Ene 18	205
Feb 18	205
Mar 18	208
Abr 18	223
May 18	239
Jun 18	204

Fuente: Registros Contables de la Empresa. Elaboración Propia

El crecimiento mensual de unidades en promedio como nos muestra la Tabla 19, ha sido de 4.86 % mensual, además si se grafica los datos de dicha tabla, se determina la Figura 18, en la que se ajusta al modelo de regresión lineal en más del 80%, lo que también indica el comportamiento de los resultados de las medidas de acción tomadas en el tiempo indicado, en forma progresiva y continuada lo que ha permitido tener los resultados de ventas en unidades con un crecimiento significativo.

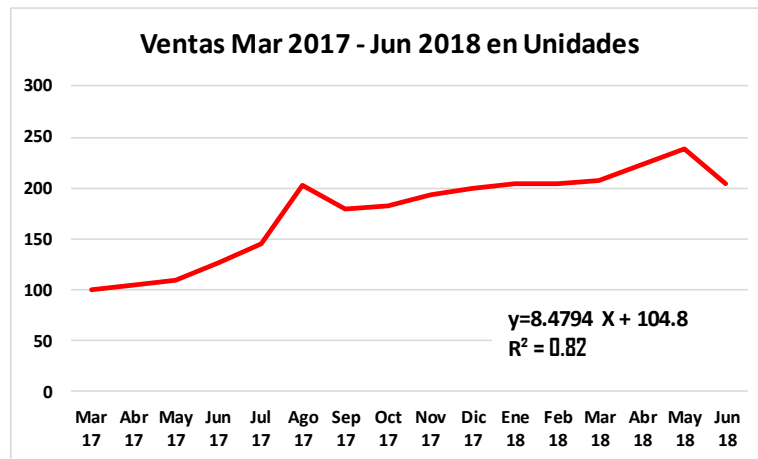


Figura 18: Ventas en los últimos 16 meses en unidades.
Fuente: Elaboración propia

5.4. Contraste de las Hipótesis

Se empleó el software estadístico SPSS Versión 22 y se aplicó la prueba No Paramétrica de Friedman para el contraste de hipótesis.

Wakerly, Mendenhall, Scheaffer (2008) sostienen que;

Este tipo de prueba puede utilizarse en aquellas situaciones en las que se seleccionan k grupos (Indicadores) de n elementos (respuestas a los Indicadores) de forma que los elementos de cada grupo sean lo más homogéneos posible entre sí, y a cada uno de los elementos en el grupo va a recibir uno de entre n "tratamientos", para determinar si entre ello existe la misma distribución. En la decisión, se rechaza la hipótesis nula si se determina que el estadístico "Fr" hallado es mayor al punto crítico después de analizar el nivel de significación. Las hipótesis se formulan de la siguiente manera:

H_0 : Todos los grupos no tienen la misma distribución

H₁: Todos los grupos si tienen la misma distribución.

La hipótesis nula que se prueba debe está en relación con las respuestas asociadas a cada uno de los "tratamientos", creyendo que tienen la misma distribución de probabilidad o distribuciones con la misma mediana, comparándose con la hipótesis alternativa de que al menos la distribución de una de las respuestas es diferente a las demás. Para poder utilizar esta prueba las respuestas deben estar medidas por lo menos en una escala ordinal y ser variables continuas.

5.4.1. Contraste de Hipótesis General:

Determinar de qué manera con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

El resumen de las preguntas relacionadas con este objetivo general, se muestran en la Tabla 20.

Tabla 20: Resumen Estadístico para el Objetivo General

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N	Total
1.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	35	101	162	22	19	339
2.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	40	156	108	23	12	339
3.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	67	144	96	17	15	339

Fuente: Elaboración propia

Para el contraste de hipótesis, se probó al 95% de confianza que con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, los cuales visualizarán el impacto significativo del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

a) Formulación de las Hipótesis

H_0 : Con el del uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, **no** se visualizará el impacto significativo del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

H_1 : Con el del uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, **si** se visualizará el impacto significativo del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

b) El nivel de significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$

Los grados de libertad para k preguntas $(k - 1) = 3 - 1 = 2$.

c) Definir el estadístico a emplear:

El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define así:

$$Fr = \frac{12}{k n (n + 1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n + 1)$$

d) Punto crítico según grados de libertad:

$$\chi^2_{0,95} = 5,99 \text{ (para 2 grados de libertad)}$$

d. Cálculo del estadístico de Friedman:

Los resultados de Friedman para el objetivo general se muestran en la Tabla 21

Tabla 21: Contraste de Hipótesis para el Objetivo General

Alternativas	S		CS		AV		CN		N		Total
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Pregunta 1	35	3	101	4	162	5	22	2	19	1	15
Pregunta 2	40	3	156	4	208	5	23	2	12	1	15
Pregunta 3	67	3	144	5	96	4	17	2	14	1	15
Sumas		9		13		14		6		3	45
Sumas²		81		169		196		36		9	491

Fuente: Elaboración propia

$$Fr = \frac{12}{3 \times 5(5 + 1)} 491 - 3 \times 3(5 + 1)$$

$$Fr = (12 / 90) 491 - 54 = 11,47$$

f) Decisión con los resultados del contraste:

El resultado obtenido en el contraste de hipótesis $Fr = 11,47$, es mayor que el punto crítico $\chi^2_{0,95} = 5,99$, esto significa rechazar la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma que con el del uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, si se visualizará el impacto significativo del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

5.4.2. Contraste de Hipótesis Secundaria 1:

Explicar de qué manera con la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

El resumen de las preguntas relacionadas con este objetivo específico, se dan a continuación en la Tabla 22.

Tabla 22: Resumen Estadístico para el Objetivo Específico 1

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N	Total
4.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico economía de escala de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	51	87	116	41	44	339
5.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico la diferenciación del producto de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	49	82	147	35	26	339
6.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico las inversiones de capital de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	41	72	166	27	33	339
7.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico el acceso a canales de distribución de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	68	79	145	33	14	339
8.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico políticas gubernamentales de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?1	64	75	143	39	18	339

Fuente: elaboración propia

Para el contraste de hipótesis, se probó al 95% de confianza que, si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

a) Formulación de las Hipótesis

H₀: Si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración no impactará

significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

H₁: Si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017

b) El nivel de significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$;
Los grados de libertad para k preguntas $(k - 1) = 5 - 1 = 4$.

c) Definir el estadístico a emplear:
El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define así:

$$Fr = \frac{12}{k n (n+1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n+1)$$

d) Punto crítico según grados de libertad:
 $\chi^2_{0,95} = 9,49$ (para 4 grados de libertad)

e. Cálculo del estadístico de Friedman:

Los resultados de Friedman para el objetivo específico 1 se muestran en la Tabla 23

$$Fr = \frac{12}{5 \times 5 (5 + 1)} 1363 - 3 \times 5 (5 + 1)$$

$$Fr = \frac{(12 / 150) 1363 - 90}{1} = 19,04$$

Tabla 23: Contraste de Hipótesis para el Objetivo Específico 1

Alternativas	S		CS		AV		CN		N		Total
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Pregunta 4	51	3	87	4	116	5	41	1	44	2	15
Pregunta 5	49	3	82	4	147	5	35	2	26	1	15
Pregunta 6	41	3	72	4	166	5	27	1	33	2	15
Pregunta 7	68	3	79	4	145	5	33	2	14	1	15
Pregunta 8	64	3	75	4	143	5	39	2	18	1	15
Sumas		15		20		25		8		7	75
Sumas²		225		400		625		64		49	1363

Fuente: Elaboración propia

f) Decisión con los resultados del contraste:

El resultado obtenido en el contraste de hipótesis $F_r = 19,04$, es mayor que el punto crítico $\chi^2_{0,95} = 9,49$, esto significa rechazar la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma que, si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

5.4.3. Contraste de Hipótesis Secundaria 2

Formular de qué forma con el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

El resumen de las preguntas relacionadas con este objetivo específico, se dan a continuación en la Tabla 24.

Tabla 24: Resumen Estadístico para el Objetivo Específico 2

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N	Total
9.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de la cantidad proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	43	168	98	30	0	339
10.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de decisión en el precio de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	41	157	09	20	12	339
11.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el nivel de organización de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	52	154	99	34	0	339

Fuente: Elaboración propia

Para el contraste de hipótesis, se probó al 95% de confianza que, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

a) Formulación de las Hipótesis

H₀: Si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración **no** impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

H₁: Si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración **si** impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

b) El nivel de significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$

Los grados de libertad para k preguntas $(k - 1) = 3 - 1 = 2$.

c) Definir el estadístico a emplear:

El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define así:

$$Fr = \frac{12}{k n (n + 1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n + 1)$$

d) Punto crítico según grados de libertad:

$$\chi^2_{0,95} = 5,99 \text{ (para 2 grados de libertad)}$$

e) Cálculo del estadístico de Friedman:

Los resultados de Friedman para el objetivo específico 2 se muestran en la Tabla 25

Tabla 25: Contraste de Hipótesis para el Objetivo Específico 2

Alternativas	S		CS		AV		CN		N		Total
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Pregunta 9	43	3	168	5	98	4	30	2	0	1	15
Pregunta 10	41	3	157	5	109	4	20	2	12	1	15
Pregunta 11	52	3	154	5	99	4	34	2	0	1	15
Sumas		9		15		12		6		3	45
Sumas²		81		225		144		36		9	495

Fuente: Elaboración propia

$$Fr = \frac{12}{3 \times 5(5 + 1)} 495 - 3 \times 3(5 + 1)$$

$$Fr = (12 / 90) 495 - 54 = 12,00$$

f) Decisión con los resultados del contraste:

El resultado obtenido en el contraste de hipótesis $Fr = 12,00$, es mayor que el punto crítico $\chi^2_{0,95} = 5,99$, esto significa rechazar la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma que, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

5.4.4. Contraste de Hipótesis Secundaria 3:

Precisar en qué medida con la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017. El resumen de las preguntas relacionadas con este objetivo específico, se muestran en la Tabla 26.

Tabla 26: Resumen Estadístico para el Objetivo Específico 3

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N	Total
12.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico la propensión del comprador a sustituir servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	66	87	112	19	55	339
13.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico los precios relativos de los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	72	89	101	45	32	339
14.- ¿Espera usted que si se considera dentro						

del plan estratégico los costos o facilidades al comprador relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	57		95	117	41	29	339
15.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico el nivel percibido de diferenciación relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	71		88	89	58	33	339
16.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico la disponibilidad relativa a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	83		71	93	41	51	339

Fuente: Elaboración propia

Para el contraste de hipótesis, se probó al 95% de confianza que, si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

a) Formulación de las Hipótesis

H_0 : Si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, tal consideración no impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

H_1 : Si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

b) El nivel de significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$;
 Los grados de libertad para k preguntas $(k - 1) = 5 - 1 = 4$.

c) Definir el estadístico a emplear:

El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define así:

$$Fr = \frac{12}{k n (n+1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n+1)$$

d) Punto crítico según grados de libertad:

$$\chi^2_{0,95} = 9,49 \text{ (para 4 grados de libertad)}$$

e) Cálculo del estadístico de Friedman:

Los resultados de Friedman para el objetivo específico 3 se muestran en la Tabla 27

Tabla 27: Contraste de Hipótesis para el Objetivo Específico 3

Alternativas	S		CS		AV		CN		N		Total
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Pregunta 12	66	3	87	4	112	5	19	1	55	2	15
Pregunta 13	72	3	89	4	101	5	45	2	32	1	15
Pregunta 14	57	3	95	4	117	5	41	2	29	1	15
Pregunta 15	71	3	88	4	89	5	58	2	33	1	15
Pregunta 16	83	4	71	3	93	5	41	1	51	2	15
Sumas		16		19		25		8		7	75
Sumas²		256		361		625		64		49	1355

Fuente: Elaboración propia

$$Fr = \frac{12}{5 \times 5 (5+1)} 1355 - 3 \times 5 (5+1)$$

$$Fr = (12 / 150) 1355 - 90 = 18,4$$

f) Discusión con los resultados del contraste:

El resultado obtenido en la Tabla 27, contraste de hipótesis $Fr = 18,4$, es mayor que el punto crítico $\chi^2_{0,95} = 9,49$, esto significa rechazar la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma que, si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

5.5. Discusión de Resultados

- Recogida la información a través del instrumento y visto los antecedentes considerados en esta investigación, se tomará en cuenta el realizado por Mamani C. (2016) “*Propuesta de plan estratégico para un incremento de ventas de la empresa manufacturas San Francisco SRL*” Tesis optar por el Título Profesional de: Ingeniero Industrial, en la Universidad Católica De Santa María Facultad de Ciencias e Ingenierías Físicas y Formales Escuela Profesional De Ingeniería Industrial, que propone como Objetivo General, analizar y diagnosticar la situación actual de la empresa con el fin de realizar un Plan Estratégico para incrementar las ventas de la empresa Manufacturas Sanfrancisco SRL. Se concluye que se debe realizar un análisis interno y externo de la empresa que nos permitieron conocer los principales problemas de la empresa, los cuales son: La capacidad productiva de la empresa no está siendo empleada en su totalidad, por factores de falta de clientes, también por factores humanos, ya que la empresa no tiene un plan de capacitación a todo el personal generando pérdidas por consiguiente los estándares de calidad en los productos no son muy altos con respecto a la competencia.
- Mientras que los resultados sobre el estudio de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso, Campo Santo Parques del Paraíso, si hay un impacto significativo a nivel de genérico como específico.

- En cuanto al detalle de las preguntas consideradas de suma importancia, destaca la pregunta 9 que dice: ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de la cantidad proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?, un número mayoritario de 168 vecinos (50%), consideran que casi siempre se debe considerar dentro del Plan Estratégico, el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro.
- Las respuestas más homogéneas en cuanto a las alternativas que tenía el encuestado, se obtuvo en la pregunta 16, que dice: ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico la disponibilidad relativa a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?, la respuesta más alta fue 93 vecinos (27%) contestaron a veces y la más baja, fue 41 vecinos (12%) que contestaron casi nunca.
- Lo más destacado sobre la información recibida, es que los vecinos en casi todas las preguntas (once de dieciséis), sobrepasaron el número de 100 a la respuesta a veces, la misma intensidad (más de 100) se registró en seis preguntas, en donde manifestaban casi siempre. Dos de estas preguntas no tuvieron contestación sobre la alternativa nunca.
- Las ventas crecieron en los últimos 16 meses como producto de medidas estratégicas que se tomaron en forma progresiva y continuada.

CONCLUSIONES

Terminado el trabajo de investigación con sus respectivos contrastes de hipótesis se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Con relación al Objetivo Específico (1), que considera explicar de qué manera con la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017. La prueba de hipótesis de este objetivo concluye, que, si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.
2. Con relación al Objetivo Específico (2), que considera formular de qué forma con el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017. La prueba de hipótesis de este objetivo concluye, que, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.
3. Con relación al último Objetivo Específico (3), que debe precisar en qué medida con la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017. La prueba de hipótesis de este último objetivo concluye, que, si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, tal consideración si impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

Finalmente, respecto al Objetivo General que fue determinar de qué manera con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017. Al realizar la prueba de hipótesis relacionado con este objetivo, se concluye que con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, si se visualizará el impacto significativo del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.

Además, se observa que las ventas crecieron en forma significativa en los últimos 16 meses como resultado de la aplicación de medidas de acción y se pudo visualizar el impacto del plan estratégico

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos, se recomienda lo siguiente:

1. Para sobrevivir en un mercado altamente competitivo, como lo es el Cementerio, se recomienda ser combativo adicionando más servicios que los que generalmente brinda todo cementerio. A causa de la existencia de debilidades de carácter estructural muchas organizaciones quedan muy sensibles, por tanto, la supervivencia de estas entra en peligro, el entorno que ayuda mucho a toda organización cuando se le presta la debida atención, facilitándose acceso con vías en buen estado, seguridad ciudadana, para que los deudos que acudan a este cementerio, puedan sentirse protegidos.
2. Encontrándose como debilidades la carencia de planeamiento y el escaso entendimiento del entorno competitivo, lo que podría evitar que estas empresas consigan anticiparse, reaccionar y adaptarse ante cualquier cambio en el entorno empresarial, pero como es imposible de acuerdo a la legislación vigente, se recomienda ampliar el servicio, con la creación de nuevos servicios funerarios como crematorios y determinar lugares para el cuidado de las cenizas, que no necesitan de mucho espacio.
3. Si la planeación estratégica y el impacto de los factores del entorno competitivo no se analizan con en el éxito de las diferentes organizaciones; las teorías de como la aplicación de la Planificación Estratégica y Las Cinco Fuerzas Competitivas que Modelan la Estrategia, no se utilizan o son muy poco usadas en estas organizaciones, se corre el riesgo de dejar de ser competitivos, es decir estar a la par con empresas de éxito; por ello, se recomienda no descuidar y sobre todo conocer: el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la amenaza de nuevos competidores entrantes, la amenaza de nuevos productos o servicios sustitutos y tener claro no ignorando la rivalidad que existe con los competidores.

4. Sabiendo que la necesidad de todos los pueblos es contar con un lugar especial para cada etapa de la vida, la familia con una casa, para el estudio una escuela, para la actividad comercial un mercado y para la consumación final, el fallecimiento, que ha sido de mucha importancia tener un lugar adecuado, el cementerio, de acuerdo a sus creencias y costumbres de cada pueblo, se recomienda no descuidar este aspecto del fallecimiento, porque la mayoría no solo conservan cosas que el difunto ha utilizado o ha querido, creen conveniente guardar algo fuera del hogar, para hacer las visitas donde se recuerden sobretodo fechas inolvidables para la familia. Es importante considerar los lazos sentimentales con relación a la idea de la muerte y el deseo de permanecer cerca de sus seres queridos ya fallecidos. El cementerio lugar donde la ornamentación debe sobresalir por lo cual debe conservar personal de jardineros para el cuidado de la zona con el sembrado de árboles y mejorar las áreas verdes. Además de tener y dar con información precisa de ubicación de los difuntos, se deben ejecutar fumigaciones por la presencia de mosquitos que pueda concebir riesgo en problemas de la salud de los visitantes y de los trabajadores del campo santo.

5. Se recomienda que se revisen las medidas tomadas para que sean complementadas en el presente, a fin que las ventas sigan creciendo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bojórquez, M. y Pérez, A. (2013). *La Planeación Estratégica. Un Pilar En La Gestión Empresarial. El Buzón de Pacioli, I(81)*. Recuperado de:
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/81/Pacioli-81.pdf>
- David, F. (2013). *Conceptos de la Administración Estratégica*. (Vol. Decimocuarta Edición). México: Pearson Educación de México.
- El paraíso. (2006). *El paraíso parque cementerio*. (I. E. cementerio, Productor):
Recuperado de: <http://www.elparaisoparquecementerio.com/>.
- García, E. (2012). *Los factores organizacionales y del entorno como moderadores de la relación entre innovación y desempeño empresarial: diferencias entre pequeñas y grandes empresas*. Salamanca - España: Universidad de Salamanca. Acceso el 15 de enero de 2017. Recuperado de:
https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/121156/1/DAEE_GarciaZamoraEvelyn_Tesis.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL. Interamericana Editores.
- Hofer, C y Schendel, D. (1985). *Planeación Estratégica*. Mexico: Norma. Recuperado de: <http://www.aragon.unam.mx>
- Kirner, A. y Juarez, S. (2012). *Planeacion Estrategica*. Mexico: Alfaomega.
- Lua, M. (s/f). *Planeación estratégica*. Monografías. Recuperado de:
<https://www.monografias.com/trabajos96/planeacionestrategica/planeacionestrategica.shtml>
- Mamani, C. (2016). *“Propuesta de plan estratégico para un incremento de ventas de la empresa manufacturas San Francisco SRL. 2016”*. (UCSM, Ed.) Arequipa, Perú: Universidad Católica de Santa María. Acceso em 5 de noviembre de 2017. Recuperado de:
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSM_1168096b7e33811c551b6023f5429305
- Porter, M. (1996). *What is Strategy*. Harvard Business Review.
- Porter, M. (2017). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones.
- Ramírez, D. y Cabello, M. (1997). *Empresas Competitivas*. México: Mc Graw Hill.
- Sallenave Paul, j. (2003). *Gerencia y planeación estratégica*. Bogota-Colombia: norma.

Steiner, G. (2003). *Planeación Estratégica: lo que todo director debe saber*. Mexico: continental.

Wakerly, D., Mendenhall, W., & Scheaffer, R.(2008). *Estadística Matemática con Aplicaciones*. México: Editorial Latinoamericana S. A.

ANEXOS

Anexo 1: Carta de autorización para utilizar los datos de la Empresa.



CAMPOSANTO
PARQUES DEL PARAISO

Pachacamac, 06 de Diciembre del 2018

Señores

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a ustedes para comunicarles que esta empresa ha autorizado al Sr. Demetrio Enrique Mandujano Vásquez, utilizar los datos de la empresa para la elaboración de su Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, titulada: ESTUDIO DEL IMPACTO DEL PLAN ESTRATÉGICO EN EL ENTORNO ORGANIZACIONAL MEDIANTE EL USO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER QUE MODELAN LA ESTRATEGIA COMO FACTORES COMPETITIVOS CASO: CAMPO SANTO PARQUES DEL PARAÍSO.

Sin otro particular, expreso a usted un cordial saludo

Atentamente,

INVERSIONES Y DESARROLLO
PRADOS VERDES S.A.C.

Gerente de Finanzas

María Elena Marcilla Boyer

Inversiones y Desarrollo Prados Verdes SAC
Av. Las Palmas N°2020esq. Quebrada Verde – Pachacamac
WWW.parquesdelparaíso.com

Anexo 2: Matriz de Consistencia

Matriz de Consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones
¿De qué manera con el del uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017?	Determinar de qué manera con el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.	Con el del uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos, se visualizará el impacto significativo del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.	VI Impacto del Plan Estratégico	X1.- Elevada Competencias X2.- Negociación con Proveedores X3.- Creación de Nuevos Servicios
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
a)¿De qué manera con la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017?	a) Explicar de qué manera con la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.	a) Si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.	VD Entorno Organizacional	Ambiente de Operatividad
b) ¿De qué forma con el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017?	b) Formular de qué forma con el poder de negociación de los pro-veedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.	b) Si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.		
c) ¿En qué medida con la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017?	c) Precisar en qué medida con la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, se visualiza el impacto del plan estratégico en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.	c) Si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: “Campo Santo Parques del Paraíso”, en el periodo 2017.		

Anexo 3: Matriz de Operacionalización

Matriz de Operacionalización de Variables

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador
<p align="center">Impacto del Plan estratégico con el apoyo de las fuerzas de Porter</p>	<p>Para comprender el mercado se debe analizar en primera instancia a las cinco fuerzas que conforman su estructura profunda: amenaza de nuevos aspirantes, influencia de los proveedores, influencia de los compradores, la amenaza de los sustitutos y sobre todo la rivalidad entre competidores existentes.</p> <p>(Porter, 2017)</p>	<p>Herramienta muy aplicada para dar apoyo a los negocios para conseguir su máximo rendimiento</p>	<p>Elevada Competencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Economías de escala • Diferenciación del producto • Inversiones de capital • Acceso a canales de distribución • Política gubernamental
		<p>Por lo que se puede conseguir un mejor diagnóstico y análisis organizacional y poder diseñar nuevas estrategias empresariales</p>	<p>Negociación con Proveedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de proveedores en el área de servicio. • Poder de decisión en el precio por parte del proveedor. • Nivel de organización de los proveedores
			<p>Creación de nuevos servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propensión del comprador a sustituir. • Precios relativos de los servicios sustitutos. • Costo o facilidad del comprador. • Nivel percibido de diferenciación del servicio. • Disponibilidad de sustitutos cercanos.

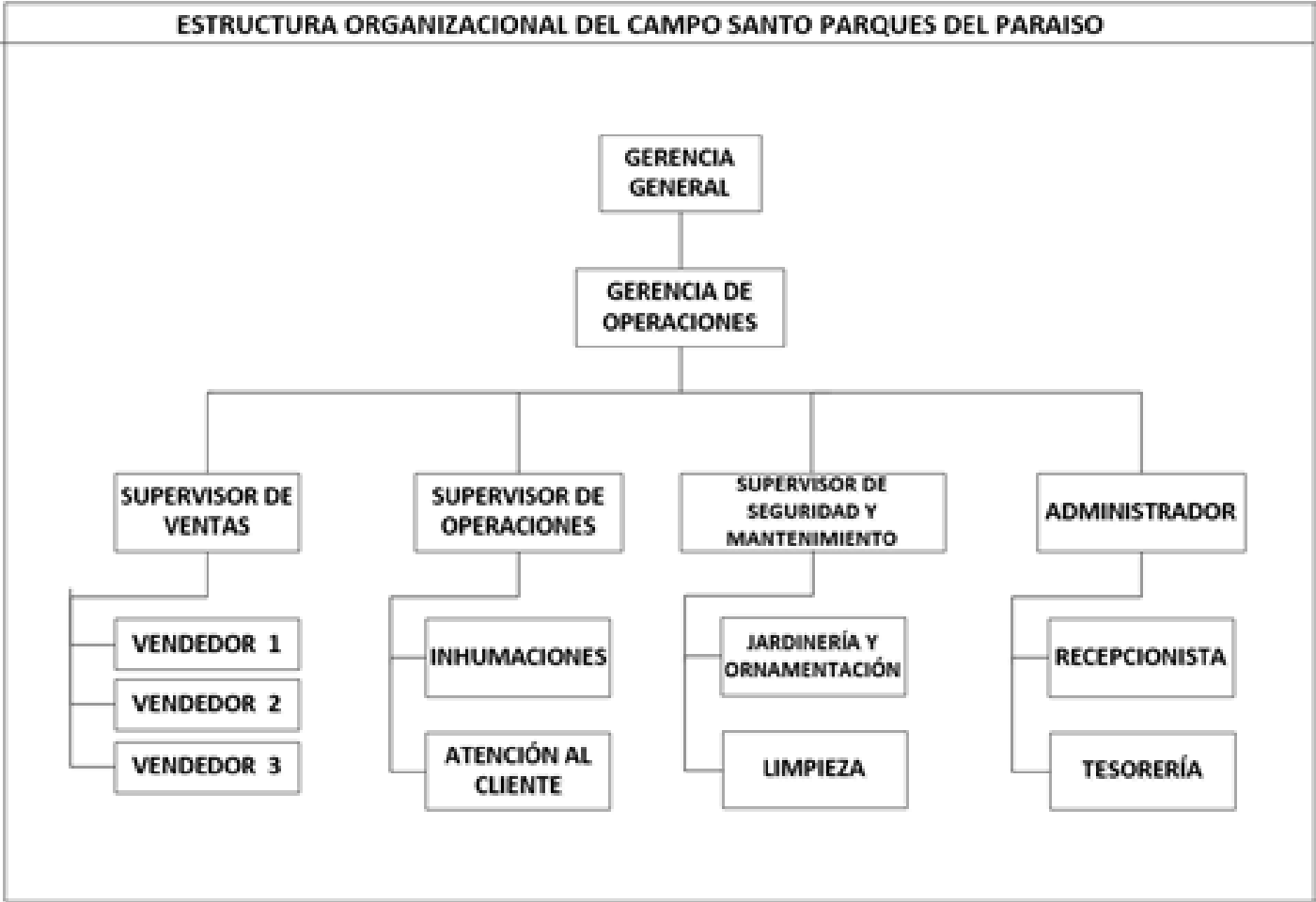
Fuente: Elaboración propia

Matriz de Operacionalización de Variables (continuación)

Variable dependiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Entorno Organizacional	<p>Son aquellos elementos que existen fuera de la organización y que tienen el potencial de afectarla total o parcialmente. Ejemplo: Políticas laborales que son pautas y normas que tiene una organización las cuales no deben de cumplirse al margen de la ley.</p>	<p>Es el elemento externo a la organización, que se utiliza como referencia correlacional, para determinar el impacto que recibirá por acción de la variable independiente, del Plan estratégico con el apoyo de las cinco fuerzas de Porter</p>	Ambiente de Operatividad	Pobladores de la zona

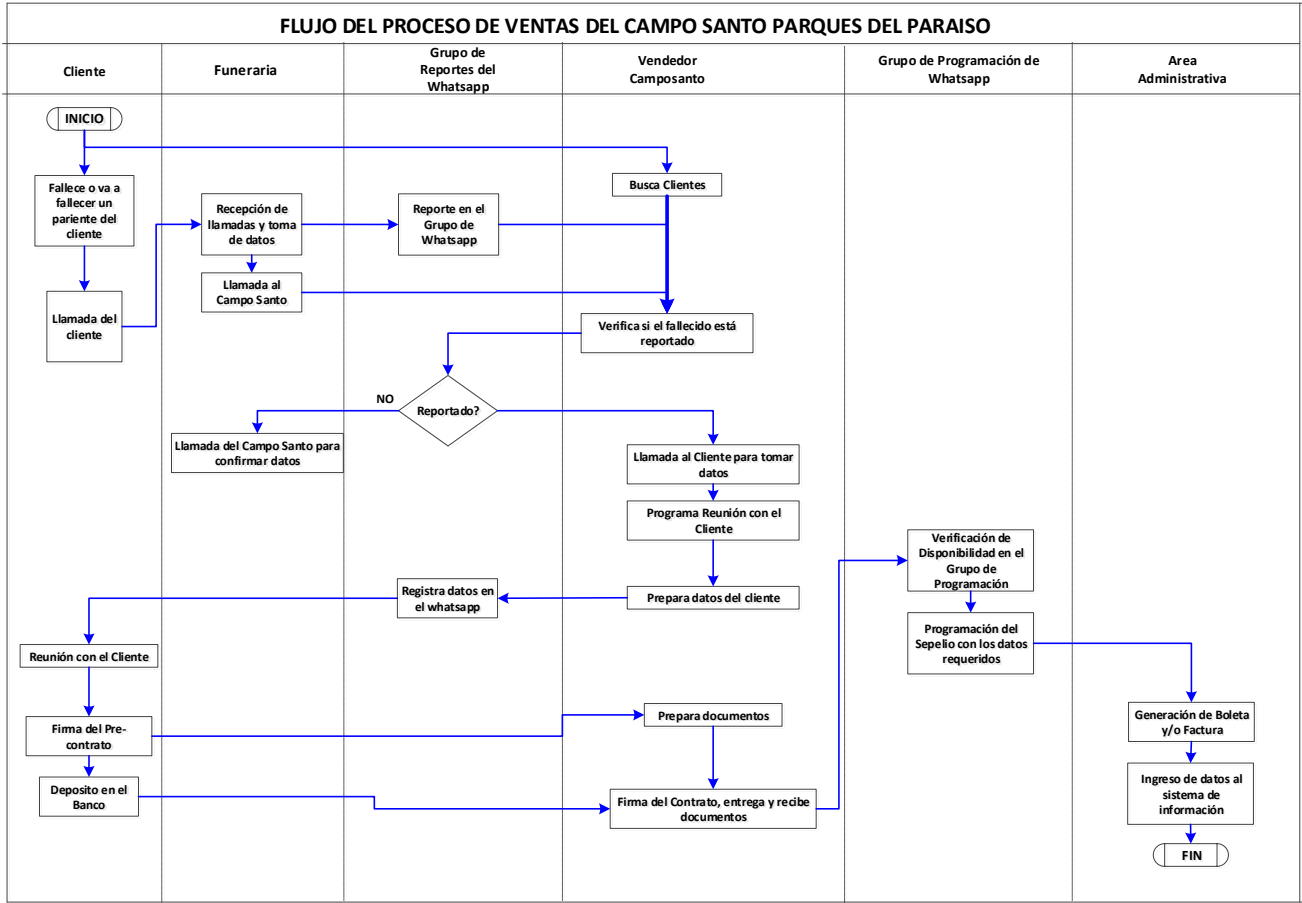
Fuente: Elaboración propia

Anexo 4: Estructura Organizacional Mejorada

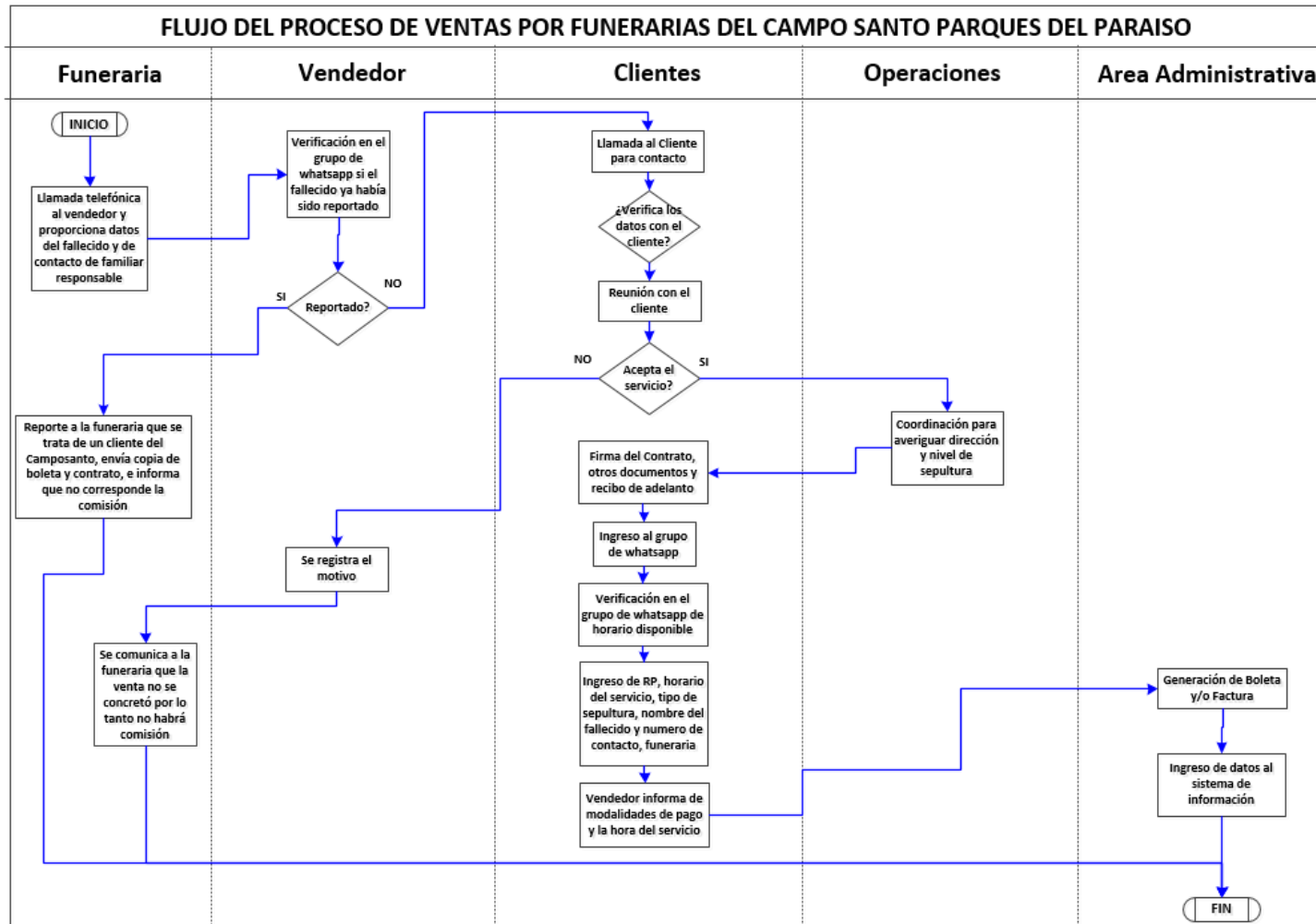


Fuente: Elaboración propia

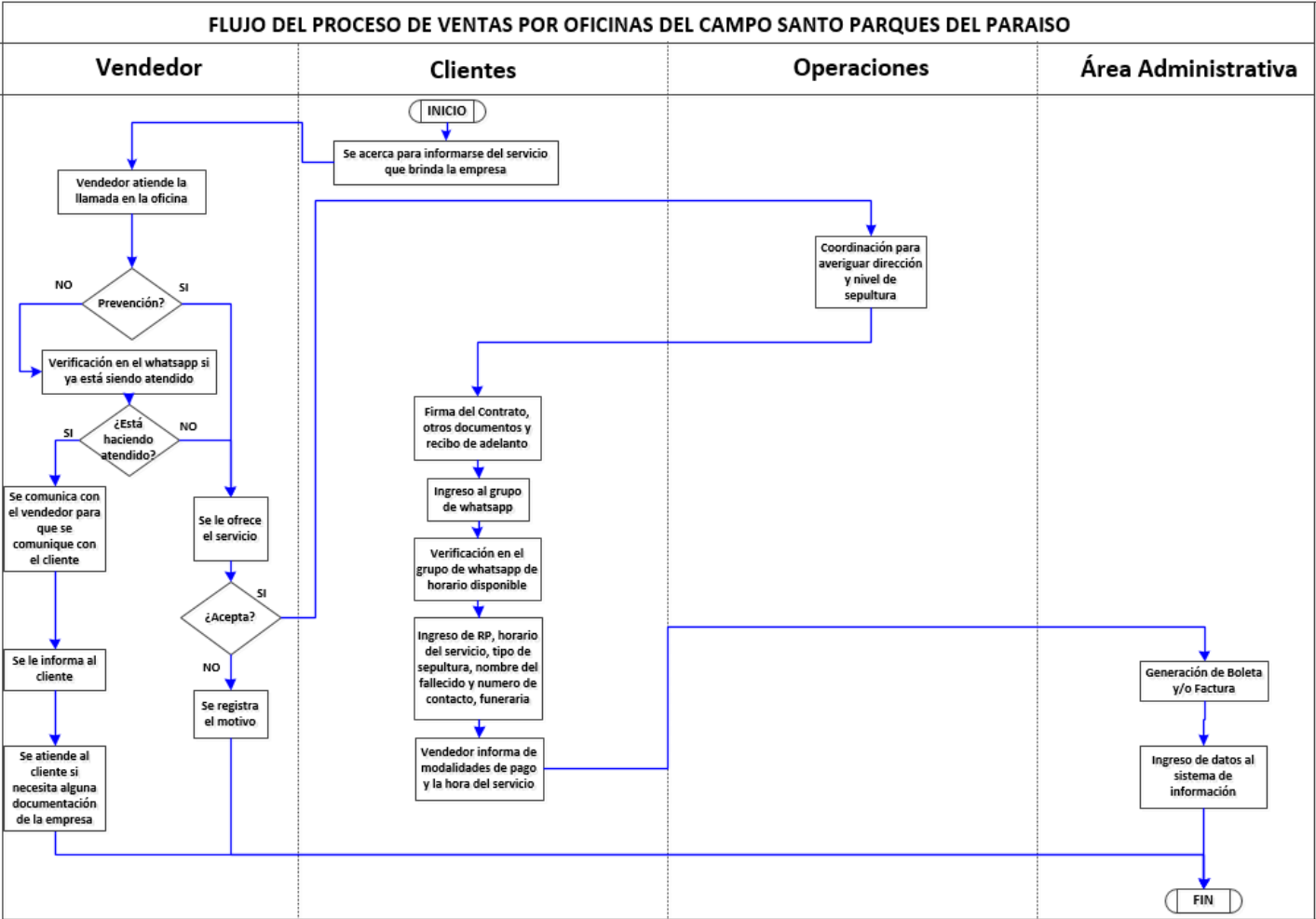
Anexo 5: Flujo del Proceso de Ventas Mejorado



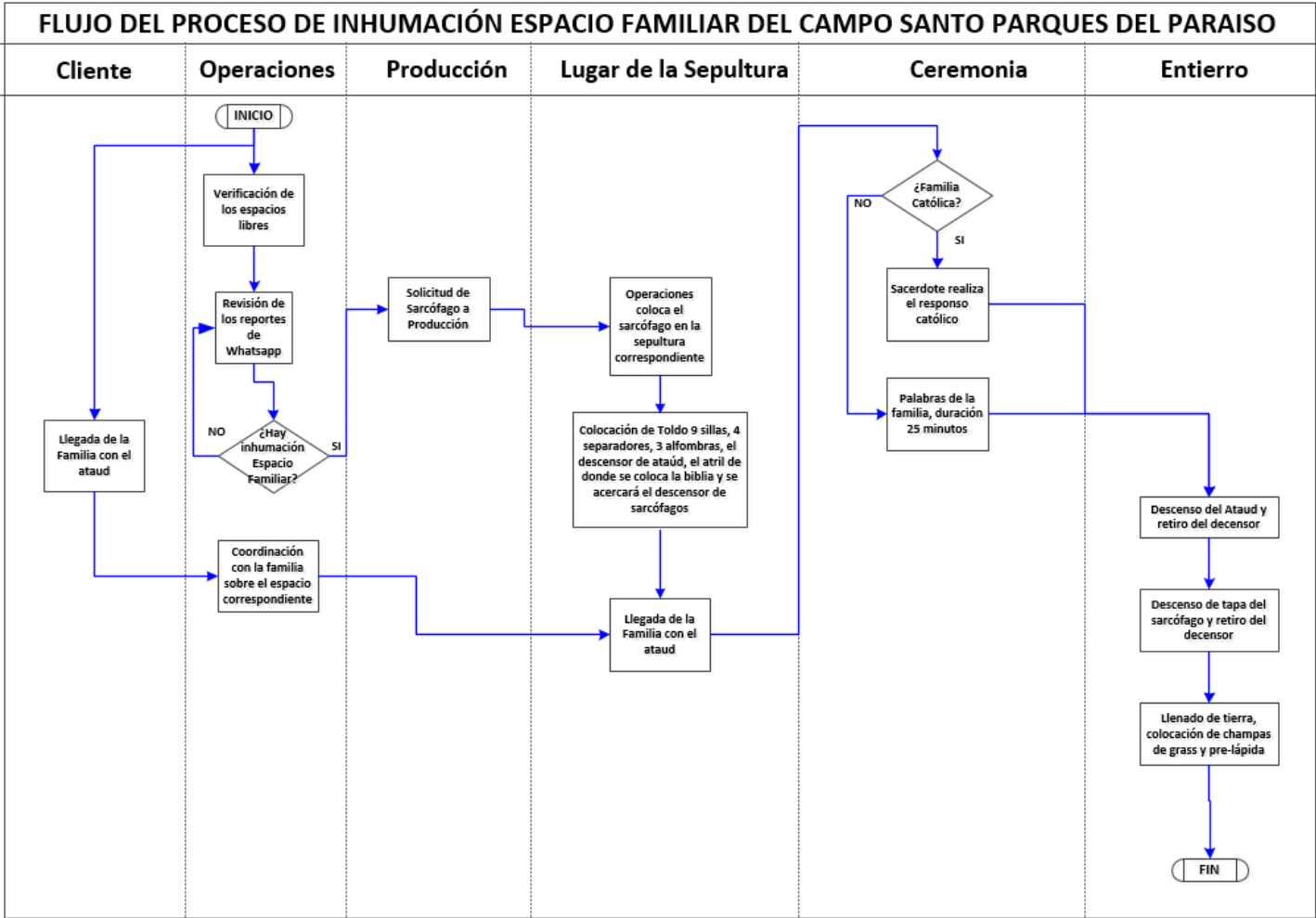
Anexo 6: Flujo del Proceso de Ventas por Funerarias Mejorado



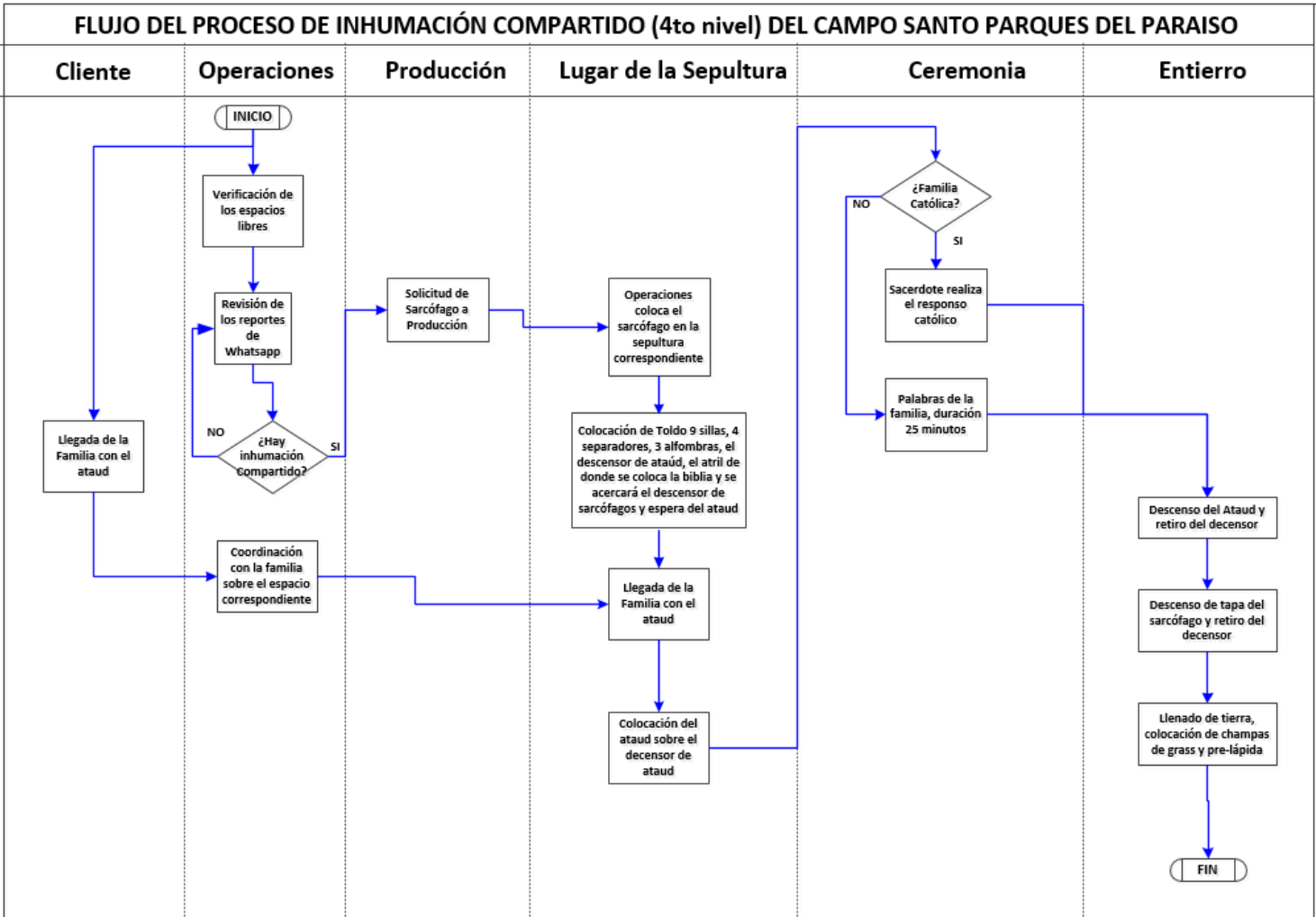
Anexo 7: Flujo del Proceso de Ventas por Oficinas Mejorado



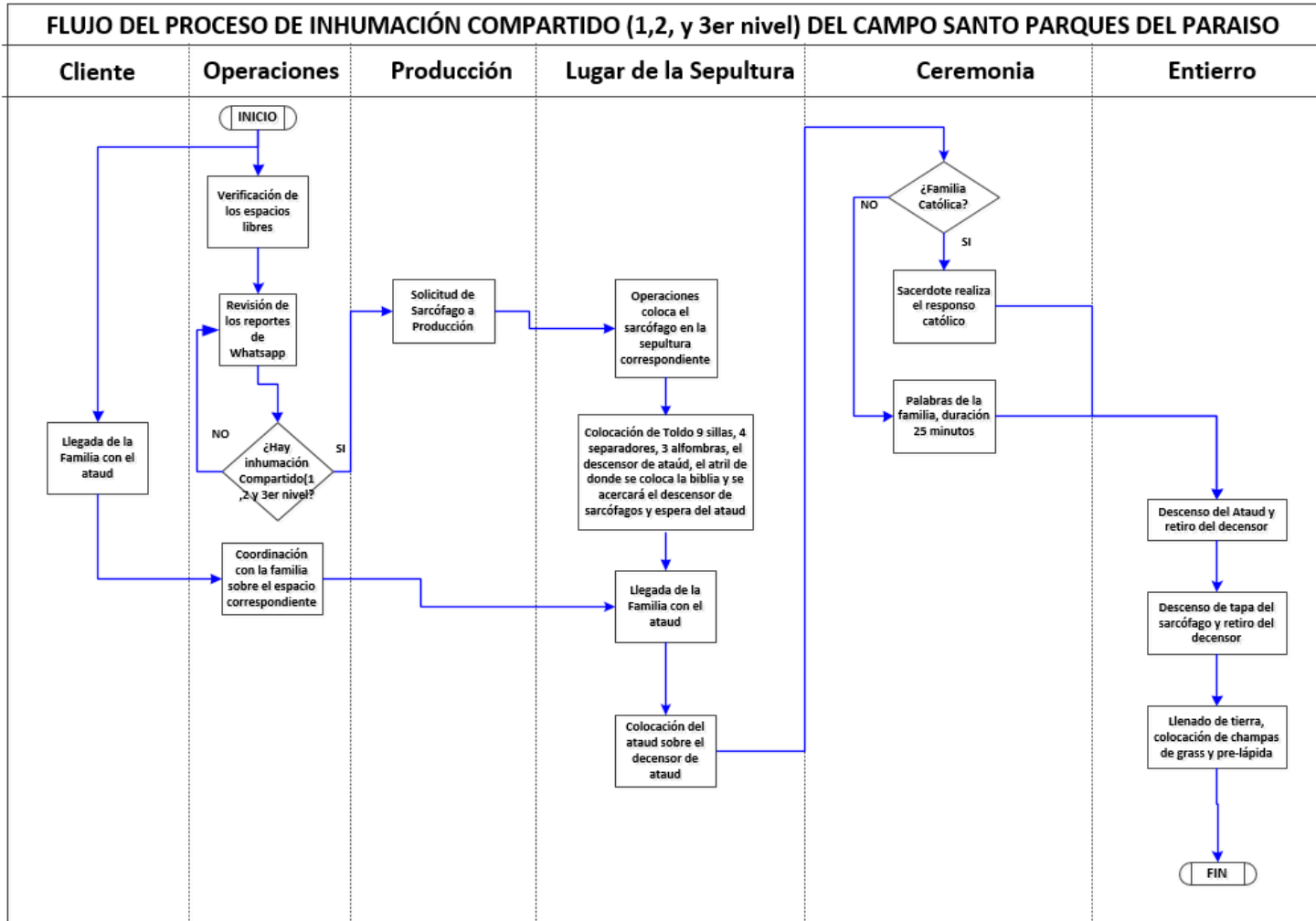
Anexo 8: Flujo del Proceso de Inhumación Espacio Familiar



Anexo 9: Flujo del Proceso de Inhumación Compartido (4to nivel)



Anexo 10: Flujo del Proceso de Inhumación Compartido (1er, 2do, y 3er Nivel)



Anexo 11: Lista de Precios Actual

■ **Lista de Precios Actual:**

TIPOS DE SEPULTURA	SERVICIO DE INHUMACIÓN	PRECIO AL CONTADO
PERSONAL	-	S/12,000.00
FAMILIAR (2)	S/600.00	S/11,500.00
FAMILIAR (3)	S/600.00	S/12,200.00
FAMILIAR (4)	S/500.00	S/12,900.00
FAMILIAR (5)	S/500.00	S/13,900.00
COMPARTIDO (6)	-	S/3,200.00
JUMBO COMPARTIDO (4)	-	S/5,000.00

PRECIOS A CREDITO (MESES)				
INICIAL	6	12	24	36
S/3,970.00	S/1,470.00	S/810.00	S/460.00	S/345.00
S/3,270.00	S/1,505.00	S/830.00	S/470.00	S/355.00
S/3,570.00	S/1,580.00	S/870.00	S/500.00	S/375.00
S/3,870.00	S/1,655.00	S/915.00	S/520.00	S/395.00
S/4,170.00	S/1,785.00	S/985.00	S/560.00	S/425.00
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-

Anexo 12: Encuesta

ENCUESTA

Estudio del impacto del plan estratégico en el entorno organizacional mediante el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos. Caso: “Campo Santo Parques Del Paraíso”

Instructivo:

Siempre (S) Casi Siempre (CS) A Veces (AV) Casi Nunca (CN) Nunca (N)

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
1.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
2.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
3.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
4.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico economía de escala de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
5.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico la diferenciación del producto de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
6.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico las inversiones de capital de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
7.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico el acceso a canales de distribución de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
8.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico políticas gubernamentales de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
9.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de la cantidad proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
10.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de decisión en el precio de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
11.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el nivel de organización de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
12.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico la propensión del comprador a sustituir servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
13.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico los precios relativos de los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
14.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico los costos o facilidades al comprador relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N
15.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico el nivel percibido de diferenciación relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					
16.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico la disponibilidad relativa a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?					

GRACIAS POR PARTICIPAR

Anexo 13: Resumen de la Encuesta

RESUMEN DE LA ENCUESTA

Estudio del impacto del plan estratégico en el entorno organizacional mediante el uso de las cinco fuerzas de Porter que modelan la estrategia como factores competitivos. Caso: “campo santo parques del paraíso”

Instructivo:

Siempre (S) Casi Siempre (CS) A Veces (AV) Casi Nunca (CN) Nunca (N)

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N	Total
1.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	35	101	162	22	19	339
2.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	40	156	108	23	12	339
3.- ¿Cree usted que, si se considera dentro del plan estratégico la facilidad de creación de productos de servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	67	144	96	17	15	339
4.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico economía de escala de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	51	87	116	41	44	339
5.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico la diferenciación del producto de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	49	82	147	35	26	339
6.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico las inversiones de capital de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, tal consideración impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	41	72	166	27	33	339
7.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico el acceso a canales de distribución de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	68	79	145	33	14	339

PREGUNTAS	S	CS	AV	CN	N	Total
8.- ¿Espera usted que, si se considera dentro del plan estratégico políticas gubernamentales de la elevada competencia de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	64	75	143	39	18	339
9.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de negociación de la cantidad proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	43	168	98	30	0	339
10.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el poder de decisión en el precio de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	41	157	109	20	12	339
11.- ¿Qué opina, si se considera dentro del plan estratégico el nivel de organización de los proveedores de las empresas del rubro de servicios de entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	52	154	99	34	0	339
12.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico la propensión del comprador a sustituir servicios en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	66	87	112	19	55	339
13.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico los precios relativos de los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	72	89	101	45	32	339
14.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico los costos o facilidades al comprador relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	57	95	117	41	29	339
15.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico el nivel percibido de diferenciación relativos a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	71	88	89	58	33	339
16.- ¿Espera usted que si se considera dentro del plan estratégico la disponibilidad relativa a los servicios sustitutos en las empresas del rubro entierro, impactará significativamente en el entorno organizacional del caso: Campo Santo Parques del Paraíso?	83	71	93	41	51	339

Anexo 14. Tabla CHI-Cuadrado

TABLA CHI-CUADRADO													
(Valores “ χ^2 ”, según el área sombreada)													
Lea Usted el cruce de la columna según el área con la fila según los grados de libertad.													
N	$\chi^2_{0,995}$	$\chi^2_{0,99}$	$\chi^2_{0,975}$	$\chi^2_{0,95}$	$\chi^2_{0,90}$	$\chi^2_{0,75}$	$\chi^2_{0,50}$	$\chi^2_{0,25}$	$\chi^2_{0,10}$	$\chi^2_{0,05}$	$\chi^2_{0,025}$	$\chi^2_{0,01}$	$\chi^2_{0,005}$
1	7,88	6,63	5,02	3,84	2,71	1,32	0,455	0,102	0,016	0,004	0,001	0,0002	0,000
2	10,6	9,21	7,38	5,99	4,61	2,77	1,39	0,575	0,211	0,103	0,051	0,0201	0,010
3	12,8	11,3	9,35	7,81	6,25	4,11	2,37	1,21	0,584	0,352	0,216	0,115	0,072
4	14,9	13,3	11,1	9,49	7,78	5,39	3,36	1,92	1,06	0,711	0,484	0,297	0,207
5	16,7	15,1	12,8	11,1	9,24	6,63	4,35	2,67	1,61	1,15	0,831	0,554	0,412
6	18,5	16,8	14,4	12,6	10,6	7,84	5,35	3,45	2,20	1,64	1,24	0,872	0,676
7	20,3	18,5	16,0	14,1	12,0	9,04	6,35	4,25	2,83	2,17	1,69	1,24	0,989
8	22,0	20,1	17,5	15,5	13,4	10,2	7,34	5,07	3,49	2,73	2,18	1,65	1,34
9	23,6	21,7	19,0	16,9	14,7	11,4	8,34	5,90	4,17	3,33	2,70	2,09	1,73
10	25,2	23,2	20,5	18,3	16,0	12,5	9,34	6,74	4,87	3,94	3,25	2,56	2,16
11	26,8	24,7	21,9	19,7	17,3	13,7	10,3	7,58	5,58	4,57	3,82	3,05	2,60
12	28,3	26,2	23,3	21,0	18,5	14,8	11,3	8,44	6,30	5,23	4,40	3,57	3,07
13	29,8	27,7	24,7	22,4	19,8	16,0	12,3	9,30	7,04	5,89	5,01	4,11	3,57
14	31,3	29,1	26,1	23,7	21,1	17,1	13,3	10,2	7,79	6,57	5,63	4,66	4,07
15	32,8	30,6	27,5	25,0	22,3	18,2	14,3	11,0	8,55	7,26	6,26	5,23	4,60
16	34,3	32,0	28,8	26,3	23,5	19,4	15,3	11,9	9,31	7,96	6,91	5,81	5,14
17	35,7	33,4	30,2	27,6	24,8	20,5	16,3	12,8	10,1	8,67	7,56	6,41	5,70
18	37,2	34,8	31,5	28,9	26,0	21,6	17,3	13,7	10,9	9,39	8,23	7,01	6,26
19	38,6	36,2	32,9	30,1	27,2	22,7	18,3	14,6	11,7	10,1	8,91	7,63	6,84
20	40,0	37,6	34,2	31,4	28,4	23,8	19,3	15,5	12,4	10,9	9,59	8,26	7,43

21	41,4	38,9	35,5	32,7	29,6	24,9	20,3	16,3	13,2	11,6	10,3	8,90	8,03
22	42,8	40,3	36,8	33,9	30,8	26,0	21,3	17,2	14,0	12,3	11,0	9,54	8,64
23	44,2	41,6	38,1	35,2	32,0	27,1	22,3	18,1	14,8	13,1	11,7	10,2	9,26
24	45,6	43,0	39,4	36,4	33,2	28,2	23,3	19,0	15,7	13,8	12,4	10,9	9,89
25	46,9	44,3	40,6	37,7	34,4	29,3	24,3	19,9	16,5	14,6	13,1	11,5	10,5
26	48,3	45,6	41,9	38,9	35,6	30,4	25,3	20,8	17,3	15,4	13,8	12,2	11,2
27	49,6	47,0	43,2	40,1	36,7	31,5	26,3	21,7	18,1	16,2	14,6	12,9	11,8
28	51,0	48,3	44,5	41,3	37,9	32,6	27,3	22,7	18,9	16,9	15,3	13,6	12,5
29	52,3	49,6	45,7	42,6	39,1	33,7	28,3	23,6	19,8	17,7	16,0	14,3	13,1
30	53,7	50,9	47,0	43,8	40,3	34,8	29,3	24,5	20,6	18,5	16,8	15,0	13,8
40	66,8	63,7	59,3	55,8	51,8	45,6	39,3	33,7	29,1	26,5	24,4	22,2	20,7
50	79,5	76,2	71,4	67,5	63,2	56,3	49,3	42,9	37,7	34,8	32,4	29,7	28,0
60	92,0	88,4	83,3	79,1	74,4	67,0	59,3	52,3	46,5	43,2	40,5	37,5	35,5
70	104,2	100,4	95,0	90,5	85,5	77,6	69,3	61,7	55,3	51,7	48,8	45,4	43,3
80	116,3	112,3	106,6	101,9	96,6	88,1	79,3	71,1	64,3	60,4	57,2	53,5	51,2