

Primera Edición  
Digital

2022

CAPACIDADES EMPRESARIALES  
DETERMINANTES DEL DESARROLLO  
ECONÓMICO DE LAS MYPES DE SERVICIOS

*El objetivo de esta investigación es analizar las influencias que tienen las capacidades empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco.*

ALVARADO CHÁVEZ, Clayton  
ENCISO GUTIÉRREZ, Isidro Teodolfo  
TELLO CORNEJO, Janeth Leynig  
CORCINO BARRUETA, María Teresa



ALVARADO CHÁVEZ, Clayton  
ENCISO GUTIÉRREZ, Isidro Teodolfo  
TELLO CORNEJO, Janeth Leynig  
CORCINO BARRUETA, María Teresa

**CAPACIDADES EMPRESARIALES  
DETERMINANTES DEL DESARROLLO  
ECONÓMICO DE LAS MYPES DE SERVICIOS**

**Editor**

**ALVARADO CHÁVEZ, Clayton**

**CAPACIDADES EMPRESARIALES DETERMINANTES  
DEL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS MYPES DE  
SERVICIOS**

**Autores**

- © ALVARADO CHÁVEZ, Clayton  
© ENCISO GUTIÉRREZ, Isidro Teodolfo  
© TELLO CORNEJO, Janeth Leynig  
© CORCINO BARRUETA, María Teresa

**Hecho el Depósito Legal en la  
Biblioteca Nacional del Perú N°: 202206778**

**Primera Edición Digital: Julio, 2022**

**Publicación disponible en:**

<https://www.unheval.edu.pe/useybt/>

**Editado por:**

ALVARADO CHÁVEZ, Clayton

**Dirección:** Jr. Pachacútec N° 225

Huánuco – Huánuco – Huánuco

Perú

**ISBN: 978-612-00-7898-3**

**Derechos Reservados.** Prohibida la reproducción de este Libro Virtual por cualquier medio total o parcial, sin permiso expreso de los autores.

ISBN: 978-612-00-7898-3



## DEDICATORIA

### **A mis padres.**

Que sin ellos no habría logrado una meta más en mi vida profesional. Mamá gracias por estar a mi lado en esta etapa de mi posgrado, por tu apoyo moral y entusiasmo. Papá (q.e.p.d.) por el tiempo que estuviste conmigo, compartiendo tus experiencias, conocimientos y consejos, por tu amor,

Gracias.

### **A mis maestros.**

Por el tiempo y esfuerzo que dedicaron a compartir sus conocimientos, sin su instrucción profesional no habría llegado a este nivel. Quienes demostraron vocación al impartir su cátedra de tal manera que lección aprendida, lección aplicada.

### **A Dios.**

Por darme la vida, salud y sabiduría a lo largo del estudio del doctorado en la UNHEVAL.

## AGRADECIMIENTO

A la UNHEVAL que me dio la bienvenida al mundo del conocimiento tal como es, a las oportunidades que me ha brindado y así poder realizarme profesionalmente.

Agradezco mucho por la ayuda de mis maestros, mis compañeros de trabajo y a la universidad en general por todo lo aprendido y los conocimientos que me otorgaron.

Agradezco a los empresarios que colaboraron con la realización de este trabajo de investigación.

## RESUMEN

El mundo actual se encuentra en constante cambio, lo que se caracteriza por un escenario Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo, para toda empresa, y la adaptación para superar las barreras creadas por el nuevo entorno dependerá de que logren desarrollar los dueños, jefes o gerentes de las MYPE las capacidades empresariales. La realidad está sirviendo, una vez más, como la oportunidad del aprendizaje y de la virtud. Es así como se ha desarrollado el progreso humano a lo largo de siglos. El objetivo de esta investigación es analizar las influencias que tienen las capacidades empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco. Para lograrlo se propuso el uso de una metodología del enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, donde el nivel de investigación fue el descriptivo- explicativo de corte transeccional por que se obtuvo los datos en un solo momento, la población lo conformaron 10452 MYPE del rubro de servicios, mientras que la muestra estuvo conformada por 350 empresarios formales, tuvo un diseño NO experimental, debido a que la variable independiente: capacidades empresariales no se le manipulo; se utilizó como técnicas a la revisión bibliografía, la encuesta y la estadística, cada uno de ellos con sus respectivos instrumentos. Los resultados obtenidos muestran que el mayor porcentaje de encuestados fueron microempresarios, asimismo revelaron tener habilidades y capacidades empresariales, también manifestaron estar de acuerdo con su productividad, teniendo en cuenta su eficiencia, eficacia y efectividad, las que les generan mayores ventas y mayor desarrollo económico; a la vez se pudo demostrar que estas capacidades influyen significativamente en el crecimiento económico empresarial de su negocio. Los datos exponen que las capacidades gerenciales y funcionales que mostraron los

dueños o gerentes de estas microempresas, fueron adquiridos a través de la experiencia, vivencia y años de permanencia en el mercado como empresas.

# ÍNDICE

DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
RESUMEN.....	6
ÍNDICE.....	8
RELACION DE CUADROS.....	11
RELACION DE GRÁFICOS.....	15
INTRODUCCIÓN.....	17

<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>20</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>20</b>

1.1. <i>Fundamentación del problema</i> .....	21
1.2. <i>Justificación e importancia de la investigación</i> .....	29
1.2.1. Justificación.....	29
1.2.2. Importancia.....	30
1.3. <i>Viabilidad de la Investigación</i> .....	30
1.4. <i>Formulación del problema</i> .....	31
1.4.1. Problema general.....	31
1.4.2. Problemas específicos.....	31
1.5. <i>Formulación de Objetivos</i> .....	31
1.5.1. Objetivo general.....	31
1.5.2. Objetivos específicos.....	31

<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>32</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>32</b>

2.1. <i>Antecedentes de investigación</i> .....	33
2.2. <i>Bases teóricas</i> .....	38
2.2.1. Base teórica de la variable capacidades empresariales.....	38
2.2.2. Base teórica de la variable desarrollo económico empresarial:.....	49
2.3. <i>Bases conceptuales</i> .....	65
2.4. <i>Bases epistemológicas</i> .....	67

**CAPÍTULO 3.....68**  
**SISTEMA DE HIPÓTESIS .....68**

**3.1. Formulación de las Hipótesis (Considerar Hipótesis nulas, Hipótesis de investigación o Hipótesis alternas si fueran necesarios) .....69**  
    3.1.1. Hipótesis general .....69  
    3.1.2. Hipótesis específica.....69  
**3.2. Operacionalización de variables .....71**  
**3.3. Definición operacional de las variables.....74**

**CAPÍTULO 4.....78**  
**MARCO METODOLÓGICO .....78**

**4.1. Ámbito .....79**  
**4.2. Nivel y tipo de estudio .....79**  
    4.2.1. Nivel de estudio .....79  
    4.2.2. Tipo de investigación .....80  
**4.3. Población y muestra .....80**  
    4.3.1. Descripción de la población.....80  
    4.3.2. Muestra y método de muestreo .....81  
        4.3.2.1. Muestra.....81  
        4.3.2.2. Método de muestreo .....83  
    4.3.3. Criterios de inclusión y exclusión .....84  
**4.4. Diseño de investigación .....84**  
**4.5. Técnicas e instrumentos .....86**  
    4.5.1. Técnicas .....86  
    4.5.2. Instrumentos .....87  
        4.5.2.1. Validación de los instrumentos .....89  
        4.5.2.2. Confiabilidad de los instrumentos .....89  
**4.6. Técnicas para el procedimiento y análisis de datos.....91**  
**4.7. Aspectos éticos (consentimiento informado, protocolos etc. para los trabajos que se realizan con personas o animales) .....92**

**CAPÍTULO 5.....93**  
**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....93**

**5.1. Análisis descriptivo .....94**  
**5.2. Análisis inferencial y/o Contrastación de Hipótesis .....147**

**CAPÍTULO 6.....157**  
**DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....157**

**6.1. Discusión de los resultados.....158**  
**6.2. Aporte de la investigación de la investigación .....161**

<b>CAPÍTULO 7.....</b>	<b>163</b>
<b>CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....</b>	<b>163</b>
<b>7.1. Conclusiones .....</b>	<b>164</b>
<b>7.2. Sugerencias .....</b>	<b>165</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>166</b>

## RELACION DE CUADROS

N°	Descripción	Pág.
<b>01</b>	Numero de Mypes formales, según tipos de Empresas de la región de Huánuco: 2011-2016	<b>24</b>
<b>02</b>	Numero de Mypes formales, del sector servicio de la región de Huánuco: 2015-2016	<b>24</b>
<b>03</b>	Características de las Mype, según las normas dadas, N° de trabajadores y ventas.	<b>55</b>
<b>04</b>	Mipyme formales de servicios, según CIIU, 2019	<b>63</b>
<b>05</b>	población y muestra de Mypes formales, del sector servicio de la región de Huánuco	<b>80</b>
<b>06</b>	Perú: empresas formales, según segmento empresarial:2015-2019	<b>90</b>
<b>07</b>	Perú: Mipyme formales, según sector económico :2015-2019	<b>91</b>
<b>08</b>	Perú: Mipyme formales de servicios, según CIIU :2015-2019	<b>92</b>
<b>09</b>	Mipyme formales, según estrato empresarial, región de Huánuco. :2015-2019	<b>93</b>
<b>10</b>	Huánuco: PBI por sectores (2006 -2008)	<b>94</b>
<b>11</b>	microempresarios del sector servicios, según años de experiencia de la región de Huánuco	<b>95</b>
<b>12</b>	microempresarios del sector servicios, según CIU y actividades económicas de la región de Huánuco	<b>95</b>
<b>13</b>	microempresarios del sector servicios, según número de empleados, de la región de Huánuco	<b>96</b>
<b>14</b>	Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado	<b>97</b>
<b>15</b>	Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio	<b>98</b>
<b>16</b>	Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes	<b>99</b>

<b>17</b>	Observo que la comunicación, coordinación confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio	<b>100</b>
<b>18</b>	Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias	<b>101</b>
<b>19</b>	Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia	<b>102</b>
<b>20</b>	Resumen: Capacidades Gerenciales De Los Microempresarios De La Región De Huánuco	<b>103</b>
<b>21</b>	Gracias a las agencias electrónicas (redes sociales) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes	<b>104</b>
<b>22</b>	El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones	<b>105</b>
<b>23</b>	El enfoque de servicios al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco	<b>107</b>
<b>24</b>	Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes	<b>108</b>
<b>25</b>	Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa	<b>109</b>
<b>26</b>	Los recursos físicos (herramientas, maquinarias, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes	<b>110</b>
<b>27</b>	El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia	<b>111</b>
<b>28</b>	Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted este mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia	<b>112</b>
<b>29</b>	RESUMEN: CAPACIDADES FUNCIONALES DE LOS MICROEMPRESARIOS DE LA REGIÓN DE HUANUCO:2021	<b>113</b>

<b>30</b>	Las actividades que ejecutan su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio	<b>114</b>
<b>31</b>	Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar	<b>115</b>
<b>32</b>	Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios	<b>116</b>
<b>33</b>	Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa	<b>117</b>
<b>34</b>	La relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	<b>118</b>
<b>35</b>	Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	<b>119</b>
<b>36</b>	En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados	<b>120</b>
<b>37</b>	Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir	<b>121</b>
<b>38</b>	Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las ordenes de servicios por colocar	<b>122</b>
<b>39</b>	El mercado valora el impacto de lo que se hace del servicio prestado	<b>123</b>
<b>40</b>	Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias	<b>124</b>
<b>41</b>	El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado	<b>125</b>
<b>42</b>	Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente	<b>126</b>
<b>43</b>	Resumen: desarrollo económico de los microempresarios de servicios de la región de Huánuco: 2021	<b>127</b>
<b>44</b>	Resumen de procesamiento de casos	<b>129</b>
<b>45</b>	Tabla cruzada capacidades empresariales *desarrollo económico	<b>129</b>
<b>46</b>	Pruebas de chi-cuadrado	<b>130</b>
<b>47</b>	Resumen de procesamiento de casos	<b>132</b>
<b>48</b>	Tabla cruzada capacidades gerenciales*desarrollo económico	<b>133</b>
<b>49</b>	Cuadro n°49 pruebas de chi-cuadrado	<b>133</b>

<b>50</b>	Resumen de procesamiento de casos	<b>135</b>
<b>51</b>	Tabla cruzada capacidades funcionales*desarrollo económico	<b>136</b>
<b>52</b>	Pruebas de chi-cuadrado	<b>136</b>

## RELACION DE GRÁFICOS

N°	Descripción	Pág.
01	Factores que limitan el desarrollo de las pymes	01
02	Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado	97
03	Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio	98
04	Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes	99
05	Observo que la comunicación, coordinación confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio	100
06	Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias	101
07	Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia	102
08	Gracias a las agencias electrónicas (redes sociales) mi negocio tiene mayor afluencia de cliente	105
09	El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones	106
10	El enfoque de servicios al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco	107
11	Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes	108
12	Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa	109
13	Los recursos físicos (herramientas, maquinarias, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes	110

14	El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia	111
15	Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia	112
16	Las actividades que ejecutan su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio	114
17	Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar	115
18	Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios	116
19	Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa	117
20	La relación entre los resultados logrados y lo resultados propuestos	118
21	Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	119
22	En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados	120
23	Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir	121
24	Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las ordenes de servicios por colocar	122
25	El mercado valora el impacto de lo que se hace del servicio prestado	123
26	Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias	124
27	El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado	125
28	Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente	126
29	Prueba de hipótesis general con chi cuadrado	131
30	Prueba de hipótesis específica 01 con chi cuadrado	134
31	Prueba de hipótesis específica 02 con chi cuadrado	137

## INTRODUCCIÓN

Las Pequeñas y Microempresas (PYME) en el Perú tienen importantes repercusiones económicas y sociales para el proceso de desarrollo nacional. En efecto, según el (INEI,2010) constituyen cerca del 95% de todas las empresas existentes en el país, crea empleo alrededor del 75% de la Población Económicamente Activa (PEA) y genera riqueza en más del 45% del Producto Bruto Interno (PBI). En ese sentido, las PYME se constituyen en la mejor alternativa para hacer frente al desempleo nacional. (Ok para J.& Wynn, P. ;2007) afirman que: “los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo. Estudios previos indican que “la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados” (Avollo B. y otros; 2011). Perú no escapa a esta realidad, por eso hace falta de estudios empíricos que nos permitan entender el éxito empresarial y la permanencia en este mercado competitivo y ante un contexto volátil, incierto, complejo y ambiguo.

Según el INEI (2019): Del total de las unidades empresariales en el año 2018, 2 millones 270 mil 423 fueron clasificadas como microempresas (94,9%), seguido de 100 mil 443 pequeñas empresas (4,2%), 14 mil 281 grandes y medianas empresas (0,6%) y 7 mil 886 que representaron a la administración pública (0,3%), por lo que insistimos en el nombre MYPE.

La teoría del Crecimiento Empresarial, explica que, en los Recursos y Capacidades, se fundamenta el éxito empresarial y por ello en la presente investigación, utilizamos el esclarecimiento de las Capacidades Empresariales

(gerenciales y funcionales), como fundamento del desarrollo del económico empresarial (productividad) a través de sus dimensiones de eficiencia, eficacia y efectividad. La pregunta de investigación general fue: ¿Cómo influyen las Capacidades Empresariales en el Desarrollo Económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco?; Y como preguntas específicas: ¿Cómo influyen las capacidades gerenciales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco? Y ¿Cómo influyen las capacidades funcionales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco? Los objetivos que guiaron la investigación fueron: “Analizar la influencia que tienen las capacidades empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco”; como objetivos específicos se plantearon: “Determinar la influencia que tienen las capacidades gerenciales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco” y “Establecer la influencia que tienen las capacidades funcionales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco”.

Se justifico por las siguientes razones: 1. Se Enfoco en estudiar las capacidades empresariales que deberían desarrollar los empresarios a fin de tener éxito en la gestión de sus Mypes; las mismas que están explicadas por las capacidades gerenciales y funcionales, ya que sin el desarrollo de estas la empresa corre el riesgo de ser eficiente económicamente y su posible desaparición. 2. Se pudo organizar un marco conceptual que nos permita explicar la problemática del bajo desarrollo económico de las Mypes en la región de Huánuco, teniendo como base al dueño de estas Mypes, quien hace de jefe o empresario y es quien direcciona su negocio, poniendo de relieve al talento humano como base fundamental en la sociedad del conocimiento. 3. se investigó al empresario formal, con sus capacidades

empresariales que los ha adquirido antes o después de formar su empresa, desde un punto de vista integral y así hacer crecer su empresa.

El contexto en el que se desarrolló la investigación, de acuerdo a nuestro título está delimitado en la región de Huánuco, pero por ser la localidad de Huánuco la que concentra el mayor porcentaje de PYNES de servicios se tomó como referencia a este lugar; el Segmento del sector económico a la que pertenece nuestra investigación es la de los Servicios (hotelería, restaurantes, enseñanza, esparcimiento culturales y deportivas, transportes, correo y telecomunicación, etc.). Y el estudio trato de empresarios con negocios propios y formales que pertenecen a la Cámara de Comercio de Huánuco, que hacen un aproximado de 350 empresas registradas.

Todo lo anterior lo presentamos de la siguiente forma; En el Capítulo I. Se fundamentó la problemática de las PYMES de Servicios en la región de Huánuco; en el Capítulo II. Se elaboró un marco teórico, que nos permitió hacer una delimitación teórica de la investigación; en el Capítulo III. Se describió la metodología que se utilizó para lograr demostrar las Hipótesis planteadas; en el Capítulo IV. Presentamos los resultados encontrados tanto de las fuentes secundarias y de las fuentes primarias. Para así presentar en el siguiente capítulo V la discusión de los resultados y finalmente pasamos a las conclusiones que responden a nuestros objetivos planteados.

# CAPÍTULO 1

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN



# CAPÍTULO: 1

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Fundamentación del problema

Según el Instituto Nacional de estadística e Informática, INEI (2019):

El 94,9% de las unidades económicas del país, en el 2018, eran microempresas cuyas ventas anuales no superan los 623 soles o 150 unidades fiscales. El 4,2% pertenece al segmento de la pequeña empresa y el 1 % pertenece a la grandes y mediana empresa. Mientras tanto, el 0,3% restante es propiedad del gobierno.

Por lo tanto, las pequeñas y microempresas en el Perú tienen repercusiones económicas y sociales en el proceso de desarrollo.

De hecho, ellos constituyen alrededor del 95% de todos los existentes en el país, crean empleos para cerca de la población económicamente activa y generan más del 45% del producto interno bruto. En este sentido, las PYMES son la mejor alternativa para hacer frente al desempleo.

Las pequeñas empresas se consideran el motor del crecimiento económico, la creación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un microempresario o emprendedor crece, genera más puestos de trabajo, porque demanda mano de obra. Además, sus ventas aumentan, lo que le permite obtener más ganancias, lo que contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno. (Okpara J.& Wynn, P. ;2007)

Sin embargo, las MYPES enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia y desarrollo a largo plazo. Estudios anteriores indican que, la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados. Además, las pequeñas empresas necesitan estrategias a corto y a largo plazo para protegerse de la mortalidad, porque iniciar una pequeña empresa conlleva un nivel de riesgo y sus posibilidades de durar cinco años son bajas. (Avollo B. y otros; 2011),

En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, MTPE, referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPES en el PBI ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú y el 80.96% de la población económicamente activa de acuerdo (MTPE, 2018).

Aunque las MYPES juegan un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial de estas empresas. (Barba-Sánchez, Jiménez-Sarzo, & Martínez-Ruiz, 2007).

De acuerdo con el estudio Global Entrepreneurship Monitor realizado en el Perú, se estima que 9.2 millones de peruanos están involucrados en una actividad emprendedora, de los cuales el 75% tiene un periodo de operaciones de entre 0 y 42 meses, y el restante 25% sobrepasó este periodo, considerándose como empresas consolidadas.

Así mismo, de este 25%, solamente el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como el desarrollo de nuevos productos o el ingreso a nuevos mercados (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005:1-4).

En cambio, D'Amboise y Muldowney (1988) identifica tres grupos como mortalidad en las pequeñas y micro empresas, que son: externas, organizacionales y gerenciales. Los factores externos incluyen clientes, proveedores, y políticas regulatorias. Los factores organizacionales se refieren a la jerarquía de mando, la centralización e interdependencia departamental. Los factores de gestión, según los mismos autores, son decisiones del dueño o administrador de la empresa sobre las motivaciones, sus objetivos y su desempeño como gerente.

La mortalidad es una consecuencia del fracaso de una pequeña empresa y ha sido estudiada y definida por capital, control y documentación financiera, experiencia en la industria, administración, planificación, asesoramiento profesional, educación, cuando se produce un error en el servicio, contexto económico, del líder, socios, experiencia de los padres del líder, publicidad, ubicación de la empresa, competencia fuerte y capacitación débil (Lussier, 1996).

Estas limitaciones afectan la sostenibilidad de las organizaciones tanto en su interior como en el medioambiente. De esto se puede observar que, a bajos ingresos, una mayor mortalidad de las microempresas en el Perú, lo que demuestra que las microempresas de subsistencia son las que sufren más.

En promedio, una microempresa a nivel nacional obtiene S/. 11 mil soles anuales de ingreso neto, lo que resulta en un ingreso neto mensual de aproximadamente 917 soles, un salario mínimo de subsistencia muy similar en Perú, que a 850 soles. (INEI, 2008),

Por cierto, hay que tener en cuenta que el desempleo y el subempleo son factores que impulsan la creación de empresas, por lo que entendemos el nivel en el que se encuentran estos microempresarios. Por todo lo anterior, es necesario

identificar, evaluar los factores de mortalidad o fracaso de las microempresas tarea fundamental en el análisis de sus posibilidades de desarrollo, aunque generen empleos para un porcentaje significativo de la población, las ganancias de cada una de estas unidades no son significativas, sino al contrario, mínimas. (Samaniego y Reyes, 2016),

Además de acuerdo al informe presentado al Congreso de la República del Perú por el Ministerio de la Producción (MTPE, 2018). podemos mencionar que los factores que limitan el desarrollo de las Mypes son los siguientes:

Gráfico N°01



1. **Falta de conocimiento del mercado.** Este es el principal problema de las pymes. Al no analizar a la competencia, no pueden valorar su producto o servicio. Además, al no aplicar técnicas de marketing, no saben qué esperan los clientes. También son incapaces de explorar nuevos mercados o sus ventas.

2. **La falta de organización interna.** Esto, generalmente da como resultado estándares de rendimiento de monitoreo deficientes, lo que lleva a procedimientos ineficientes y, por lo tanto, a un servicio al cliente inadecuado.
3. **Falta de producción planificada.** Es decir, la ausencia de un sistema que le permita a la PYME realizar y controlar la calidad. Por esta razón, puede haber diferencias en productos y una falta de capacidad para pedidos especiales.
4. **Mala distribución del trabajo.** Cuando las funciones de los integrantes de la empresa no están bien definidas, se genera un bajo nivel en la productividad y altos costos operativos.
5. **Mala Contabilidad.** Es cuando hay pocos documentos contables, precios mal determinados y precios que no cubren todos los costos. Falta de estados financieros reales y falta de información oportuna para la toma de decisiones, de los problemas cotidianos en las PYMES.
6. **Falta de Innovación tecnológica.** Hay pocos sistemas diseñados específicamente para las pequeñas empresas y la mayoría de ellos no son buenos, lo que significa hace que las PYME no puedan alcanzar su máximo potencial.
7. **Falta de fondos.** Pocas entidades otorgan líneas de crédito a sus clientes y normalmente se exigen garantías o prendas hipotecarias, lo que compromete el funcionamiento mismo de la entidad crediticia.
8. **Falta de una adecuada planificación de adquisiciones.** Esto conduce a almacenes con exceso de existencias, lo que genera costos de almacenamiento adicionales.

De igual forma existen factores internos y externos que influyen en el desarrollo económico de las Mypes, que deben ser conocidos por los empresarios. Los factores internos son propiamente las funciones que se dan dentro de las Mypes aunados al emprendimiento como cultura que deberían tener los empresarios, los que se ven reflejados en la dirección, gestión de los recursos humanos, el financiamiento, el proceso de producción, la comercialización, y en la investigación, desarrollo e innovación (I+d+I). Los factores externos, así como el micro entorno: clientes, proveedores y competidores; el conocimiento del macro entorno formado por los factores políticos, legales, económicos, sociales y culturales, tecnológicos y ecológicos, etc. Deben ser conocidos por los empresarios para poder adaptarse al entorno dado que es dinámico, cambiante y fluctuante, sin este conocimiento la mortandad de las Mypes es bastante creciente.

De acuerdo a la división que se establece en nuestro país (ver cuadro N.º01) podemos indicar que las Microempresas es el grupo mayor ya que para el año 2016 fue 24418 unidades, seguido 767 Pequeñas empresas y apenas 28 medianas empresas; La gran empresa está constituido por 41 empresas, el total de empresas existentes en la región de Huánuco es de 25 254 unidades.

**Cuadro N°01**

*Numero de MYPES formales, según tipos de*

*Empresas de la región de Huánuco: 2011-2016*

TIPOS EMP. AÑOS	MYPES				GRAN EMPRESA	TOTAL DE EMPRE SAS
	MICRO EMPRESAS	PEQUEÑA EMPRESA	TOTAL	MEDIANA EMPRESA		
2011	16 106	487	16 593	26	25	16 644
2012	17 040	565	17 605	20	48	17673
2013	19 532	669	20 201	20	41	20 261
2014	20 393	720	21 113	21	42	21 177
2015	22 677	693	23 370	15	48	23 433
2016	24 418	767	25 185	28	41	25 254

**Fuente:** Estadísticas de la Micro y Pequeña empresa 2011-2016

**Elaboración:** Propia.

Del total de empresas formales que existen en la región de Huánuco al año 2016, solo 10 452 unidades se ubican en el sector servicios, los faltantes están entre las distintas actividades económicas, así como comercio, manufactura, construcción, agropecuario, minería y pesca (ver cuadro N.°02).

**Cuadro N°02**

*Número de MYPES formales, del sector servicio*

*De la región de Huánuco: 2015-2016*

DIVISION CIU	AÑOS		2015		2016	
	N°	%	N°	%	N°	%
HOTELES Y RESTAURANTES	1796	18,7	1956	18,7		
TRANSPORTE ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN	1911	19,9	2080	19,9		
SERVICIOS FINANCIEROS	--	--	---	---		
INMOBILIARIA Y ALQUILERES	3141	32,7	3417	32,7		
ENSEÑANZA	---	---	----	----		
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	-----	-----	-----	---		
ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS	2152	22,4	2341	22,4		
OTROS SERVICIOS	596	6,2	648	6,2		
<b>TOTAL</b>	<b>9605</b>	<b>100</b>	<b>10452</b>	<b>100</b>		

**Fuente:** Estadísticas de la Micro y Pequeña empresa 2015-2016

**Elaboración:** Propia.

Las capacidades empresariales vienen a ser la base para ser empresarios competentes, y hacer que nuestras Mypes no desaparezcan en el mercado altamente competitivo y globalizado, esta formación debe darse en el sistema educativo, pero al no ser así, existe la obligación de que los futuros empresarios tengan formación en las capacidades gerenciales, las que les brindaran habilidades financieras, manejo adecuado de sus recursos humanos y habilidades administrativas y organizacionales. Además, deben desarrollar sus capacidades funcionales, que les permitan asimilar la tecnología que cambia continuamente ya que estas se verán reflejadas en el quehacer diario u operativas y así incrementar sus ventas.

El desarrollo de Las capacidades empresariales es un requisito para generar mayores ingresos a las MYPE, todo esto se reflejará en los incrementos de las ventas y así, poder detectar nuevas Oportunidades, a la vez brindar mayores empleos a la comunidad Huanuqueña.

## **1.2. Justificación e importancia de la investigación**

### **1.2.1. Justificación**

Por acuerdo a Sampieri F. (2016) “Justificar una investigación es exponer las razones por las cuales se quiere realizar. Toda investigación debe realizarse con un propósito definido. Debe explicar porque es conveniente la investigación y qué o cuáles son los beneficios que se esperan con el conocimiento obtenido”.

Por lo tanto, las razones que nos impulsa a realizar la presente investigación son:

¿Qué se va hacer? La presente investigación se enfocará en estudiar las capacidades empresariales que deberían desarrollar los empresarios a fin de tener éxito en la gestión de sus Mypes; las mismas que están explicadas por las capacidades gerenciales y funcionales, ya que sin el desarrollo de estas capacidades la empresa corre el riesgo de ser eficiente económicamente y su posible desaparición.

¿Por qué se va hacer? A pesar de que existe una variedad de información teórica sobre el tema a estudiar, pretendemos organizar un marco conceptual que nos permita explicar la problemática del bajo desarrollo económico de las Mypes en la región de Huánuco, teniendo como base al dueño de estas Mypes, quien hace de jefe o empresario que direcciona su

negocio, poniendo de relieve al talento humano como base fundamental en la sociedad del conocimiento.

¿Cómo se va a hacer? Se pretende investigar al empresario formal, con sus capacidades empresariales que los ha adquirido antes o después de formar su empresa, desde un punto de vista integral, teniendo en cuenta su desarrollo personal dado que con ello podrá tener mayores ingresos y así poder permanecer en el mercado competitivo.

### **1.2.2. Importancia**

¿Para qué se va hacer? La presente investigación se hace, a fin de que sirva para entender la problemática del empresariado huanuqueño y se implementen, políticas y capacitaciones orientadas al desarrollo de capacidades empresariales desde el nivel educativo y las instituciones tanto a nivel regional y local.

### **1.3. Viabilidad de la Investigación**

Sampieri (2016) al mencionar sobre la viabilidad de la investigación plantea lo siguiente ... “la viabilidad o factibilidad del estudio: para ello, debemos tomar en cuenta la disponibilidad de tiempo, recursos financieros, humanos y materiales que determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación” ...

Por lo que, al iniciar la presente investigación, se tuvo la motivación necesaria y la disponibilidad de tiempo, ya que mi formación profesional de economista me permite comprender la problemática de las MIPYME de la región de Huanuco; asimismo se tuvo los recursos financieros necesarios, y el apoyo de los empresarios afiliados a la Cámara de comercio de Huánuco.

## **1.4. Formulación del problema**

Después de haber descrito la problemática de nuestra investigación, se puede sintetizar en lo siguiente:

### **1.4.1. Problema general**

¿Cómo las Capacidades Empresariales influyen en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco?

### **1.4.2. Problemas específicos**

- a. ¿Cómo influyen las capacidades gerenciales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco?
- b. ¿Cómo influyen las capacidades funcionales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco?

## **1.5. Formulación de Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Analizar la influencia de las capacidades empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- a. Determinar la influencia que tienen las capacidades gerenciales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco.
- b. Establecer la influencia que tienen las capacidades funcionales empresariales en el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco

# CAPÍTULO 2

## MARCO TEÓRICO



## **CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de investigación**

- a) Hernández P. (2021). Las capacidades empresariales, como factores de ventaja competitiva en empresas hoteleras. Tesis para obtener el grado de doctor en estudios económico administrativos. Univ. de Juarez. Presentamos un estudio de caso múltiple con uno cualitativo, sobre empresas hoteleras en el municipio de Chiapas, México; se utilizaron diferentes técnicas, estrategias e instrumentos de investigación cualitativa que permitieron conocer las capacidades comerciales que tienen los hoteles de Palenque como destino de turismo arqueológico y ecológico. La investigación se desarrolló a partir de la teoría de los recursos y capacidades, el estudio se centró en las capacidades empresariales, que consisten en capacidades gerenciales y funcionales. El objetivo fue conocer y explicar la existencia de dichas capacidades en las empresas estudiadas y determinar, si el sector del lugar cuenta con elementos suficientes para hacer frente a la competencia hotelera a la que constantemente se enfrenta obligado y sus servicios al servicio de los visitantes del lugar. Se estudiaron cuatro empresas cuya característica común fue ser pioneras en el negocio hotelero en Palenque, Chiapas. Los resultados indican, que estas empresas cuentan con capacidades gerenciales y funcionales, que traducen en capacidades operativas sus propios conocimientos que han desarrollado durante un largo periodo de trabajo, por tratarse de empresas locales; si bien hay que decir que es

necesario promover los niveles de formación y educación de sus colaboradores. Se han identificado habilidades directivas, las cuales requieren potenciar sus habilidades en dirección estratégica, liderazgo en trabajo en equipo, por lo que se concluye que los estudiados cuentan con habilidades necesarias que generan ventajas en el mercado hotelero de Palenque, Chiapas.

- b) Jaramillo, L. (2012) “Capacidad empresarial para la innovación en los sectores comercio, servicios y turismo. Estudio comparativo de Tijuana (México) y Medellín (Colombia)” Tesis presentada para obtener el grado de Maestría en Economía Aplicada. (CONACIT). La capacidad empresarial de innovación reside fundamentalmente en la empresa, que es la unidad económica básica estudiada. Sin embargo, el desarrollo de habilidades emprendedoras ocurre a en territorios con características diferentes. Este trabajo ofrece un diagnóstico de la clase empresarial de Medellín y Tijuana y caracteriza el contexto donde interactúan los empresarios, permitiendo tener información para desarrollar políticas públicas que promuevan la competitividad empresarial. El análisis de las capacidades de innovación se realiza sobre la base del Estado de Baja California, México en 2010, y la ciudad de Medellín, Colombia, en el año 2012. La información de las encuestas se adaptó al modelo econométrico Probit o Logit para analizar las relaciones entre los factores que determinan las capacidades de innovación; se han establecido perfiles de emprendedores de ambas ciudades; y se utilizaron fuentes de información secundaria para la estructura productiva de los conglomerados. Se concluye que, en ambas ciudades, los factores externos a los negocios inciden más que los factores

internos en sus capacidades de innovación, razón por lo que se sugiere un gobierno más decidido para apoyar el tejido productivo y fortalecimiento de las interconexiones entre el gobierno y la industria, para el desarrollo económico.

- c) Hernández N., Sánchez Y. Tovar y Lavín J. (2002). Identificación de habilidades empresariales como factor de competitividad en el sector hotelero de ciudad Victoria, México. Artículo científico publicado en la revista Investigación Administrativa. En los últimos años, la generación de ventajas competitivas se ha convertido en las empresas, ya que gracias a ello podrán encontrar un lugar en el mercado o expandirse, porque las empresas de todo el mundo han experimentado un crecimiento lento y enfrentan competidores nacionales e Internacionales” (Porter, 2002, pp.32). Esto es una consecuencia del proceso de globalización en el que están las empresas, lo que conduce a la búsqueda de capacidades para sobrevivir y adaptarse a este cambio, a la identificación de las capacidades generadoras de valor. Por lo tanto, este estudio de investigación tiene como objetivo identificar las capacidades empresariales que permitan elevar el nivel competitividad del sector hotelero en Ciudad Victoria, México, con base en la teoría de recursos y capacidades. El estudio empírico se realizó mediante la aplicación de un cuestionario a 18 ejecutivos del sector para identificar las dimensiones del negocio, gracias a el uso de técnicas de análisis factorial y regresión lineal con el software SPSS versión 18. Los resultados muestran que el conjunto de capacidades empresariales de la organización, son las capacidades funcionales las que,

en gran medida, permiten elevar el nivel de competitividad de quienes conforman la industria hotelera en Ciudad Victoria.

### **Nacionales**

- d) Cumpa, F. y Inga J. (2015). Propuesta de intervención para fortalecer las capacidades para promover la iniciativa empresarial en los productores de cocona del distrito de nauta, Loreto. Tesis para optar el título de: licenciado en administración de empresas. El presente estudio tuvo como objetivo elaborar un modelo de desarrollo de capacidades para promover la iniciativa empresarial en los productores de Cocona del Distrito de Nauta, Loreto; se abarco, diagnósticos sobre desarrollo agrícola y capacidades para empresas en productores de Cocona. Así mismo, se evaluó la aplicación de metodologías internacionales; CEFE, enfocado en capacidades personales; y PACA, direccionado a incentivar las iniciativas empresariales. Por tal motivo, la investigación es de tipo descriptiva, se utilizó una variable y se desarrolló por medio de la observación; de igual forma, la recolección de datos se obtuvo a través de encuestas y entrevistas dirigidas a veintinueve productores del municipio de Nauta, con el fin de determinar las capacidades del modelo de desarrollo para promover el emprendimiento. Por último, se determinó como resultado un problema que no les permitía consolidar iniciativas empresariales a los productores de Cocona; por ello, se propuso una Metodología IPNE – Iniciación para nuevos empresarios; siendo, el modelo de desarrollo de capacidades que promoverá las iniciativas empresariales en los productores del Distrito de Nauta, Loreto.

e) Chávez, M. (2017). Propuesta de intervención para fortalecer las habilidades empresariales de los integrantes de la asociación de productores de palto del distrito de Pítipo, provincia de Ferreñafe. Tesis para optar el título de licenciado en administración de Empresas. El objetivo de este estudio fue desarrollar una propuesta de intervención para fortalecer las habilidades comerciales, de los miembros integrantes de la asociación de productores de Palto de Pítipo- Ferreñafe, mediante la realización de un diagnóstico para conocer el nivel en el que se han desarrollado dichas habilidades, a la luz del método exploratorio. Desarrollo de las capacidades empresariales de los agricultores, propuesto por Wolf y Schoorlemer en el 2007. La investigación es de enfoque cualitativo, de tipo aplicada estuvo orientada hacia la resolución de un problema para transformar condiciones desfavorables y de nivel exploratorio ya que no existen datos preliminares específicos que resuelvan claramente el problema que se ha definido. Para la recolección de datos, se organizó un grupo de discusión donde participaron todos los integrantes de la asociación y así poder determinar la propuesta más adecuada. El, resultado muestra una falta de desarrollo en sus habilidades empresariales, tales como redes de apoyo, comunicación y evaluación, reconocimiento de oportunidades, habilidades conceptuales, conciencia de amenazas, gestión de riesgos, entre otras; así como la dependencia que mantiene con la Dirección Regional de Agricultura- Lambayeque. Por tal motivo, se propone reforzar estas, con los talleres de la metodología experiencial CEFE (Competencia como base de las Economías, a través

de la Formación de Empresas), esto está enfocado al desarrollo de habilidades profesionales personales.

## **2.2. Bases teóricas**

La base teórica se centrará a las teorías relacionadas a:

### **2.2.1. Base teórica de la variable capacidades empresariales**

Para lograr las bases teóricas de las capacidades empresariales se tuvo que recurrir a la definición de esta variable compuesta que a continuación presentamos.

#### **❖ Capacidades:**

Capacidad, del latín *capacitas-ātis*, significa aptitud, talento, cualidad que alguien tiene para el buen ejercicio de algo. Una Cualidad inherente a una persona que la hace capaz de un fin. Las habilidades son formas de acción más complejas que antes. Integran los conocimientos, hábitos y habilidades, que procesos axiológicos de personalidad y otros de los de manera cualitativamente superiores, lo que les permite contribuir a determinar las estrategias particulares seguidas en la realización de las por las cuales participan en la regulación del sujeto. (Ruiz M.,2021).

Son precisamente las capacidades las que se encargan de integrar los datos esenciales para la actuación (los recursos propios con que cuenta el sujeto, las condiciones a que hay que atenerse dado el contexto y las exigencias de los resultados que se quieren alcanzar). Estos elementos son los que permiten determinar la estrategia particular que se seguirá en la ejecución de la actuación y posibilitan la orientación de la misma. De esta forma, las capacidades son formaciones

psicológicas de la personalidad que constituyen condiciones indispensables para realizar con éxito la actividad. Las capacidades son siempre específicas, es decir, se revelan en una actividad determinada. (Ruiz, M., 2021). No se debe establecer relaciones directas entre las características de la personalidad y las capacidades. En dos personas distintas que posean la misma capacidad ésta puede estar sustentada por características diferentes, por conocimientos, hábitos y habilidades diferentes.

#### ❖ **Empresa**

De acuerdo al INEI (2010). “Clasificación Industrial Internacional uniforme” (CIIU). Se entiende por empresa una entidad institucional en su calidad de productora de bienes y servicios. Una empresa es un agente económico con autonomía para adoptar decisiones financieras y de inversión y con autoridad y responsabilidad para asignar recursos a la producción de bienes y servicios y que puede realizar una o varias actividades productivas. Una empresa puede ser una sociedad (o cuasi sociedad), una institución sin fines de lucro o una empresa no constituida en sociedad. Las empresas constituidas en sociedades y las instituciones sin fines de lucro son unidades institucionales completas. En cambio, por “empresa no constituida en sociedad” se entiende una unidad institucional —un hogar o una dependencia gubernamental— exclusivamente en su calidad de productora de bienes y servicios. La empresa es el nivel estadístico al que se reúne toda la información relativa a sus transacciones, incluidas cuentas financieras y balances, y al que pueden analizarse las transacciones internacionales, la posición

internacional de inversiones (cuando procede), la posición financiera consolidada y el valor neto.

Definición técnica. - La capacidad empresarial es uno de los factores de producción, añadiéndose a los tres ya conocidos. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), hace referencia a las destrezas, así como los conocimientos, que precisan los empresarios, así como toda aquella persona que cree o posea una empresa. (Economipedia, 2021)

Por lo tanto, La capacidad empresarial, se incluye dentro de los factores de producción conocidos, junto a tierra, trabajo y capital. Dicha capacidad puede definirse como todo el conocimiento, así como las herramientas, que posee un empresario para gestionar y generar riqueza a través de la actividad que ejerce. De esta forma, los empresarios poseen ideas, las llevan a cabo y asumen los riesgos que estos planteamientos conllevan.

La capacidad se refiere a los recursos y aptitudes que tiene un individuo, entidad o institución para desempeñar una determinada tarea o cometido.

La empresa debe realizar un análisis de sus capacidades, para ver en cuáles tiene ventajas competitivas y si dichas ventajas competitivas le sirven para salir en forma exitosa

Esa capacidad empresarial puede definirse como un conjunto de habilidades y destrezas empresariales que permiten desarrollar mejor las actividades productivas y sociales y generar iniciativas empresariales exitosas y permanentes (Pomareda, C. 2001,). Por esto

otros autores determinaron que la capacidad de manejo empresarial comprendía el poseer características personales y destrezas (incluyendo conductas y motivaciones, capacidades y habilidades) para hacer frente a los problemas y oportunidades de la mejor manera y en el momento adecuado (Rougoor, et al., 1998 en Morero Vargas 2008).

#### ❖ **Teoría de los recursos y las capacidades:(TRC)**

La teoría de los recursos y las capacidades se basa en nuestra investigación, esta teoría representa una alianza metodológica-conceptual economía y administración, la actividad de las empresas de servicios forman parte de sus postulados y principios, sobre todo el elemento que más importa para toda organización como lo es el humano, dicha teoría permite definir claramente los procesos estratégicos para que esos recursos puedan llevar a las MYPES a generar mayor productividad y por ende a espacios de competitividad respecto a las demás empresas del mismo rubro u otra.

La TRC es importante porque recoge elementos de diferentes campos del conocimiento empresarial, económico y de planeación estratégica orientados a la competitividad, lo que la hace interesante al presentarse como un elemento integrador y conciliador entre la economía y la administración, lo que ha despertado el interés de muchos estudiosos de la materia, así, el núcleo principal de la teoría se compone de tres aspectos que se pueden resumir de la siguiente manera: “Desde la investigación en el campo de la estrategia, desde las contribuciones efectuadas por la economía de las organizaciones y desde las

aportaciones de la organización industrial” (Narváez G, y Villaprado O, 2017, p. 95).

El primer componente tiene su origen en las competencias distintivas, un aspecto puramente de la teoría de la administración que sienta las bases para un desarrollo completo de las organizaciones; el segundo componente contempla la teoría positiva de la agencia, la teoría de los costos de transacción y la teoría evolucionista, estas de origen más económico pero que tienden un puente de armonía con la administración, como un apoyo cuantitativo para apalancar el desarrollo empresarial; finalmente el tercer componente aunque no muestra de manera clara su composición, son esquemas teóricos alusivos a la TRC, avalados por estudiosos de administración y economía de la escuela de Harvard.

De estos enfoques, el de la teoría de las competencias distintivas llama la atención, en el sentido de ser la variable en la que la TRC fijo sus argumentos más serios y que se distingue por ser mejor en algunos campos respecto a teorías similares, de ahí que la competitividad y las ventajas competitivas sean áreas de estudio de la teoría de recursos. El proceso evolutivo de la TRC no se detiene en esta etapa; a partir del año 2001 y hasta el año 2010, se desarrollaron diversos trabajos de investigación intentando poner a dicha teoría en el centro de interés de los temas relacionados al desarrollo de empresas.

Algunos temas que deben resaltarse derivados de esos diez años de investigación, son el desarrollo de competencias empresariales, el de las innovaciones que proponen Camisón y Villar-López (2012), que

básicamente resalta esta variable como una de las más importantes para lograr resultados competitivos, así como Barney (2012) quien coincide en el tema de las micro fundaciones, tema que a pesar de tener varios años (1960) como estrategia empresarial, retoma importancia porque estos autores traen a cuentas el estudio del factor humano como la fuente de capacidad empresarial y en consecuencia de ventaja competitiva (Reynoso. et al., 2017).

Ambos autores, sostienen que los grandes temas que en el futuro estudiará la TRC son: las relaciones interdisciplinarias, los de adquisición y desarrollo de recursos, los micro fundamentos, relación entre la TRC y sostenibilidad y el métodos y medición en la TRC.

#### ❖ **Componentes de la TRC**

La TRC, está formado por dos grandes variables, él está formado por los propios recursos, como lo material tangibles y lo inmaterial; la segunda que trata sobre de capacidades, que son impulsadas por los mismos recursos, dependerá de cómo cada uno las utilice, las oriente y las gestione para las mejoras dentro de ella.

#### **I. Recursos**

La teoría de los recursos y capacidades, se centra en los recursos de la propia empresa misma, los primeros estudios muestran que se consideraba que las empresas tenían ciertos niveles de heterogeneidad en sus recursos y esto les permitía derivar algunas de sus ventajas sobre otras. Sin querer insistir demasiado en la noción de recursos, se podría formular de la siguiente manera: Cualquier forma de producción está a disposición

de la empresa y quien puede controlarla de manera estable (Suarez, González y Fernández, 1996, p. 3).

También hablamos de recurso para “todos los activos, capacidades y procesos organizacionales atributos empresariales, información y conocimientos controlados por una empresa que la capacitan para concebir estrategias que mejoran su eficiencia y eficacia” (López y Sabater, p. 8).

También en el concepto de recursos se catalogan a todos los activos, procesos, características organizacionales y conocimientos adquiridos por la empresa que le permiten alcanzar éxitos organizacionales, por su parte las capacidades, son el conjunto de habilidades y conocimiento acumulado a lo largo del tiempo, permite coordinar las actividades y aprovechar los activos para alcanzar los objetivos fijados (Zapata y Hernández, 2014).

Los recursos son los insumos en las operaciones, tales como instalaciones y equipos, propiedad intelectual, habilidades de las personas, aunque no crean valor por sí mismas, la interacción de las capacidades organizacionales debe cuidarse, ya que son difíciles de sustituirse y ser por la competencia, (Barney, 2012).

**a) Recursos tangibles.**

Los informes de la TRC, han distinguido dos grandes grupos de recursos, los tangibles e intangibles. Los primeros se refieren a los recursos físicos, las instalaciones, ubicación geográfica del acceso a las materias primas e incluso a recursos financieros clasificados en esta categoría. Es fácil identificarlos porque

representan usos, beneficios y generan ingresos, además, la mayoría de los investigadores están de acuerdo en los recursos tangibles descritos anteriormente. (Suárez e Ibarra, 2002).

**b) Recursos intangibles.**

Los recursos intangibles han sido motivo de atención por la comunidad científica y académica, ya que su naturaleza es muy distinta a la de los recursos tangibles, algunos autores los clasifican en los siguientes grupos: “El de capital humano, el capital tecnológico, el capital organizativo y el de reputación” (Fernández, J. 2010, pp. 86-88). En el caso del capital humano, tiene que ver con el conjunto de personas que laboran en la empresa pero más con sus conocimientos y sus habilidades, el capital tecnológico que tiene que ver con las capacidades que la empresa tiene en los procesos de innovación y desarrollo de tecnología incluyendo su uso, el capital organizativo, está relacionado con todos los procesos que realiza la empresa para el diseño, la producción y venta del producto o servicio; la reputación, está relacionada con la opinión que tienen los proveedores, accionistas, clientes y público hacia el desempeño de la empresa.

La fuente generadora de la ventaja competitiva de una empresa, radica en sus recursos intangibles; diversos autores concuerdan en que estos, debido a su naturaleza poseen los elementos que al ser debidamente encausados, aprovechados y gestionados por los líderes de una empresa, potencian sus

ventajas; en este sentido los recursos intangibles son importantes porque: “Son fuentes de heterogeneidad, no se deprecian, son pocos transparentes por lo que la posibilidad de ser imitados es menor, no se encuentra en el mercado, su proceso de acumulación genera ventajas de ser el primero, genera importantes externalidades y sinergias”, es decir, la capacidad competitiva de una empresa necesariamente será percibida por las demás de la industria y aún más lejos, tanto como sea fuerte su ventaja (Fernández, 2010, pp. 90-92).

## **II. Capacidades**

La segunda variable de la TRC, está integrada por las capacidades, que representan la manera real de lograr las ventajas competitivas de una empresa, es el motor de la empresa porque ahí se localiza su esencia, es ahí donde se pueden encontrar los mecanismos que cobran vida, inteligencia y capacidad para hacer que los recursos tangibles e intangibles se pongan en marcha.

El estudio de (Suárez e Ibarra, 2002), afirma que en esencia las capacidades que más interesan a las empresas, son aquellas que surgen de la integración de capacidades funcionales individuales, es decir, que cada organización posee colaboradores que a su vez despliegan una serie de capacidades y que cuando los líderes de la empresa son capaces de hacerlas florecer y además conjugarlas con las capacidades de los demás, es entonces cuando se habla de capacidades de la empresa que generan ventajas competitivas.

Las capacidades pueden ser tan bastas, como lo deseen las organizaciones, hay propuestas relacionadas con las capacidades en innovación, se cree que una de las principales formas de desarrollar capacidades y hacer que estas cumplan sus propósitos de ayudar a las empresas a ser más competitivas, es a través de la innovación, sobre todo en las áreas de tecnología, pero también se puede innovar en procesos, en sistemas de gestión, en mejoramiento y generación de nuevos métodos de trabajo, en la redistribución de responsabilidades, incluso, a través de la innovación se pueden desarrollar esquemas de relaciones con otras empresas; se han tomado algunos enfoques que en este sentido establece la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), (Camisón y Villar-López, 2012).

Entonces las capacidades empresariales incluyen dos variables interesantes, la primera relacionada con las capacidades gerenciales y la segunda con las capacidades funcionales, Chandler (1990) es el promotor de las capacidades empresariales, el propone que estas se dividan en dos capacidades específicas, como ya se mencionó; las gerenciales y las funcionales (Chandler, 1990).

#### **a) Las capacidades gerenciales**

Son aquellas, que buscan que los gerentes sean capaces de incursionar en nuevos mercados más rápido que sus competidores, que sean capaces de gestionar sus recursos y orientarlos hacia la obtención de una ventaja competitiva, la capacidad gerencial es la habilidad de la empresa para

introducirse rápidamente en los mercados en crecimiento de una manera más efectiva que sus competidores (Chandler, 1990), son los procesos que facilitan la integración, utilización y reconfiguración de las actividades; faculta la coordinación, integración y despliegue de recursos a lo largo de toda la compañía (Teece, Pisano, y Shuen, 1997), es tarea de los altos administradores crear flexibilidad a través de un monitoreo efectivo de las operaciones y ajustes en la estrategia; también, permite a la empresa evaluar, añadir y apalancar sus recursos para lograr una ventaja competitiva (Graves y Thomas, 2006)

#### **b) Las capacidades funcionales**

Se refieren a las actividades que hacen productiva a la empresa, incluye las áreas funcionales que normalmente posee una empresa (Hernández et al., 2014). La capacidad funcional es un conjunto de sistemas técnicos, procesos tecnológicos, habilidades para la ejecución de tareas específicas, actividades de producción, ventas y distribución y rutinas operativas involucradas en el contexto específico de la firma, por lo tanto, carecen de sustitutos y son difíciles de imitar. Esto implica que las capacidades funcionales son un contribuyente potencial a generar ventaja competitiva dentro de la firma (Barney, 1991).

Por su lado, las capacidades funcionales, citadas en Hernández et al. (2008), se conforman de igual forma por tres grandes categorías. Estas son: a) la tecnología, el que promueve el uso eficiente de la tecnología, contar con sistemas

de información especializados, así como certificaciones y patentes ; b) ventas, que representa la satisfacción de necesidades del cliente, se trata de mantener una buena relación con los clientes, el reconocimiento y la calidad del producto o servicio, ofrecer garantías, así como el índice de satisfacción; y c) operativas: son las operaciones cotidianas, operaciones que de forma diaria se realizan en la empresa, estas se relacionan a un conocimiento operativo, no reflexivo, pero no por ello dejan de ser importantes para contribuir significativamente a la competitividad de la empresa.

### **2.2.2. Base teórica de la variable desarrollo económico empresarial:**

Para poder definir el significado de la variable desarrollo económico empresarial se tuvo que partir de la definición de cada compuesto de esta variable y se presenta a continuación:

#### **a) Desarrollo:**

Si leemos el diccionario de la Real Academia Española RAE (2021), encontraremos que el desarrollo está vinculado a la “acción de desarrollar o a las consecuencias de este accionar”. Es necesario, por lo tanto, rastrear el significado del verbo desarrollar: se trata de incrementar, agrandar, extender, ampliar o aumentar alguna característica de algo físico (concreto) o intelectual (abstracto). El desarrollo es un concepto histórico que ha ido evolucionando, por lo que no tiene una definición única. Aun así, se puede decir que desarrollar es el proceso por el cual una MYPE, progresa y crece económica, social, cultural y políticamente.

Desde sus inicios, las teorías relacionadas con el desarrollo se interesaron por los procesos de enriquecimiento material, es decir, por el incremento del volumen de producción de bienes y servicios.

Estas teorías económicas entendían que el medio para lograr el desarrollo era la acumulación de capital físico. Se ha argumentado que un aumento del Producto Bruto Interno per cápita reduciría la pobreza y el bienestar de la población. Esta premisa se basaba en que, más producción, más ingresos, y, más ingresos, mayor bienestar económico. En otras palabras, el desarrollo estaba directamente ligado al crecimiento económico, tanto de los países como de las personas. Como señala Keith Griffin (2010) en su ensayo “Desarrollo humano: origen, evolución e impacto”, el crecimiento se convertía no sólo en un medio para lograr el desarrollo, sino en el fin de sí mismo.

Esta idea del desarrollo no sólo influyó en cómo se entendía el concepto, sino también en cómo se medía el fenómeno. Durante la década de 1970 varios destacados autores y economistas como el Banco Mundial o la Organización Internacional del Trabajo, reconocieron que aumentar la producción no era solo suficiente para reducir la pobreza y lograr el desarrollo.

En los años 70, gracias a autores como Amartya Sen o T.W. Schultz, el concepto de desarrollo pasó a entenderse como un proceso de expansión de las capacidades de la persona, más que como un mero aumento económico. La visión se ha ampliado y hemos detenido solo el desarrollo ligado a la acumulación del capital físico, para considerar el capital humano (educación, investigación, etc.). Los estudios empíricos

han demostrado que, gastar en personas produce mayores rendimientos económicos que gastar en capital físico. (Valcárcel M.,2006).

#### **b) Económico**

El adjetivo económico se refiere a lo que está vinculado al campo de la economía: ya sea en el sentido de actividades productivas, de distribución y consumo de bienes y servicios, es decir de la disciplina académica que los estudia y que trata de construir teorías que den cuenta de su funcionamiento y permitan hacer predicciones confiables de su comportamiento.

El término “económico” proviene del latín *oeconomicus*, tomado del griego *oikonomikós*, una palabra que, en la antigua Grecia estaba en la administración de la casa, y que se compone de las palabras *oikos* (“casa”) y *nemein* (“distribuir”). Así, lo que inicialmente se consideró el arte del hogar y la familia, se convirtió en el arte de las fuerzas productivas de toda sociedad, es decir de la economía. Como veremos, estas son palabras que han permanecido en los labios de la humanidad durante mucho tiempo. (RAE,2014).

Actualmente existen otros usos figurados para el adjetivo “económico”, siempre ligado a la administración de las finanzas y de los bienes y servicios. Por ejemplo, es común decir que algo es bueno en el mercado para indicar que es barato, tiene un precio bajo o al menos manejable. Asimismo, puede indicar que una persona es modesta en el gasto o ahorrativa, o en sentido figurado, que es tacaña o avara.

### **c) Desarrollo Empresarial**

El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos.

Elementos como el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. (Delfín L. y Acosta M.; 2016)

Alcanzar un desarrollo empresarial le permitirá al empresario de una MYPE aprovechar las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado. En nuestra investigación trataremos solo el crecimiento económico, dado que nos ayuda a explicar con más claridad el porqué, de la permanencia de las MYPE en el mercado competitivo y globalizado.

### **d) Crecimiento Económico**

Según, Delfín L. y Acosta M. (2016). El crecimiento en una empresa se establece con referencia a su mayor o menor productividad, que significa la capacidad o facultad de producir, que el reconocimiento del estado y como se han utilizado diferentes insumos en el proceso producción. En este sentido, la productividad condensa el problema central de la economía: hacer un mejor y mayor aprovechamiento de los recursos disponibles. Así cualquier, sistema económico tendría como objetivo lograr una mayor productividad.

D' Elfa (2001, p.19) afirma que la productividad evalúa la capacidad del sistema para producir los productos requeridos, y al mismo tiempo el grado de utilización de los recursos utilizados, es decir, el valor que tiene dos aspectos para su aumento:

- ❖ Producir lo que el mercado (clientes) valora y
- ❖ Hacerlo con el menor consumo de recursos.

Para la economía peruana, esto significa que los progresos en la productividad permiten un uso más efectivo y eficiente de la producción disponible, lo que hace posible obtener la mayor cantidad posible de bienes y servicios a un precio menor.

Tres criterios comúnmente aplicados a la productividad deberían ser para una mejor comprensión: eficiencia, efectividad y eficacia. La eficiencia se utiliza para informar el uso o el desempeño de actividades con dos significados, el primero, como una relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos cuyo uso ha sido estimado o programado, el segundo, como grado de utilización de los recursos utilizados transformándose en productos.

Como puede observarse, ambas definiciones están muy vinculadas a una vertiente de la productividad, al uso de recursos; sin embargo, como ya se mencionó, no capta la cantidad ni la calidad del producto o servicio, por lo que expresa solo parte del significado de productividad.

La eficiencia es la relación entre los resultados obtenidos y los resultados propuestos, y refleja el grado de cumplimiento de los objetivos planificados; cantidades a producir, clientes esperados, pedidos realizados, etc.

La eficacia evalúa el impacto de lo que se hace, del producto o servicio prestado. No es suficiente producir el servicio fijo el producto con 100% de eficiencia, tanto en cantidad como para impactar en el mercado. Se puede concluir que la eficiencia es un criterio muy cercano a la calidad, por lo que debe ser utilizados en conjunto con los dos criterios anteriores.

En consecuencia, la productividad es pensada como el resultado a corto plazo de un proceso que engloba la educación, la administración, la organización del trabajo, la organización de la producción, la investigación en ciencia y tecnología y la gestión empresarial.

La importancia de la productividad de una empresa está ligada a la rentabilidad, binomio que se logra gracias a la máxima calidad, como afirma Nevado (2006, p. 21), pero calidad no solo en el proceso de fabricación, sino en todo el tamaño de la empresa, en particular con sus interesados (personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa). Observando a la empresa desde su forma operativa, Nevado (2006, p.19) menciona que los objetivos fundamentales, en cuanto a la gestión, control y análisis de las actividades económicas y financieras, podrían en los siguientes:

➤ **Estabilidad económica, rentabilidad-seguridad**

Se consigue con una adecuada proporcionalidad entre el activo fijo y circulante que permita una rentabilidad máxima con un cierto grado de seguridad financiera. La permanencia de la empresa de forma indefinida es algo a lo que ningún agente económico ni social quiere renunciar por lo que se pretende la máxima rentabilidad, pero

sin poner en peligro su continuidad en el tiempo, por ser este el objetivo básico. Por otra parte, precisa proveerse de fondos financieros propios o ajenos, a corto y a largo plazo. De la combinación de los mismos va a depender tanto su influencia en la rentabilidad de los recursos propios como en su estabilidad y viabilidad futuras.

➤ **Estabilidad financiera, solvencia-estabilidad.**

Se obtiene especificando las tres condiciones básicas: disponer de los recursos económicos necesarios, disponer de ellos en el momento adecuado y oportuno, así como durante el tiempo previsto y al menor coste posible.

Existen diferentes factores que condicionan la productividad y rentabilidad de las organizaciones; estos son: la globalización, la competencia, los desequilibrios en el comercio internacional, el capital humano, los avances tecnológicos, etc. Lograr un crecimiento económico sostenible requiere que el empresario tenga la capacidad de ver en estos factores una oportunidad o ventaja.

**e) Las Mypes**

Para poder definir que es una MYPE tuvimos que recurrir a la Ley N° 28015 LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (Promulgada el 3 de Julio del 2003) en su título N° 1 y el Art. 2°, que a la letra dice: Definición de Micro y Pequeña Empresa.- “La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación

vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

### **Características De Las Mypes**

La identificación actual de las características de las MYPE ha pasado por varias modificatorias desde que se dio la Ley N°2805, decreto legislativo N°1086 hasta la Ley N°30056, los mismos que presentamos en el siguiente cuadro:

**Cuadro N°03**

*Características de las MYPE, según las normas dadas, N° de trabajadores y ventas.*

<b>NORMA</b>	<b>Denominación</b>	<b>N° DE TRABAJADORES</b>	<b>VENTAS</b>
Ley N°28015 (Promulgada el 3 de Julio del 2003) MYPE	MICROEMPRESA	de uno (1) hasta 10 trabajadores	Monto máximo de 150 UIT's. (* )
	PEQUEÑA EMPRESA	de uno (1) hasta 50 trabajadores	Monto máximo 850 UIT's.
decreto legislativo N°1086 (Promulgado el 2 de junio del 2008). MYPE	MICROEMPRESA	De 1 a 10 trabajadores	Monto máximo de 150 UIT's
	PEQUEÑA EMPRESA	De 1 a 100 trabajadores Monto	Monto máximo de 1700 UIT's
Ley N°30056 (Promulgada el 01 de julio del 2013). MIPYME	MICROEMPRESA	Monto máximo de 150 UIT's	
	PEQUEÑA EMPRESA	Monto máximo de 1,700 UIT's	
	MEDIANA EMPRESA	Monto máximo de 2,300 UIT's	

\*(UIT's) = Unidades Impositivas Tributarias.

**Fuente:** Ley N°28015, Ley N°30056 Y Decreto Legislativo N°1086

**Elaboración:** Propia.

De lo que se pudo analizar en las leyes descritas en el cuadro N°03 podemos indicar que en las leyes anteriores a la LEY N°30056 aparece la nueva denominación de MYPE para ser remplazada por MIPYME, debido a que se incluyen a la mediana empresa y solo se toman como criterio para sus características solo a los montos máximos descritos en

el cuadro, de acuerdo a las UIT's prevalecientes en cada año fiscal del presupuesto público.

### **Componentes De Las Mipyme: Servicios.**

De acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, (CIIU- Revisión 4) publicada por el INEI (2010), el sector formal MIPYME; cada país, tiene una clasificación industrial propia según las características y el grado de desarrollo de la economía de cada país, tomando como base la estructura establecida de la CIIU oficializada por la ONU. En el Perú actualmente la actividad económica SERVICIOS tiene la siguiente clasificación:

#### **(K) Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.**

Esta sección comprende las actividades de arrendadores, agentes y/o corredores en una o más de las siguientes operaciones: venta o compra de bienes raíces, alquiler de bienes raíces y prestación de otros servicios inmobiliarios, como los de tasación inmobiliaria o los de depositarios de plicas inmobiliarias. Las actividades incluidas en esta sección pueden realizarse con bienes propios o arrendados o a cambio de una retribución o por contrata. También se incluye la construcción de estructuras combinada con el mantenimiento de la propiedad o el arrendamiento de esas estructuras.

Esta sección abarca las actividades de administradores de propiedad inmobiliaria.

Esta sección abarca diversas actividades de apoyo a actividades empresariales generales. Esas actividades difieren de las clasificadas

en la sección M en que su finalidad principal no es la transferencia de conocimientos especializados.

**(O) Otras activ. de servicios comunitarios, sociales y personales**

Esta sección comprende las actividades que suelen correr a cargo de la administración pública, entre las que se cuentan la promulgación de leyes, su interpretación judicial y la administración de los reglamentos de aplicación y programas correspondientes, las actividades legislativas, tributarias, de defensa nacional y de orden público y seguridad, los servicios de inmigración, las relaciones exteriores y la administración de programas gubernamentales. Se incluyen también las actividades relacionadas con planes de seguridad social de afiliación obligatoria.

El factor determinante para clasificar una actividad en esta sección no es la condición jurídica o institucional de las unidades que la realizan, sino la propia naturaleza de la actividad, según lo indicado en el párrafo anterior. Eso significa que las actividades clasificadas en otras partes de la CIU no se incluyen en esta sección, aunque las realicen entidades públicas. Por ejemplo, la administración del sistema educativo (es decir, las normas, los exámenes, los programas de estudio) se clasifica en esta sección, pero no así la enseñanza propiamente dicha (véase la sección P), y los hospitales de prisiones y los hospitales militares se clasifican entre las actividades de atención de la salud (véase la sección Q). A la inversa, algunas de las actividades descritas en esta sección pueden ser realizadas por unidades no pertenecientes a la administración pública.

**(H) Hoteles y restaurantes.**

Esta sección abarca las actividades de unidades que ofrecen a sus clientes servicios de alojamiento para estancias cortas y de preparación de comidas completas y bebidas para su consumo inmediato. El monto y el tipo de servicios suplementarios proporcionados en el marco de esta sección pueden variar considerablemente.

No se incluye el suministro de alojamiento a largo plazo como residencia primaria, que se clasifica en la sección L (Actividades inmobiliarias). Tampoco se incluye la preparación de comidas y bebidas que no están preparadas para el consumo inmediato o que se venden a través de canales de distribución independientes, es decir, mediante actividades de venta al por mayor o al por menor. La preparación de esas comidas se clasifica en la sección C (Industrias manufactureras).

**(I) Transporte, almacenamiento y comunicaciones.**

Esta sección comprende las actividades de transporte de pasajeros o de carga, regular o no regular, por ferrocarril, por carretera, por vía acuática y por vía aérea, y de transporte de carga por tuberías, así como actividades conexas como servicios de terminal y de estacionamiento, de manipulación y almacenamiento de la carga, etcétera. Abarca también el alquiler de equipo de transporte con conductor u operador. Se incluyen también las actividades postales y de mensajería.

No se incluyen el mantenimiento y la reparación de vehículos automotores y otros tipos de equipo de transporte (véanse las clases 4520 y 3315, respectivamente), la construcción, el mantenimiento y la reparación de carreteras, líneas de ferrocarril, puertos, aeropuertos

(véanse las clases 4210 y 4290), ni el alquiler de equipo de transporte sin conductor ni operario (véanse las clases 7710 y 7730).

**(N) Actividades de servicios sociales y de salud (privada).**

Esta sección comprende la prestación de servicios de atención de la salud y de asistencia social. Abarca una amplia gama de actividades, desde servicios de atención de la salud prestados por profesionales de la salud en hospitales y otras instalaciones hasta actividades de asistencia social sin participación de profesionales de la salud, pasando por actividades de atención en instituciones con un componente importante de atención de la salud.

**(M) Enseñanza(privada)**

Esta sección comprende la enseñanza de cualquier nivel y para cualquier profesión, oral o escrita, así como por radio y televisión o por otros medios de comunicación. Abarca la enseñanza impartida por las distintas instituciones del sistema educativo general en sus distintos niveles, la enseñanza para adultos, los programas de alfabetización, etcétera. Se incluyen también las escuelas y academias militares, las escuelas de prisiones, etcétera, en sus niveles respectivos. Está comprendida tanto la enseñanza pública como la privada.

En cada nivel de la enseñanza inicial, las clases comprenden la educación especial para alumnos con discapacidad física o mental.

El desglose por categorías de esta división se basa en el nivel de instrucción que se ofrece según la definición de los niveles que figura en la Clasificación Internacional Uniforme de la Educación (CIUE) de 1997. Las actividades de instituciones educativas que imparten enseñanza a

los niveles 0 y 1 de la CIUE se clasifican en el grupo 851; las de los niveles 2 y 3 de la CIUE, en el grupo 852; y las de los niveles 4, 5 y 6 de la CIUE, en el grupo 853.

Se incluyen asimismo la enseñanza relacionada principalmente con actividades deportivas o de esparcimiento, como el bridge o el golf, y las actividades de apoyo a la enseñanza.

#### **(E) Suministro de electricidad, gas y agua.**

Esta sección abarca el suministro de energía eléctrica, gas natural, agua caliente y productos similares a través de una infraestructura permanente (red) de conducciones. La dimensión de la red no es determinante. Se incluye también la distribución de electricidad, gas, vapor, agua caliente y productos similares en polígonos industriales o edificios residenciales.

Por consiguiente, la sección abarca la explotación de los servicios de suministro de electricidad y gas que se encargan de la generación, el control y la distribución de electricidad o gas. Se incluye asimismo el suministro de vapor y de aire acondicionado.

Esta sección incluye actividades relacionadas a la gestión (incluso captación, tratamiento y eliminación) de varias formas de desperdicio, puede ser sólido o no sólido, industrial o doméstico, y en lugares contaminados. El resultado del proceso de tratamiento de desperdicio en aguas residuales puede convertirse en un aporte dentro de otro proceso de producción. Las actividades del suministro de agua son también agrupadas en esta sección, desde que son llevadas a cabo en conexión por unidades comprometidas en el tratamiento de agua.

**(J) Intermediación financiera.**

Esta sección comprende las actividades de servicios financieros, incluidas las actividades de seguros, reaseguros y fondos de pensiones y las actividades auxiliares de los servicios financieros.

También se incluyen las actividades de tenencia de activos, como las actividades de las sociedades de cartera y las de los fondos y sociedades de inversión y entidades financieras similares.

**Cuadro N°04**

*MIPYME formales de servicios, según CIIU, 2019*

<b>ACTIVIDADES ECONOMICAS</b>	<b>MIPYMES DE SRVICIOS</b>
K. Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	250 778
O. Otras activ. De servicios comunitarios, sociales y personales	259 424
H. Hoteles y restaurantes	221 726
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	186 031
N. Actividades de servicios sociales y de salud (privada)	33 261
M. Enseñanza(privada)	20 138
E. Suministro de electricidad, gas y agua	2 145
J. Intermediación financiera	5288
<b>TOTAL</b>	<b>978 791</b>

**Fuente:** Fuente: SUNAT, Registro Único del Contribuyente 2019

**Elaboración:** propia

**Importancias de las MIPYME de servicios en el Perú.**

La importancia de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) en el Perú es indiscutible, tanto por su importancia numérica, como por su capacidad de absorción de empleo. De acuerdo con cifras de la Enaho,

(INEI) en el 2019, las micro y pequeñas empresas (MYPES) representaron el 95% de las empresas peruanas y emplearon al 47.7% de la PEA, lo que equivale a un crecimiento del 4% en el empleo. Estas unidades de negocio registran ventas anuales en constante crecimiento y equivalen al 19.3% del PBI, con lo que, en el último año, fueron un 6% mayores que en 2018. Sin embargo, buena parte de ellas operan en condiciones de baja competitividad y escasos beneficios laborales, con lo que ya estamos familiarizados.

Según datos de la SUNAT (2019), la informalidad de las MYPES asciende al 84%, cifra que prácticamente no ha variado por más de diez años y que, probablemente, a propósito de la coyuntura de la crisis actual, registre un aumento en 2020. Así, entre las características de las MYPES que influyen en el desempeño de sus negocios, se tiene, por ejemplo, que más del 74% no llevan ningún registro de cuentas; que el 66% de los trabajadores son familiares no remunerados; que más del 84% de estos no se encuentra afiliado a ningún sistema de pensión y tan solo un 2.6% cuenta con un seguro de salud, o que el 25% trabaja más de 40 horas a la semana y un 4.6%, más de 60 horas. Este escenario, que se ha vuelto recurrente, nos lleva a pensar que, si bien los micro y pequeños negocios cuentan con un enorme potencial para crecer, estos presentan limitaciones estructurales. Asimismo, evidenciaría que las medidas que los Gobiernos han establecido para, fomentar su formalización y productividad, han sido poco o nada efectivas a través de los años.

### **2.3. Bases conceptuales**

#### **Recursos**

Los recursos son factores disponibles o inputs dentro del proceso de generación de valor en la empresa.

#### **Recursos Tangibles:**

Son los activos físicos, tecnológicos (como patentes, licencias...), recursos financieros y humanos en su vertiente cuantitativa.

#### **Recursos Intangibles:**

Son los recursos humanos como capital humano (capacidades, actitudes, potencial), recursos organizativos (sistemas desarrollados por la empresa para combinar otros tipos de recursos, sistemas de comunicación, procesos de gestión de recursos humanos...), imagen de la empresa, marcas comerciales, relaciones con clientes, con proveedores, con instituciones públicas, etc

#### **Capacidades.**

Es la habilidad o facultad de un conjunto de recursos de desarrollar algunas tareas o actividades generando ventaja competitiva de base interna. Generan más valor a los recursos que integran las empresas.

#### **Capacidades de gestión de recursos humanos:**

Es decir, la capacidad que tenga la empresa para atraer a los recursos que necesita, para desarrollar y utilizar eficientemente sus competencias, motivar e implicar en la empresa a estos recursos y para retener a aquellos que sean valiosos para la organización.

#### **Capacidades de la organización: (comerciales, técnicas, de innovación, etc.)**

Estén sostenidas principalmente por recursos humanos u organizativos.

### **Cultura empresarial:**

Cada organización tiene la suya propia y hace que actúen de forma diferente o parecida dependiendo de sus valores, creencias y formas compartidas que guían los comportamientos de las personas de la empresa.

### **Diferencia entre recurso y capacidad**

La capacidad genera más valor que los recursos. El recurso en sí no genera ventaja competitiva, es la combinación de recursos lo que la genera. Las capacidades son las que generan ventajas competitivas reales.

Capacidades centrales Son las capacidades que funcionan como origen de la ventaja competitiva frente a sus rivales.

### **Empresario. - un empresario (en inglés: businessman, entrepreneur)**

Es aquel que es capaz de arriesgar algo (esfuerzo, tiempo y recursos) para poner en marcha y desarrollar una unidad de producción y/o prestación de servicios para la satisfacción de determinadas necesidades y/o deseos existentes en la sociedad a cambio de una utilidad o beneficio.

### **Productividad.**

Es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc.) durante un periodo determinado.

### **Eficiencia.**

Es la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo o cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos.

### **Efectividad.**

Es la capacidad de conseguir el resultado que se busca. Quien es efectivo, por lo tanto, obtiene el efecto deseado.

### **Eficacia.**

Es el nivel de consecución de metas y objetivos. La eficacia hace referencia a nuestra capacidad para lograr lo que nos proponemos.

## **2.4. Bases epistemológicas**

La empresa, como objeto de estudio, ha sido abordada principalmente desde dos disciplinas académicas: la económica y la administrativa (particularmente la gestión estratégica). Sin embargo, y a pesar de la evidente complementariedad entre ambas, las comunidades académicas asociadas a cada una de ellas suelen observar con recelo, si no ignorar, las aportaciones al conocimiento relacionado con la empresa generadas desde el bando considerado rival. El aislamiento entre ambas disciplinas fue producto de diversos factores, entre los que destaca el alto nivel de abstracción y la generalidad del análisis económico. Esta situación ha dificultado la utilización del análisis económico para resolver los problemas que aborda la gestión estratégica. La teoría de Recursos y Capacidades. Fundamentos microeconómicos, analiza el soporte que da la teoría económica al desarrollo de las explicaciones del éxito de la empresa. Particularmente, aborda el soporte microeconómico de la teoría de recursos y capacidades. Con esto se pretende contribuir al desarrollo de nuevos conocimientos relacionados con la empresa que puedan cumplir satisfactoriamente con los requerimientos tanto de la comunidad académica del ámbito económico como del ámbito de la gestión estratégica.

# CAPÍTULO 3

## SISTEMA DE HIPÓTESIS



## **CAPÍTULO 3 SISTEMA DE HIPÓTESIS**

### **3.1. Formulación de las Hipótesis (Considerar Hipótesis nulas, Hipótesis de investigación o Hipótesis alternas si fueran necesarios)**

#### **3.1.1. Hipótesis general**

**H1=** Las capacidades empresariales, se relacionan significativamente con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco”.

**H0=** Las capacidades empresariales, no se relacionan significativamente con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco”.

#### **3.1.2. Hipótesis específica**

##### ***Hipótesis específica N°01***

**HE<sub>1</sub>=** “Las capacidades gerenciales empresariales, se relacionan significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco.”.

**HE0=** “Las capacidades gerenciales empresariales, **no se** relacionan significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco.”.

##### ***Hipótesis específica N°02***

**HE1=** Las capacidades funcionales empresariales, se relacionan significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco”

**HE0** = Las capacidades funcionales empresariales, **no se** relacionan significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco”

### 3.2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p><b>Variable independiente:</b></p> <p><b>Capacidades Empresariales</b></p> <p>Conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas empresariales que permiten desarrollar mejor las actividades productivas y sociales, y generar iniciativas empresariales exitosas y permanentes (Pomareda 2001, Lazarte 2000).</p> <p>Las capacidades empresariales como las competencias, surgen del aprendizaje colectivo de la organización, poniendo énfasis en el modo de coordinar los procesos de producción y en el uso de las tecnologías (Hernandez,2014)</p> <p>Es el conjunto de recursos que le permiten a la</p>	<p><b>Capacidades Gerenciales</b></p> <p>Competencias que surgen del aprendizaje colectivo de la organización, poniendo énfasis en el modo de coordinar los procesos de producción y en el uso de las tecnologías (Prahalad y Hamel, 1990)</p> <p>Chandler (1990), promotor de las capacidades empresariales, propone que estas se dividan en dos capacidades específicas; las gerenciales y las funcionales. Que los gerentes de las empresas, sean capaces de incursionar en los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Capacidades financieras</b></li> <li>Se refiere a los sistemas de control, de rentabilidad, la valuación de activos, reportes de ingreso y egreso. En general las capacidades para el manejo de las finanzas de la empresa.</li> <li>• <b>Recursos humanos</b></li> <li>Capacidades en las habilidades de educación, entrenamiento, experiencia, para resolver problemas, construir y mantener redes de comunicación, adaptación al cambio y colaboración. actitudes, conocimientos, comportamientos de colaboradores, formación de equipos y empoderamiento</li> <li>• <b>Administrativa organizacional.</b></li> <li>Toma de decisiones estratégicas, habilidades de negocio y ejecutivas,</li> </ul>

<p>organización desempeñar una tarea o una actividad de forma integral a partir de la combinación de sus recursos disponibles (Hernández, 2014).</p>	<p>nuevos mercados más rápido que sus competidores, que sean capaces de gestionar sus recursos y orientarlos hacia la obtención de una ventaja competitiva</p>	<p>conciliación de sistemas de control, planeación y políticas estratégicas, resistencia al cambio, compromiso, diseño de tareas y rutinas, sistemas de información y comunicación, procesos y estructura del poder que se despliega en la empresa.</p>
	<p><b>Capacidades Funcionales</b> Actividades que hacen productiva a la empresa, incluye las áreas funcionales que normalmente posee una empresa. Actividades rutinarias, (Collins, 1994).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tecnología</b> Uso eficiente de la tecnología, sistemas de información especializados, certificaciones y patentes, stock de tecnología, el know-how para aplicarlas y capacidad de innovación.</li> <li>• <b>Ventas:</b> Buena relación con clientes, reconocimiento y la calidad del producto o servicio, ofrecer garantías, índice de satisfacción</li> <li>• <b>Operativas.</b> Operaciones cotidianas: contabilidad, administración, producción, etc.</li> </ul>

<p><b>Variable dependiente:</b> <b>Desarrollo Económico</b></p> <p>El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos.</p> <p>Elementos como el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. (Delfín L. y Acosta M.; 2016)</p>	<p><b>Productividad empresarial</b></p> <p>La productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, tierra, etc) durante un periodo determinado.</p> <p>El objetivo de la productividad es medir la eficiencia de la <u>producción</u> por cada <u>factor o recurso utilizado</u>, entendiendo por eficiencia el hecho de obtener el mejor o máximo rendimiento utilizando un mínimo de recursos. Es decir, cuantos menos recursos sean necesarios para producir una</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Eficiencia:</b> "Eficiencia se refiere a la producción de bienes o servicios que la sociedad valora más, al menor costo social posible". La eficiencia no es un valor absoluto que se alcanza por sí mismo, sino que se determina por comparación con los resultados obtenidos por terceros, quienes actúan en situaciones semejantes a las que deseamos analizar.</li> <li>• <b>Eficacia:</b> Valora el impacto de lo que hacemos, del producto o servicio que prestamos. aquel que logrará realmente satisfacer al cliente o impactar en el mercado. La eficacia es un criterio muy relacionado con lo que hemos definido como calidad (adecuación al uso, satisfacción del cliente), sin embargo, considerando ésta en su sentido amplio: CALIDAD DEL SISTEMA.</li> </ul>
--	--	--

	misma cantidad, mayor será la productividad y por tanto, mayor será la eficiencia.  (Economipedia; 2021)	• <b>Efectividad:</b> Es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, o sea nos permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos planificados.
--	--	---

**Fuente:** Matriz de Consistencia

### 3.3. Definición operacional de las variables

#### **Capacidades empresariales:**

Hacen referencia a la importancia que tienen los gerentes que gestionan los procesos administrativos y organizacionales, considerando que son los recursos directivos la piedra angular para que la empresa cuente entre su capital intelectual a las personas indicadas; los líderes tienen la habilidad de entender, describir y evaluar el potencial de generación del desempeño económico de la dotación de recursos de la empresa; son los que gestionan los conocimientos, las habilidades, destrezas, pericia, valores, actitudes y competencias, convirtiéndose en recursos valiosos para la empresa.

Las capacidades empresariales incluyen dos variables interesantes, la primera relacionada con las capacidades gerenciales y la segunda con las capacidades funcionales, Chandler (1990) es el promotor de las capacidades empresariales, él propone que estas se dividan en dos capacidades específicas, como ya se mencionó; las gerenciales y las funcionales (Chandler, 1990).

### **Capacidades gerenciales:**

Buscan que los gerentes sean capaces de incursionar en nuevos mercados más rápido que sus competidores, que sean capaces de gestionar sus recursos y orientarlos hacia la obtención de una ventaja competitiva, la capacidad gerencial es la habilidad de la empresa para introducirse rápidamente en los mercados en crecimiento de una manera más efectiva que sus competidores (Chandler, 1990), son los procesos que facilitan la integración, utilización y reconfiguración de las actividades; faculta la coordinación, integración y despliegue de recursos a lo largo de toda la compañía.

### **Capacidades funcionales:**

Son un conjunto de sistemas técnicos, procesos tecnológicos, habilidades para la ejecución de tareas específicas, actividades de producción, ventas y distribución (Collis, 1994) y rutinas operativas involucradas en el contexto específico de la firma, por lo tanto, carecen de sustitutos y son difíciles de imitar. Esto implica que las capacidades funcionales son un contribuyente potencial a generar ventaja competitiva dentro de la firma (Barney, 1991).

### **Capacidades financieras:**

Se clasifican a los sistemas de control formales, la rentabilidad, la valuación de los activos, los reportes de ingreso y egreso

### **Capacidades en recursos humanos:**

Incluyen las habilidades por la educación, el entrenamiento y la experiencia de los gerentes, la habilidad para resolver problemas, la habilidad para construir y

mantener redes sociales, habilidades de comunicación, adaptación al cambio y colaboración

**Capacidades administrativas:**

Tienen que ver con los procesos administrativos y operativos que despliegan los gerentes en el cumplimiento de su función.

**Desarrollo Empresarial:**

El desarrollo empresarial debe entenderse como el acto de potenciar a la empresa como unidad. Una empresa es como un engranaje en el que todas sus partes deben funcionar a la perfección. Por eso, cuando hablamos de potenciar el desarrollo empresarial, nos referimos a que la institución debe mejorar en todos sus aspectos; sin descuidar ninguno de ellos.

**Productividad empresarial.**

Se puede definir como el conjunto de acciones que se realizan para lograr cumplir con los objetivos de la empresa, conociendo la cantidad de recursos que se utilizaron para ello y compararlo con los resultados que se obtuvieron. En otras palabras, la productividad empresarial busca que los recursos sean usados de manera que generen mayores ingresos o producción en un período determinado; mientras más eficaces sean los procesos, mayores son las oportunidades de lograr un desarrollo económico para la empresa.

**Eficacia:**

Es hacer las cosas debidas. Es "la virtud, actividad y poder para obrar".  
"Cuando un grupo alcanza las metas u objetivos que habían sido previamente

establecidos, el grupo es eficaz". Eficacia se refiere a los "Resultados" en relación con las "Metas y cumplimiento de los Objetivos organizacionales". Para ser eficaz se deben priorizar las tareas y realizar ordenadamente aquellas que permiten alcanzarlos mejor y más rápidamente.

**Efectividad:**

Este indicador nos sirve para medir determinados parámetros de calidad que toda organización debe preestablecer y también para poder controlar los desperdicios del proceso y aumentar el valor agregado. El ahorro de los recursos materiales es una de las tareas más importante para la realización de un régimen de economía, la reducción de los costos y la elevación de la efectividad de la producción.

**Eficiencia:**

"Eficiencia" es hacer las cosas bien. "Eficiencia" se define "como la virtud y facultad para lograr un efecto determinado". En Economía se le define como "el empleo de medios en tal forma que satisfagan un máximo cuantitativo o cualitativo de fines o necesidades humanas. Es también una adecuada relación entre ingresos y gastos".

# CAPÍTULO 4

## MARCO METODOLÓGICO



## CAPÍTULO 4 MARCO METODOLÓGICO

### 4.1. **Ámbito**

Para poder facilitar la valoración de la presente investigación, se ha realizado una delimitación del campo de investigación, teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

**Geográfico:** Es el Territorio en el que se desarrolló la investigación, de acuerdo a nuestro título está delimitado en la región de Huánuco, pero por ser la localidad de Huánuco la que concentra el mayor porcentaje de PYNES de servicios se toma como referencia a este lugar.

**Funcional:** El Segmento del sector económico a la que pertenece nuestra investigación es la de los Servicios (hotelería, restaurantes, enseñanza, esparcimiento culturales y deportivas, transportes, correo y telecomunicación, etc.).

**Ocupacional:** El estudio tratara de empresarios con negocios propios y formales que pertenecen a la Cámara de Comercio de Huánuco, que hacen un aproximado de 350 empresas registradas,

### 4.2. **Nivel y tipo de estudio**

#### 4.2.1. **Nivel de estudio**

Así como lo explica S

Sampieri y otros (2010) “los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés

se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables”.

Por lo que el nivel de investigación que se alcanzó en la presente investigación es descriptivo- explicativo; es descriptivo porque se describirán los atributos o características de cada variable en estudio teniendo en cuenta sus dimensiones e indicadores; es explicativo porque se trata de demostrar la relación causal de la variable de capacidades empresariales con el desarrollo económico de las Mypes dedicadas al rubro de servicios de la región de Huánuco.

#### **4.2.2. Tipo de investigación**

Por el lado del tema de investigación se tratará de consolidar una teoría existente la teoría de recursos y capacidades, que está muy dispersa y después de ello trataremos de interpretar la realidad con el manejo teórico y así pretender explicar dicha problemática, el mismo que se acerca a un tipo de investigación **APLICADA**. Ya que nos permitirá dar una explicación causal al desarrollo empresarial en la región de Huánuco.

### **4.3. Población y muestra**

#### **4.3.1. Descripción de la población**

Nuestra unidad de análisis o muestreo serán los empresarios que vienen laborando en el sector de Servicios y es estuvo conformado por todas las MYPES dedicados al rubro de servicios que vienen funcionando en la región de Huánuco, los mismos que hacen un total de 10452 MYPES. (Según un informe de la Cámara de Comercio de Huánuco) debidamente constituidas y que generan el 78% de empleo en la población). Pero dado la peculiaridad de

las MYPES de la región de Huánuco, donde la visibilidad de estos negocios es básica para identificar a los propietarios de estas, en nuestro estudio la parte empírica estará determinado por la población de las MYPES dedicadas a los rubros de hoteles y restaurantes (1956), Y transporte, almacenamiento y comunicación (2080) los que hacen un total de 4036 MYPES.

Por todo lo expuesto nuestra población estará compuesto por los propietarios de las 4036 Mypes distribuidos en la región de Huánuco.

#### **4.3.2. Muestra y método de muestreo**

##### **4.3.2.1. Muestra**

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Sampieri y otros;2010). Por lo tanto

Para hallar la muestra se utilizó la siguiente formula:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de éxito para tener el apoyo de los empresarios a ser encuestados = 0.50

q= Probabilidad de fracaso para no tener el apoyo de los empresarios a ser encuestados = 0.50

N = Tamaño de la población= empresarios.

E = Tamaño del error asumido en a la presente investigación=  
0.05

n.s.= Nivel de significación para la investigación asumida =  
0.95

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)( 4036)}{(0.05)^2 (4036 - 1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (4036)}{(0.05)^2 (4035) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{3876.1744}{11.0479} = 350 \text{ empresarios.}$$

Los que serán distribuidos de la siguiente manera:

**Cuadro N°05**

*Población y muestra de MYPES formales, del sector servicio de la región de Huánuco*

DIVISION CIU	AÑOS	MYPES SERVICIOS	POBLACIÓN	MUESTRA
		N°	N°	N°
HOTELES Y RESTAURANTES		1956	1956	170
TRANSPORTE ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN		2080	2080	180
SERVICIOS FINANCIEROS		---	-----	-----
INMOBILIARIA Y ALQUILERES		3417	-----	-----
ENSEÑANZA		----	-----	-----
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD		-----	-----	-----
ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS		2341	-----	-----
OTROS SERVICIOS		648	-----	-----
<b>TOTAL</b>		<b>10452</b>	<b>4036</b>	<b>350</b>

**Fuente:** Estadísticas de la Micro y Pequeña empresa 2016

**Elaboración:** Propia.

**4.3.2.2. Método de muestreo**

Para la presente investigación se utilizó el muestreo probabilístico estratificado, dado que, “Una muestra aleatoria estratificada es la obtenida mediante la separación de los elementos de la población en grupos no solapados, llamados estratos, y la selección posterior de una muestra irrestricta aleatoria simple de cada estrato”.

Scheffer y otros; 2007) y se tomaron las encuestas al azar durante un día seleccionado de corte transeccional, para lo cual se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se tuvo al cuestionario ( ver anexo N° 02) confeccionada teniendo en cuenta las dimensiones e indicadores propuestas en el estudio.

#### **4.3.3. Criterios de inclusión y exclusión**

Se recurrió a la definición: “Son características que sirven para diferenciar quién participa como población en tu investigación y quién no. Los criterios de inclusión y exclusión son límites que discriminan entre los que serán parte del estudio y los que no lo serán” (Vara; 2010)

Por lo tanto:

Se investigo con datos de empresarios formales dedicados a los servicios de Hoteles, restaurantes, transporte, almacenamiento y comunicación; todos ellos afiliados a la cámara de comercio de Huanuco y que tengan las siguientes características: a) Tamaño (micro), b) antigüedad (más de 03 años de funcionamiento) y c) que pertenezcan al distrito de Huanuco.

#### **4.4. Diseño de investigación**

Para determinar el diseño de investigación de la presente investigación se tuvo que recurrir a la siguiente definición, citada por Sampieri (2014): “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema”

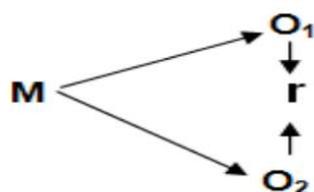
Y corresponde al diseño **No Experimental** porque: “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se

trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” citado por SAMPIERI, Hernández (2014: pág. 152).

X = Capacidades empresariales

Y = Desarrollo económico de la MYPES

El diseño seleccionado para la presente investigación es:



Donde:

M = Muestra

O<sub>1</sub> = Observación de la V.1.

O<sub>2</sub> = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

Dónde:

O1: la variable independiente (Capacidades empresariales), y

O2: la variable dependiente (Desarrollo económico de la MYPES)

Se combinó el uso de los métodos deductivo e inductivo con la finalidad de generalizar y particularizar las informaciones sobre la eficiencia y eficacia como indicadores de la productividad y el desarrollo económico.

**No experimental.** Porque en ellos el investigador solo observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo, es decir los estudios

se realizan sin la manipulación deliberada de variables solo se observa las variables en su ambiente natural para analizar y optar por su solución.

**Transeccional:** Porque se aplicó en un solo momento la encuesta a los empresarios de las MYPES objeto de estudio, con sus respectivos cuestionarios.

#### **4.5. Técnicas e instrumentos**

##### **4.5.1. Técnicas**

- a. Revisión Documental.** Esta técnica consistirá en la recolección de información de fuentes secundarias, así como libros, tesis, revistas y pagina web del internet teniendo en cuenta las variables de estudio para que de esa manera haya respaldo y consistencia dentro de nuestra investigación tanto en la elaboración del planteamiento del problema y del marco teórico.
- b. Encuesta.** “En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida”. (López y Fachelli; 2016). La recolección los datos se realizó a través del instrumento (de medición) llamado el cuestionario, donde para elaborar las preguntas (cuadro de registro) se utilizó la escala Likert, el mismo que fue administrado a la muestra hallada anteriormente para nuestra investigación, respetando el anonimato de los sujetos en estudio.

c. **Estadística.** En la ciencia se enfrenta el problema de que los fenómenos son multicausales y existe una diversidad de aspectos de los que sólo se tiene un grado de control relativo. Frente a esta problemática, resulta útil emplear un método que permita lidiar con datos con una cierta dosis de incertidumbre. En realidad, la estadística es un instrumento muy valioso para organizar la información científica y para tomar decisiones acerca de ella; sería imposible concebir la investigación científica moderna sin la estadística. (Pérez; 2008). Esta técnica nos permitió procesar, organizar y encontrar las diferentes medidas de tendencia central a través de los Datos presentados en cuadros y gráficos. De acuerdo a la recopilación y manejo del procesamiento de datos, nos va arrojar resultados que permitan dar conclusiones sólidas y a partir de ello dar recomendaciones que coadyuven a salir del problema de estudio.

#### **4.5.2. Instrumentos**

- a. **Fichas: Bibliográficas, Etnográficas, de Resumen.** Este instrumento nos ayudó a plantear el marco teórico, el problema y a revisar informes del INEI, Ministerio de la Producción. El mismo que constituyo en realizar resúmenes de carácter sistemático y lógico sobre las capacidades empresariales que tienen los empresarios y el Desarrollo económico de las MYPES en la región de Huánuco.
- b. **Cuestionario.** “El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y

cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo” (Pérez; 1991). La finalidad de aplicar el cuestionario fue para obtener, de manera sistemática y ordenada, información acerca de la muestra con la que se trabaja, sobre las variables u objeto de nuestra investigación. Se hicieron preguntas cerradas con Varias alternativas y se utilizó la escala Likert, dado que es una escala de calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración y es ideal para medir reacciones, actitudes y comportamientos de una persona.

- c. **Cuadros y Tablas.** Llamado también “tabla estadística”, es un instrumento que sirve para presentar los resultados de la conceptualización y cuantificación de ciertos aspectos partidarios de la realidad, asimismo es el conjunto de datos estadísticos en columnas y filas que permite leer, comparar e interpretar las características de una o más variables. Los datos son el resultado de la ejecución de una investigación estadística o el aprovechamiento de un registro administrativo con fines estadísticos. (INEI; 2006). El que se utilizó para poder demostrar nuestra Hipótesis planteada en la investigación y así poder presentar la información empírica recopilada con la encuesta y los cuadros estadísticos de las instituciones públicas sobre las MYPES en el Perú y la región de Huánuco.

#### **4.5.2.1. Validación de los instrumentos**

Para dar conformidad a nuestros instrumentos de investigación se recurrieron a la evaluación de juicio de expertos, después de enviarles una copia de la matriz de consistencia y el cuestionario ellos evaluaron con nota aprobatoria. (ver anexo n° 03).

Dichos expertos fueron:

- ❖ Dra. Mélida Sara Rivero Lazo (Dra. en administración)
- ❖ Dra. Julia palomino Gonzales (Dra. en Contabilidad)
- ❖ Dr. Werner Pinchi Ramírez (Dr. En Economía)
- ❖ Dr., Roque Valdivia Jara. (Dr. En Economía)
- ❖ Dr. Christian Paolo Martel Carranza. Dr. En Economía).

Dichos expertos han evaluado cada uno de los ítems (preguntas) referentes a cada dimensión de las variables en estudio. Para ello, se ha evaluado según categorías de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad de acuerdo a los ítems de calificación: (1) No cumple con el criterio, (2) Bajo nivel, (3) Moderado nivel y (4) Alto nivel. Posterior a la evaluación dichos expertos indicaron que el instrumento de investigación es válido.

#### **4.5.2.2. Confiabilidad de los instrumentos**

Es primordial evaluar la confiabilidad del instrumento para que este, mida lo que tenga de medir. En ese sentido, la confiabilidad del instrumento de recolección de datos (cuestionario de encuesta) se ha determinado mediante la estimación del coeficiente Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ).

Lo que se busca con la estimación del coeficiente Alfa de Cronbach, es determinar la consistencia interna del instrumento. Consistencia interna entendida como el grado de relación que existe entre todas las preguntas (ítems) del cuestionario. Es así que, se usa el coeficiente Alfa de Cronbach2 para estimar la fiabilidad del instrumento.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left( \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Donde  $K$  es el número de ítems del instrumento,  $\sum N Vi$  es la sumatoria de las varianzas de cada ítem y  $Vtotal$  es la varianza total del instrumento.

En este contexto, en línea con los criterios dados por George y Mallery (2004), la evaluación del valor del coeficiente se hace de la siguiente forma:

> 0.90	Excelente
Entre 0.80 y 0.89	Bueno
Entre 0.70 y 0.79	Aceptable
Entre 0.60 y 0.69	Cuestionable
Entre 0.50 y 0.59	Pobre
< 0.50	Inaceptable

Dado lo anterior, se procedió a estimar el coeficiente Alfa de Cronbach para el instrumento de la presente investigación. La Tabla 10, presenta el resumen del procedimiento de los casos que se emplearon para estimar dicho coeficiente; se aprecia que se han

usado a las 350 unidades de análisis que se encuestaron, sin tener ningún caso perdido.

Resumen del procedimiento de los casos

		N	%
	Validos	360	100.0
Casos	Excluidos	0	0.0
	Total	350	100.0

**Fuente:** Procesamiento en el software SPSS

<sup>2</sup> este coeficiente toma valores entre  $0 \leq \alpha \leq 1$ . Por ello, cuanto más cerca este de la unidad, mayor será la consistencia interna de los ítems del instrumento analizado.

Se aprecia que el coeficiente de Cronbach para el instrumento de investigación es igual 0.865; el mismo que se ubica en la categoría de Bueno; esto nos indica que la aplicación del cuestionario de encuesta es estadísticamente confiable.

Resumen del procedimiento de los casos

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	Número de elementos
0.865	0.821	350

Fuente: Procesamiento en el software SPSS.

#### 4.6. Técnicas para el procedimiento y análisis de datos

En este apartado describimos las distintas operaciones a las que fueron sometidos los datos o respuestas que se obtuvieron: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso. En cuanto al Análisis se definieron las Técnicas Lógicas

o Estadísticas, que se emplearon para descifrar lo que revelaron los datos recolectados, para lo cual se aplicaron las encuestas y se utilizó el software SPSS versión 18 para lograr el procesamiento de la investigación.

#### **4.7. Aspectos éticos (consentimiento informado, protocolos etc. para los trabajos que se realizan con personas o animales)**

Se tubo un encuentro con los dirigentes de la Cámara de Comercio de Huánuco, donde se acordó que la aplicación de la encuesta iba a ser sin nombre y en incógnita y los resultados no deberían ser divulgados en forma individual, más por el contrario debería ser divulgado colectivamente.

# CAPÍTULO 5

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



## CAPÍTULO 5

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 5.1. Análisis descriptivo

##### A. Fuentes Secundarias:

##### Cuadro N°06

Perú: empresas formales, según segmento empresarial:2015-2019

ESTRATO EMPRESARIAL	2015		2016		2017		2018		2019	
	N° EMPRESAS	%								
MICROEMPRESA	1607305	95,0	1652071	95,1	1836848	96,2	2130127	95,9	2292250	96,0
PEQUEÑA EMPRESA	72 664	4,3	74 085	4,3	60 702	3,2	79 143	3,6	82 057	3,4
MEDIANA EMPRESA	2 712	0,2	2 621	0,2	2 034	0,1	2 711	0,1	2 937	0,1
TOTAL, DE MIPYMES	1 682 681	99,5	1 728 777	99,5	1 899 584	99,5	2 211 981	99,6	2 377 244	99,6
GRAN EMPRESA	8 781	0,5	8 966	0,5	9 245	0,5	9 182	0,4	9 537	0,4
TOTAL, DE EMPRESAS	1 691 462	100	1 737 743	100	1 968 829	100	2 221 163	100	2 386 781	100

**Fuente:** Sunat, Registro Único del Contribuyente -PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI):205-2019

**Elaboración:** Investigador

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo al cuadro N°06 podemos observar que la proporción de participación de las microempresas en las MIPYMES es de un promedio del 95.5% durante los años del 2015-2019, teniendo ligero crecimiento el año 2017 y el año 2019. La pequeña empresa mantiene una participación 3,4% en el año 2019, habiendo crecido en los años del 2016 y el año 2117. Asimismo, la mediana empresa tubo un ligero crecimiento los años 2015 y 2016 para luego caer al 0,1% desde el año 2017 hasta el 2019. Al hacer un análisis del total de empresas formales en el Perú el 99,6% pertenecen a las MIPYMES y solamente un 0,4% pertenecen a la gran empresa, o sea que del total de empresas formales del Perú podemos indicar que 2 377 244 empresas pertenecen a las MIPYMES y solo 9 537 empresas pertenecen a la gran empresa. Por lo que podemos concluir que el mayor porcentaje de empresas formales, que pertenecen a MIPYMES es netamente microempresarios, quienes manejan poco capital y albergan la mayor capacidad laboral de nuestro país.

**Cuadro N°07**

Perú: MIPYME formales, según sector económico :2015-2019

SECTOR ECONÓMICO	2015		2016		2017		2018		2019	
	N° EMPRESAS	%								
COMERCIO	745 295	44,3	762 127	44,1	878 285	46,2	1 022 078	46,2	1 087 329	45,7
SERVICIOS	692 221	41,1	718 008	41,5	784 859	41,3	897 664	40,6	978 791	41,2
MANUFACTURA	148 732	8,8	151 584	8,8	158 233	8,3	186 137	8,4	196 202	8,3
COSTRUCION	55 083	3,3	58 093	3,4	41 916	2,2	58 534	2,7	66 151	2,8
AGROPECUARIO	24 184	1,4	23 908	1,4	24 004	1,3	29 145	1,3	29 775	1,3
MINERIA	13 669	0,8	11 562	0,7	9 349	0,5	14 716	0,7	15 104	0,6
PESCA	3 497	0,2	3 495	0,2	2 938	0,2	3 707	0,2	3 892	0,2
TOTAL	1 682 681	100	1 728 777	100	1 899 584	100	2 211 981	100	2 377 244	100

**Fuente:** Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente; PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI):205-2019

**Elaboración:** Investigador

**Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas que pertenecen a las MIPYMEs formales, podemos indicar que el sector servicios ocupa el segundo lugar, con un promedio del 41.5% ya que desde el año 2015 hasta el 2019, mantiene este promedio; mientras que el sector comercio ocupa el primer puesto sacándole una ventaja de un 4%; los demás sectores económicos están por debajo de estos dos sectores económicos que no pasan 8.5% aproximadamente. Por lo que se concluye que el sector servicios es la segunda

actividad económica que se viene desarrollando en nuestro país y tiene una alta participación en la Conformación del PBI peruano.

**Cuadro N°08**

*Perú: MIPYME formales de servicios, según CIU :2015-2019*

CIU	ACTIVIDADES ECONOMICAS	2015	2016	2017	2018	2019
K	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	226 159	228 626	227 189	234 150	250 778
O	Otras activ. De servicios comunitarios, sociales y personales	174 470	180 522	209 373	231 783	259 424
H	Hoteles y restaurantes	117 969	126 113	128 887	207 396	221 726
I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	130 723	137 186	158 233	170 237	186 031
N	Actividades de servicios sociales y de salud (privada)	22 674	24 468	24 004	29 126	33 261
M	Enseñanza(privada)	15 090	15 953	14 398	18 569	20 183
E	Suministro de electricidad, gas y agua	1 453	1 576	1 412	1 863	2 145
J	Intermediación financiera	3 383	3 564	3 456	4 540	5 288
TOTAL						978 791

**Fuente:** SUNAT, Registro Único del Contribuyente; PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (DEMI):205-2019

**Elaboración:** Investigador

**Análisis e Interpretación:**

Del total de empresas de las MIPYME formales del Perú, que pertenecen al sector servicios destacan para el año 2019 en primer lugar las empresas que pertenecen a Otras activ. De servicios comunitarios, sociales y personales; seguido de las empresas que se dedican a Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler; y en tercer lugar están los hoteles y restaurantes. A pesar que todas ellas han tenido un ligero crecimiento desde el año 2015 hasta el año 2019, periodo antes de la pandemia, los datos posteriores están en proceso de recuperación lenta a medida que bajen los contagios por el problema del Covid-19.

**Cuadro N°09**

*MIPYME formales, según estrato empresarial, región de Huánuco. :2015-2019*

AÑOS	ESTRATO EMPRESARIAL								TOTAL
	MICROEMPRESA		PEQUEÑA EMPRESA		MEDIANA EMPRESA		GRAN EMPRESA		
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	
2015	24 418	0.96	767	0.03	28	0.005	41	0.005	25 254
2016	22 677	0.97	693	0.02	15	0.004	48	0.006	23 433
2017	27 901	0.99	234	0.008	8	0.0003	37	0.001	28 180
2018	32 200	0.97	804	0.02	16	0.0004	47	0.001	33 067
2019	35 270	0.98	797	0.02	21	0.0006	48	0.001	36 136

**Fuente:** SUNAT, Registro Único del Contribuyente; PRODUCE - Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria (DEMI):205-2019

**Elaboración:** Investigador

**Análisis e Interpretación:**

A nivel regional podemos indicar que durante los años desde 2015 hasta el año 2019, en las MIPYMES formales se mantiene la supremacía de los microempresarios o sea que tienen de uno (1) hasta 10 trabajadores y como ventas un monto máximo de 150 UIT's. (S/. 420.00 para el año 2019) o S/. 63 000.00 de ventas anuales con un promedio de S/. 5 200.00 de ventas mensuales. Podemos concluir que el mayor porcentaje de empresarios en la región de Huánuco pertenece al grupo de Microempresarios

**Cuadro N°10**

*Huánuco: PBI Por Sectores (2006 -2008)*

ACTIVIDAD ECONÓMICA	COMPONENTE % PROMEDIO
<b>PRIMARIO</b>	<b>28.53</b>
Agropecuario	19.4
Minero	9.13
<b>SECUNDARIO</b>	<b>11.96</b>
Manufactura	9.43
<b>SERVICIOS</b>	<b>23.94</b>
Servicios	23.94

**Fuente:** Huánuco Compendio Estadístico 2006-2007

**Elaboración:** El investigador

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo al cuadro N° 10, El Sector Servicios, es el segundo sector en importancia, pues aporta el 26.9% al PBI Regional, representado por la actividad comercial, servicios privados y gubernamentales, constituyendo el principal núcleo comercial, centralizado en la capital departamental y por ende mayor ofertante de servicios de salud, educativos, financieros y comunicaciones.

## B. Fuentes Primarias.

### a. Aspectos generales:

Los resultados de la encuesta realizada a los microempresarios (dueños) fueron los siguientes:

#### **Cuadro N°11**

*Microempresarios del sector servicios, según años de experiencia de la región de Huánuco*

	<b>n<sub>i</sub></b>	<b>h<sub>i</sub></b>	<b>N<sub>i</sub></b>	<b>H<sub>i</sub></b>
<b>1-4</b>	<b>105</b>	<b>0.30</b>	<b>105</b>	<b>0.30</b>
<b>5-8</b>	<b>70</b>	<b>0.20</b>	<b>175</b>	<b>0.50</b>
<b>9-12</b>	<b>105</b>	<b>0.30</b>	<b>280</b>	<b>0.80</b>
<b>13-16</b>	<b>35</b>	<b>0.10</b>	<b>315</b>	<b>0.90</b>
<b>17-20</b>	<b>35</b>	<b>0.10</b>	<b>350</b>	<b>1.00</b>
<b>total</b>	<b>350</b>	<b>1.00</b>	-----	-----

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

#### **Análisis e Interpretación:**

Del total de encuestados podemos indicar: que el 50% tienen como años de experiencia entre 1 a 8 años; Mientras que un 30% indicaron tener como experiencia entre 9 a 12 años; Asimismo un 20% indicaron tener como experiencia, entre 13 a 20 años. Pudiéndose concluir que un alto porcentaje de microempresarios encuestados tienen entre 1 a 12 años de experiencia

**Cuadro N° 12**

*Microempresarios del sector servicios, según CIU y actividades económicas de la región de Huánuco*

CIU	ACTIVIDADES ECONOMICAS	RESPUESTA	
		N°	%
K	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	21	0.06
O	Otras activ. De servicios comunitarios, sociales y personales	42	0.12
H	Hoteles y restaurantes	133	0.38
I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	63	0.18
N	Actividades de servicios sociales y de salud (privada)	21	0.06
M	Enseñanza(privada)	28	0.08
E	Suministro de electricidad, gas y agua	21	0.06
J	Intermediación financiera	21	0.06
	<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>1.00</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Análisis e Interpretación:**

De los 350 microempresarios encuestados: 133 personas o un 38% se dedican a la actividad económica de hoteles y restaurantes; seguido 63 personas o un 18% se dedican como actividad económica al Transporte, almacenamiento y comunicaciones; mientras que 42 personas o un 12% están en el rubro, de Otras actividades. De servicios comunitarios, sociales y personales; seguido de un 38% de encuestados que se dedican al resto de actividades económicas según el cuadro adjunto. De lo se concluye que el 50% de microempresarios se dedican como actividades económicas

entre Hoteles, restaurantes, Transporte, almacenamiento y comunicaciones

### **Cuadro N°13**

*Microempresarios del sector servicios, según número de empleados, de la región de Huánuco*

<b>Número de empleados</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1-2</b>	<b>91</b>	<b>0.26</b>
<b>3-4</b>	<b>112</b>	<b>0.32</b>
<b>5-6</b>	<b>42</b>	<b>0.12</b>
<b>7-8</b>	<b>28</b>	<b>0.08</b>
<b>9-10</b>	<b>77</b>	<b>0.22</b>
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>1.00</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo al cuadro N° 13, podemos mencionar que 112 encuestados o un 32%, manifestaron tener a su disposición entre 3 a 4 empleados; seguido de 91 personas o el 26% que indicaron tener entre 1 a 2 empleados en su empresa; 77 personas o un 22% indicaron tener entre 9 a 10 empleados en su empresa. Lo que nos indican a modo de conclusión, que los microempresarios de la región dan trabajo a un gran sector del mercado laboral.

**b. Capacidades empresariales**

✓ **Capacidades gerenciales:**

❖ **Finanzas**

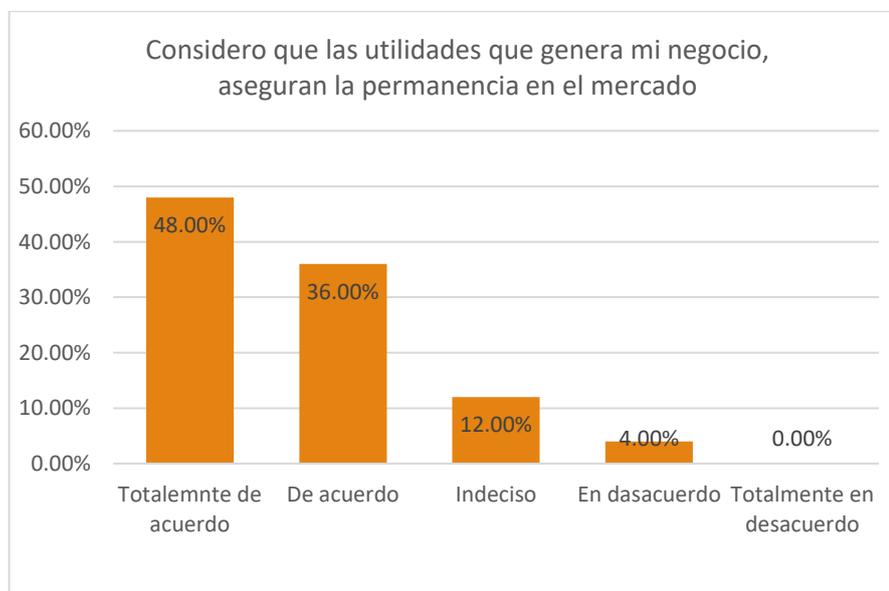
**Cuadro N°14**

Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	168	48.00%
De acuerdo	126	36.00%
Indeciso	42	12.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N° 02**



**Fuente:** Cuadro N°14

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo cuadro N°14, podemos indicar que el 48% o 168 personas del total de encuestados, nos manifestaron que están totalmente de acuerdo, con que sus utilidades le aseguran permanencia en el mercado, por que registran ventas anuales en crecimiento, por otro lado, el 12% se sienten indecisos debido a que sus condiciones son de baja competitividad y no cuentan con ningún registro de cuentas. Por lo que podemos concluir que el mayor porcentaje de empresarios están de acuerdo con las utilidades que les generan sus negocios.

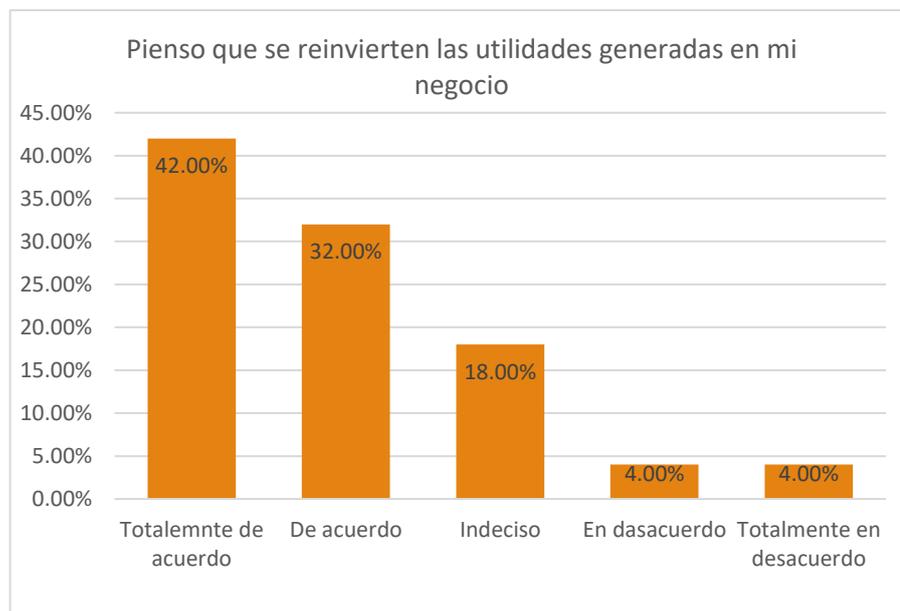
### **Cuadro N°15**

<b>Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	147	42.00%
De acuerdo	112	32.00%
Indeciso	63	18.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	14	4.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboracion:** El investigador

**Gráfico N°03**



**Fuente:** Cuadro N°15

**Elaboración:** El investigador

**Análisis e interpretación:**

De acuerdo al cuadro N°15, podemos indicar que el 42% de los encuestados nos manifestaron que están totalmente de acuerdo que sus utilidades generadas se reinvierten en su negocio, por otro lado, el 18% se sienten indecisos debido a que sus condiciones laborales son inestables y de baja competitividad. Por lo que a modo de conclusión podemos indicar que el mayor porcentaje de empresarios prefieren reinvertir sus utilidades en su negocio.

❖ **Recursos humanos**

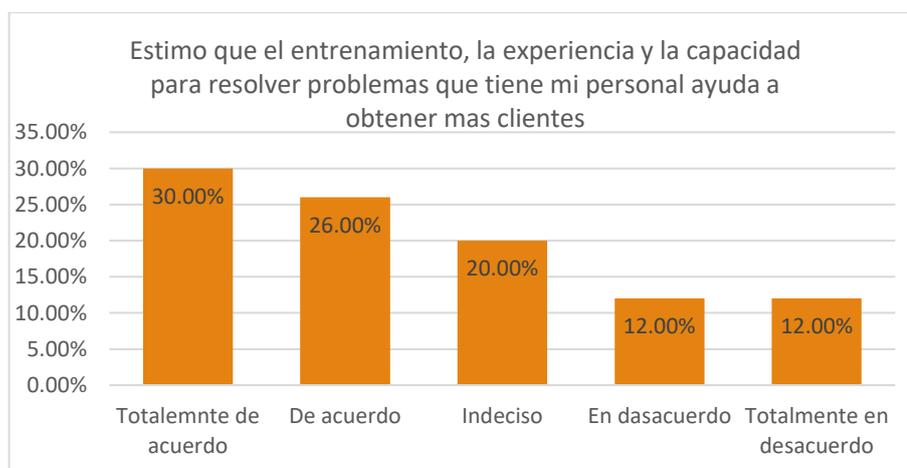
**Cuadro N°16**

Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	105	30.00%
De acuerdo	91	26.00%
Indeciso	70	20.00%
En desacuerdo	42	12.00%
Totalmente en desacuerdo	42	12.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboracion:** El investigador

**Gráfico N° 04**



**Fuente:** Cuadro N°16

**Elaboración:** El investigador

**Análisis e interpretación:**

Ante la afirmación, sobre si el entrenamiento, la experiencia y la habilidad de sus trabajadores le permiten generar más clientes a su negocio. Se pudo evidenciar que el 30% de los encuestados nos manifestaron que están totalmente de acuerdo; seguido de un 26%

que están de acuerdo; por otro lado, el 20% se sienten indecisos. Podemos concluir que la mayoría de microempresarios valoran la formación de sus trabajadores, así como la experiencia en el rubro lo que les ha permitido desarrollar habilidades en las ventas y por ende mayores utilidades.

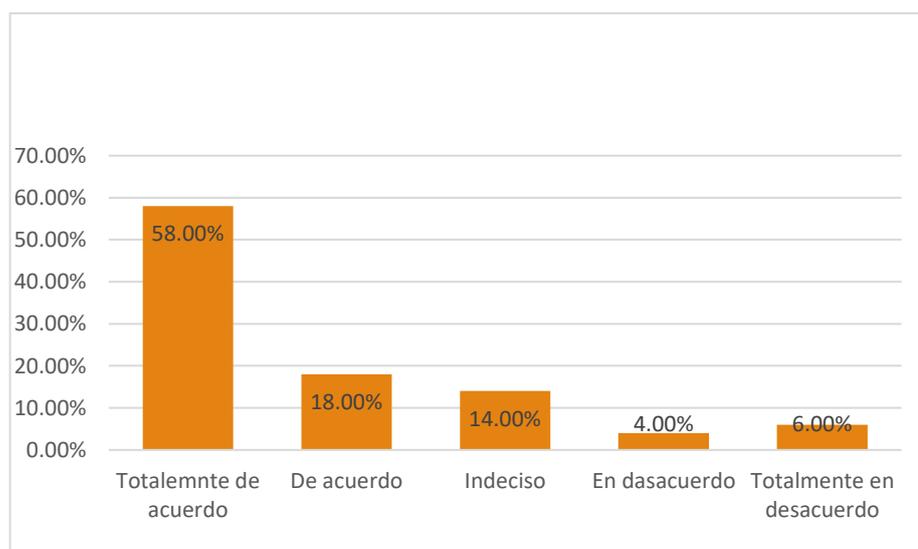
### **Cuadro N°17**

<b>Observo que la comunicación, coordinación confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	203	58.00%
De acuerdo	63	18.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboracion:** El investigador

### **Gráfico N°05**



**Fuente:** Cuadro N°17

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e interpretación:**

Ante la afirmación: “Observo que la comunicación, coordinación confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio” Tal como muestra el cuadro N<sup>o</sup>17, podemos indicar que el 76% de los encuestados nos manifestaron que están totalmente de acuerdo y de acuerdo; Y solo el 10% está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo; por otro lado, el 14% contesto, como indecisos. Llegando a una conclusión parcial que el trabajo coordinado y de confianza de los equipos, viene generando mayores clientes y por ende mayores ventas e ingresos, a los microempresarios.

#### ❖ **Administrativos**

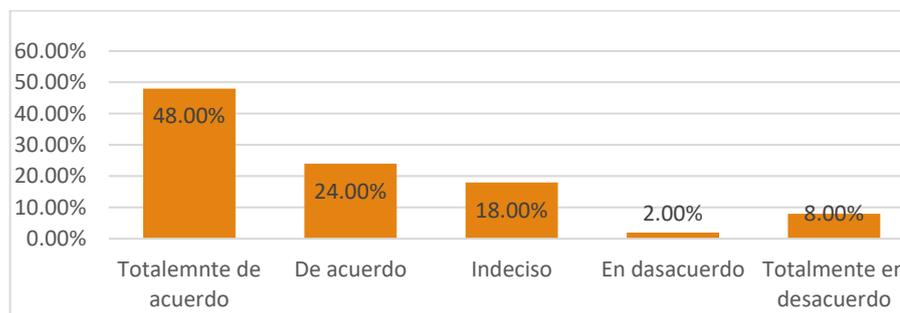
**Cuadro N°18**

Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	168	48.00%
De acuerdo	84	24.00%
Indeciso	63	18.00%
En desacuerdo	7	2.00%
Totalmente en desacuerdo	28	8.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°06**



**Fuente:** Cuadro N°18

**Elaboración** El investigador

**Análisis e interpretación:**

De la afirmación planteada: “Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias”, podemos indicar que el 72% de los encuestados manifestaron que están totalmente de acuerdo y de acuerdo; por otro lado, el 18% se sienten indecisos; Asimismo solo el 10% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Concluyéndose que los microempresarios, tienen una alta confianza en los procesos creados para su negocio.

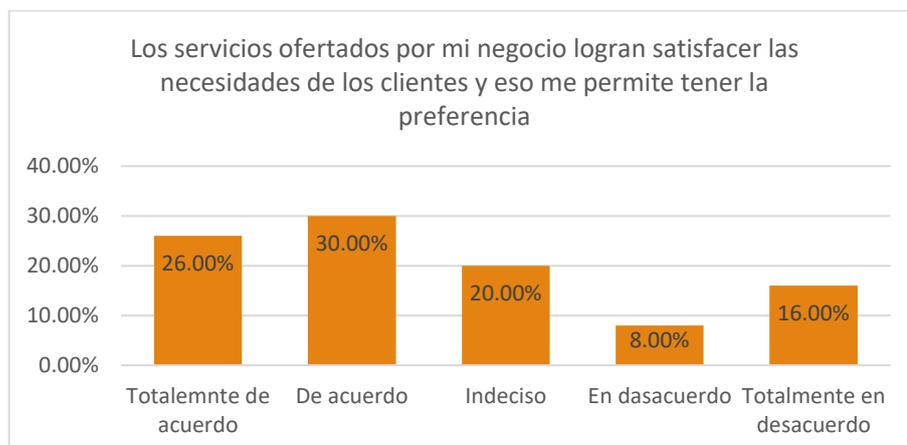
**Cuadro N°19**

Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	91	26.00%
De acuerdo	105	30.00%
Indeciso	70	20.00%
En desacuerdo	28	8.00%
Totalmente en desacuerdo	56	16.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N° 07**



**Fuente:** Cuadro N°19

**Elaboración:** El investigador

#### **Análisis e interpretación:**

Ante la afirmación, si los servicios ofertados por su negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso les permite tener la preferencia, En el cuadro N<sup>a</sup>19, podemos mostrar que el 56% de los encuestados nos manifestaron que están totalmente de acuerdo y de acuerdo; por otro lado, el 46% indicaron estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Permittiéndonos concluir que los microempresarios, tienen un escaso conocimiento del Marketing y por ello, no les permite entender las necesidades de sus clientes y tener la preferencia.

## Cuadro N° 20

Resumen: Capacidades gerenciales de los microempresarios de la región de Huánuco

DIMENSIONES	N° DE CUADROS	RESPUESTAS (*)										TOTAL	
		5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	N	%
FINANZAS	14	168	48	126	36	42	12	14	4	0	0	350	100
	15	147	42	112	32	63	18	14	4	14	4	350	100
RECURSOS HUMANOS	16	105	30	91	26	70	20	42	12	42	12	350	100
	17	203	58	63	18	49	14	14	4	21	6	350	100
ADMINISTRATIVOS	18	168	48	84	24	63	18	7	2	28	8	350	100
	19	91	26	105	30	70	20	28	8	56	16	350	100
TOTAL		882	42	571	27	357	17	119	6	161	8	2100	100

(\*) 5= totalmente de acuerdo; 4= de acuerdo; 3= indecisos; en Desacuerdo: totalmente en desacuerdo

Fuente: Encuesta a los microempresarios

Elaboración: El investigador

### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo al cuadro resumen, podemos indicar que un 69% de encuestados respondieron entre totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que solo un 31% indico estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que podemos concluir que los Microempresarios de la región de Huánuco muestran sus capacidades gerenciales, con una alta valoración y confianza: en los procesos creados para su negocio, en la formación de sus trabajadores, así como en la experiencia en el rubro, en el trabajo coordinado y de confianza de los equipos, que le vienen generando mayores clientes y por ende mayores ventas e ingresos, pero a la vez tienen un escaso conocimiento de Marketing y por ello, no les permite entender las necesidades de sus clientes y tener la preferencia; pero están de acuerdo con las utilidades que les generan sus negocios y prefieren reinvertir sus utilidades en su negocio.

✓ **Capacidades Funcionales:**

❖ **Tecnología**

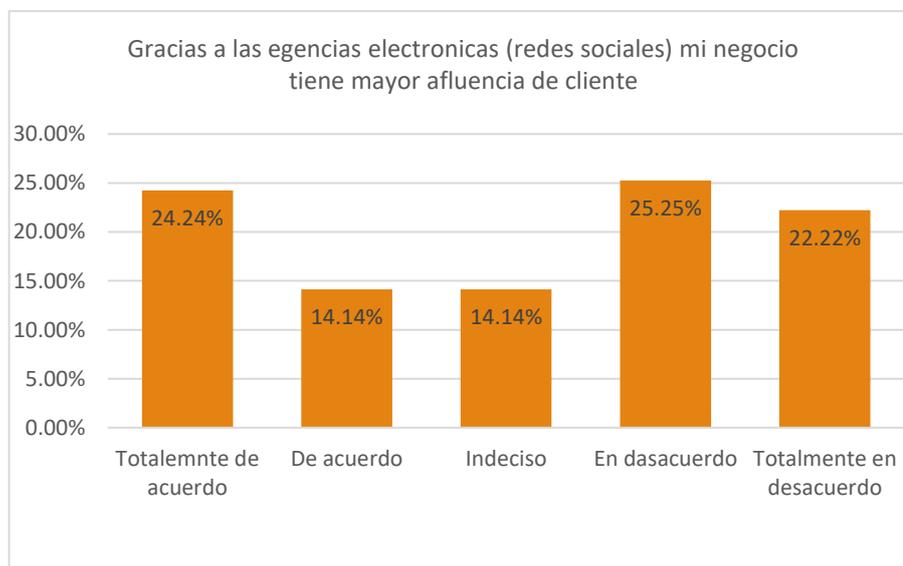
**Cuadro N°21**

<b>Gracias a las agencias electrónicas (redes sociales) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	85	24.24%
De acuerdo	49	14.14%
Indeciso	49	14.14%
En desacuerdo	88	25.25%
Totalmente en desacuerdo	78	22.22%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°08**



**Fuente:** Cuadro N°21

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e interpretación:**

Ante la afirmación: que gracias a las agencias electrónicas (redes sociales) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes, solo el 38.38% de los encuestados nos manifestaron que están totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que el 61.62% indicaron estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que podemos afirmar que el mayor porcentaje de microempresarios desconocen las bondades de las redes sociales hoy en día.

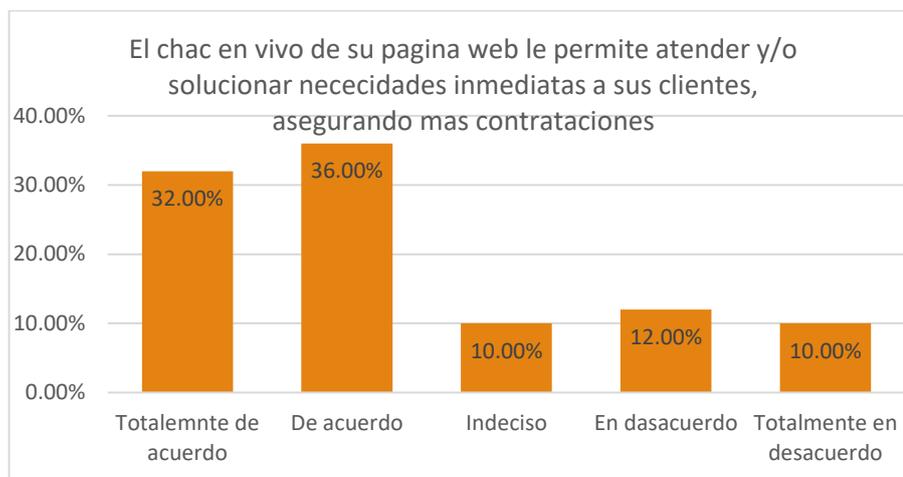
### **Cuadro N°22**

<b>El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	112	32.00%
De acuerdo	126	36.00%
Indeciso	35	10.00%
En desacuerdo	42	12.00%
Totalmente en desacuerdo	35	10.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°09**



**Fuente:** Cuadro N°22

**Elaboración:** El investigador

**Análisis e interpretación:**

Ante la afirmación, si el chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones; el 68% respondieron, estar totalmente de acuerdo y de acuerdo: mientras que solo el 32% respondieron estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que podemos afirmar que un alto porcentaje está de acuerdo con el chat en vivo de su página web.

❖ Ventas

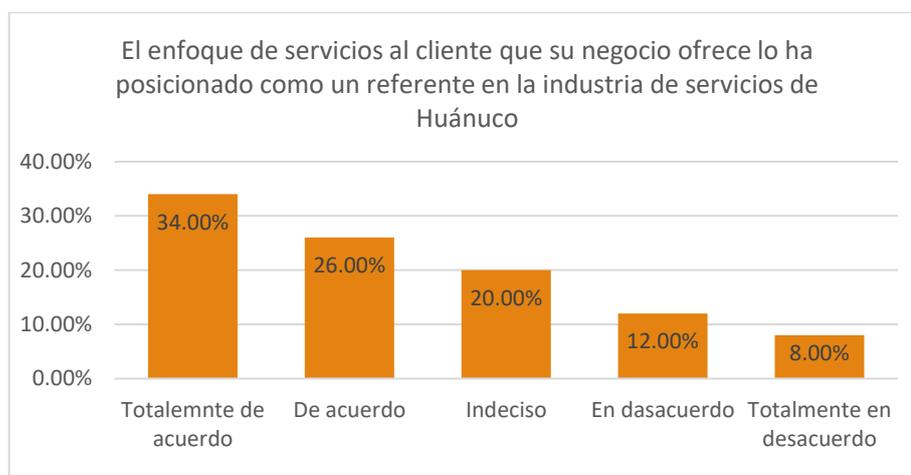
**Cuadro N°23**

El enfoque de servicios al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	119	34.00%
De acuerdo	91	26.00%
Indeciso	70	20.00%
En desacuerdo	42	12.00%
Totalmente en desacuerdo	28	8.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°10**



**Fuente:** Cuadro N°23

**Elaboración:** El investigador

**Análisis e interpretación:**

Ante la afirmación, sobre si el enfoque de servicios al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco; en el cuadro N°23, podemos mostrar que el 60 % de los encuestados, nos manifestaron que

están totalmente de acuerdo y de acuerdo; solo el 40% respondieron que están indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que el mayor porcentaje de microempresarios creen en su enfoque de servicios le ha posesionado en el mercado.

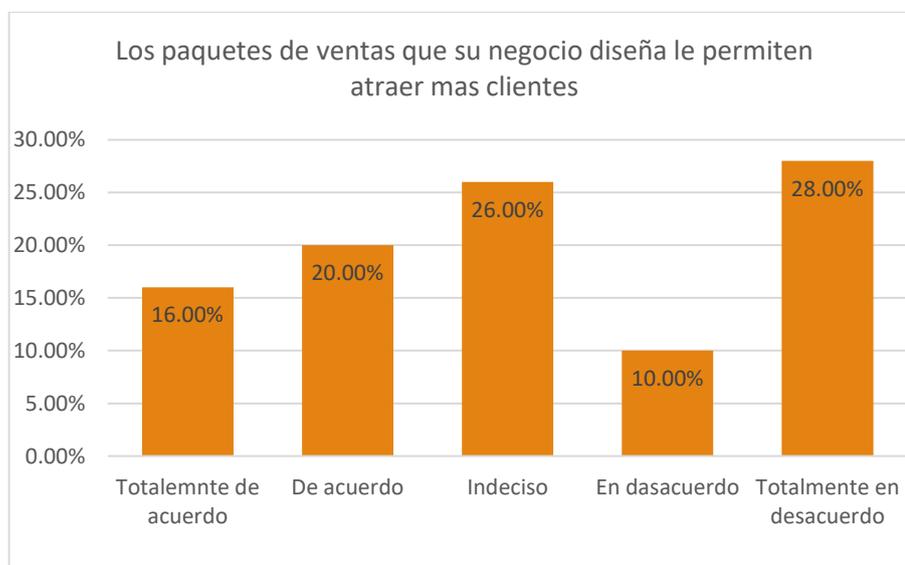
**Cuadro N°24**

<b>Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	56	16.00%
De acuerdo	70	20.00%
Indeciso	91	26.00%
En desacuerdo	35	10.00%
Totalmente en desacuerdo	98	28.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°11**



**Fuente:** Cuadro N°24

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e interpretación:**

La afirmación, que si los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes; un 36% indicaron que estaban completamente de acuerdo y en acuerdo; el 64% indico que estaban indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que podemos afirmar que un alto porcentaje de los microempresarios encuestados desconocen sobre las estrategias de Marketing.

#### **❖ Operativas**

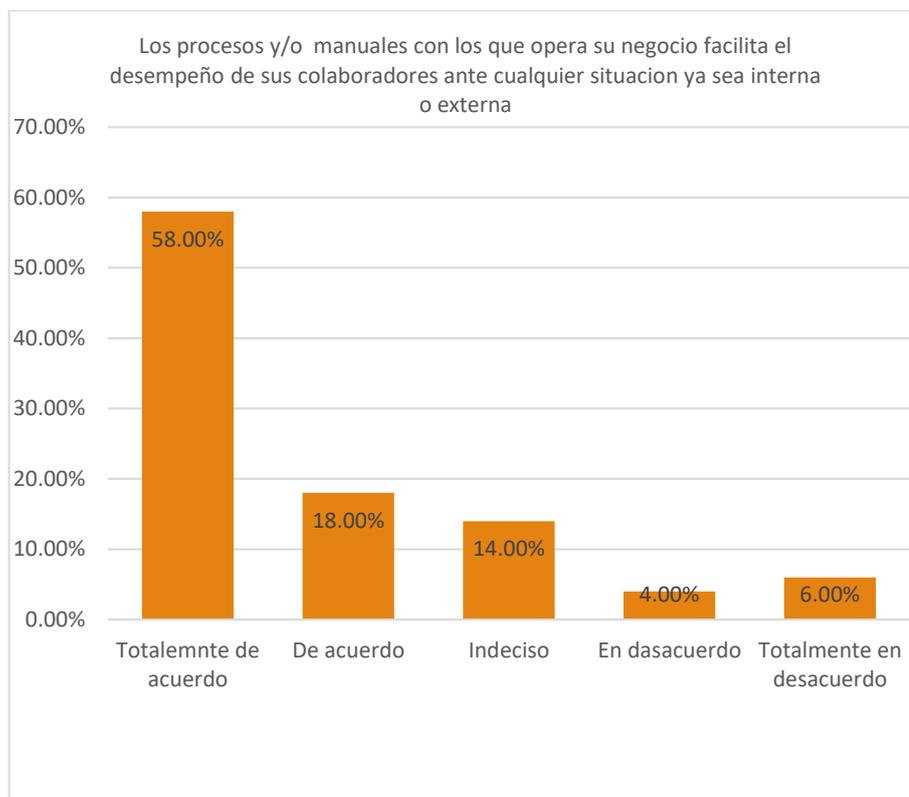
#### **Cuadro N°25**

<b>Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	203	58.00%
De acuerdo	63	18.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°12**



**Fuente:** Cuadro N°25

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e interpretación:**

Para la afirmación sobre, si los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa; El 76% de encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo y solo el 24% indico que estaban indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Concluyéndose que los microempresarios encuestados si valoran los procesos y manuales para la administración de su negocio.

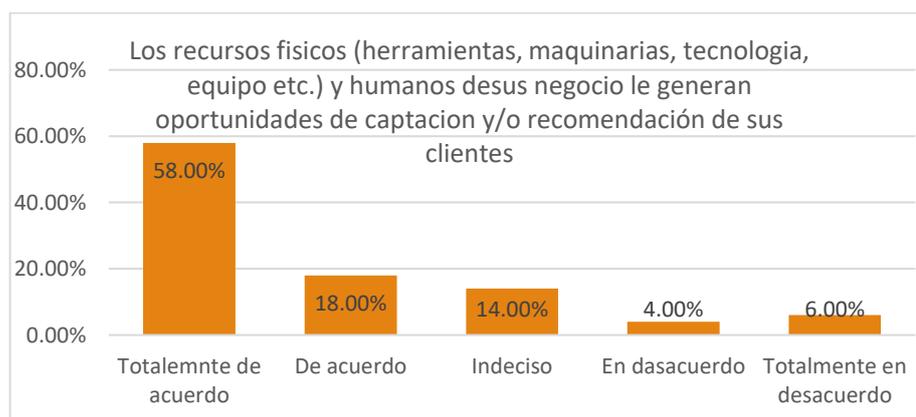
**Cuadro N°26**

<b>Los recursos físicos (herramientas, maquinarias, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	203	58.00%
De acuerdo	63	18.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°13**



**Fuente:** Cuadro N°26

**Elaboración:** El investigador

**Análisis e interpretación:**

La afirmación sobre si los recursos físicos (herramientas, maquinarias, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes; el 76% de encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que solo el 24% de encuestados

indicaron estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Concluyéndose que un alto porcentaje de microempresarios valoran sus recursos tangibles o físicos de su negocio.

❖ **Capacidades Gerenciales y Ventaja Competitiva**

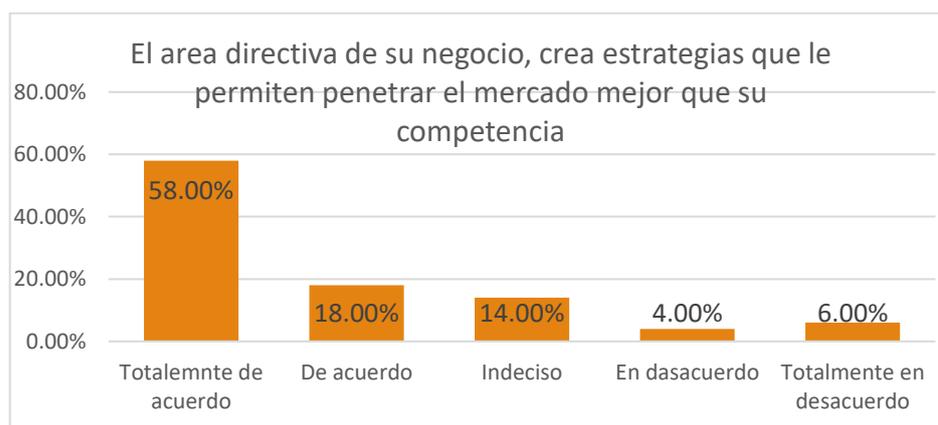
**Cuadro N°27**

<b>El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	203	58.00%
De acuerdo	63	18.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°14**



**Fuente:** Cuadro N°27

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e interpretación:**

Ante la afirmación sobre, si e l área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia; del total de encuestados un 76% de microempresarios indicaron estar de acuerdo y totalmente de acuerdo; mientras que un 24% de encuestados indicaron estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que podemos concluir que un alto porcentaje de microempresarios valora a los recursos intangibles de su empresa.

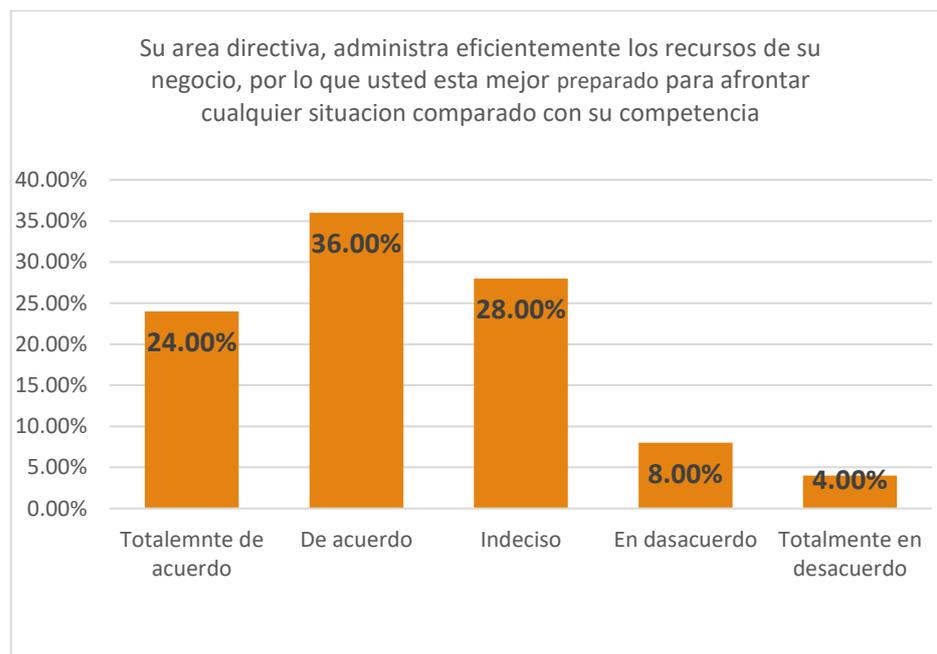
#### **Cuadro N°28**

<b>Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted este mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	84	24.00%
De acuerdo	126	36.00%
Indeciso	98	28.00%
En desacuerdo	28	8.00%
Totalmente en desacuerdo	14	4.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

Gráfico N°15



Fuente: Cuadro N°28

Elaboración: El investigador

#### Análisis e interpretación:

La afirmación sobre, si su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia; En el cuadro N°28 podemos mostrar que el 60% de los encuestados nos manifestaron que están totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que el 40 % están indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, Concluyéndose que los microempresarios tienen personal administrativo comprometidos con el negocio y por ello están satisfechos con el actuar de ellos.

**Cuadro N°29**

**Resumen: Capacidades funcionales de los microempresarios de la región de huanuco:2021**

DIMENSIONES	N° DE CUADROS	RESPUESTAS										TOTAL	
		5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	N	%
TECNOLOGIA	21	85	24	49	14	49	14	88	25	78	22	350	100
	22	112	32	126	36	35	10	42	12	35	10	350	100
VENTAS	23	119	34	91	26	70	20	42	12	28	8	350	100
	24	56	16	70	20	91	26	35	10	98	28	350	100
OPERATIVOS	25	203	58	63	18	49	14	14	4	21	6	350	100
	26	203	58	63	18	49	14	14	4	21	6	350	100
	27	203	58	63	18	49	14	14	4	21	6	350	100
	28	84	24	126	36	98	28	28	8	14	4	350	100
<b>TOTAL</b>		<b>1065</b>	<b>38</b>	<b>652</b>	<b>23</b>	<b>490</b>	<b>17</b>	<b>277</b>	<b>10</b>	<b>316</b>	<b>12</b>	<b>2800</b>	<b>100</b>

(\*) 5= totalmente de acuerdo; 4= de acuerdo;3= indecisos; en Desacuerdo: totalmente en desacuerdo

**Fuente:** Cuadros del N° 21 hasta el N°28

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

De acuerdo con el cuadro resumen de las capacidades funcionales, podemos indicar que el 61% de encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que un 39% indico estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que podemos concluir que los microempresarios de la región de Huánuco muestran tener medianamente capacidades funcionales, ya que un alto porcentaje está de acuerdo con el chat en vivo de su página web; pero desconocen las bondades de las redes sociales hoy en día. Para sus ventas, creen que su enfoque de servicios le ha posesionado en el mercado, a pesar que desconocen sobre estrategias de Marketing. En lo operativo, valoran los procesos y manuales para la administración de su negocio, sus recursos tangibles o físicos de su negocio, a los recursos intangibles de su empresa, además tienen un personal administrativo comprometidos con el negocio y por ello están satisfechos con el actuar de ellos.

✓ **Desarrollo Económico**

❖ **Eficiencia**

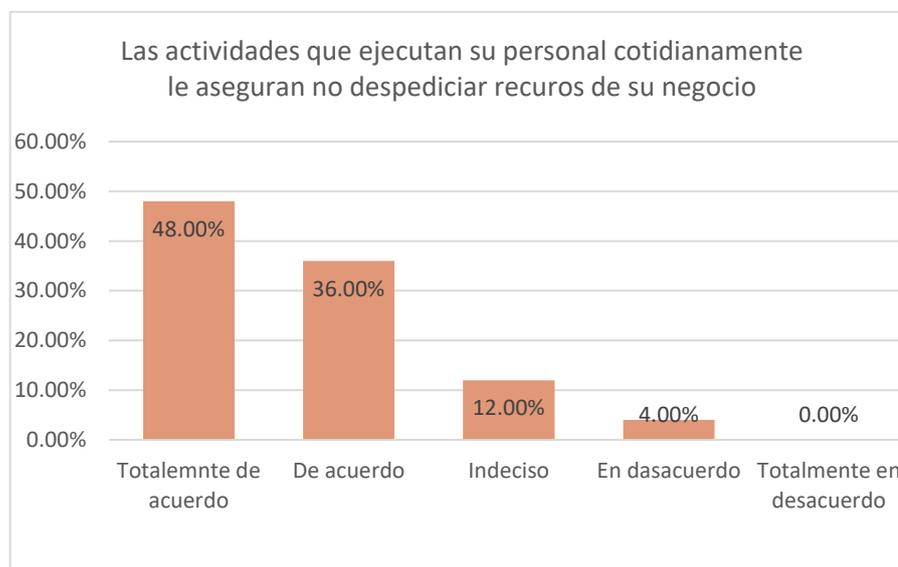
**Cuadro N°30**

<b>Las actividades que ejecutan su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	168	48.00%
De acuerdo	126	36.00%
Indeciso	42	12.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°16**



**Fuente:** Cuadro N°30

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

A la afirmación planteada, al total de encuestados sobre si las actividades que ejecutan su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio: Un 84% contesto entre totalmente de acuerdo y de acuerdo: mientras que solo un 16% indicaron estar indecisos y en desacuerdo, no existiendo ningún encuestado que dijera estar totalmente en desacuerdo. Por lo que un alto porcentaje de microempresarios aprecian el uso eficiente de sus recursos de sus trabajadores.

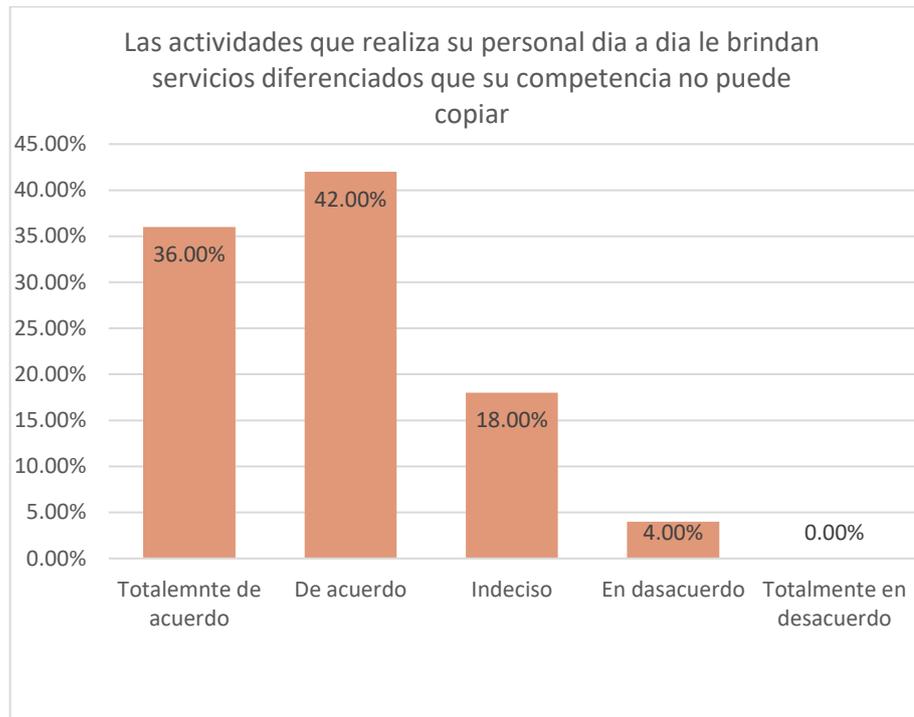
#### **Cuadro N°31**

<b>Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	126	36.00%
De acuerdo	147	42.00%
Indeciso	63	18.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°17**



**Fuente:** Cuadro N°31

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Ante la afirmación sobre, si las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar; El 78% de encuestados afirmaron, estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que solo un 22% afirmaron estar indecisos y en desacuerdo; no habiendo ningún encuestado haber indicado estar totalmente en desacuerdo. Por lo que los microempresarios, estiman que las labores de sus trabajadores les permiten ser deferentes a la competencia.

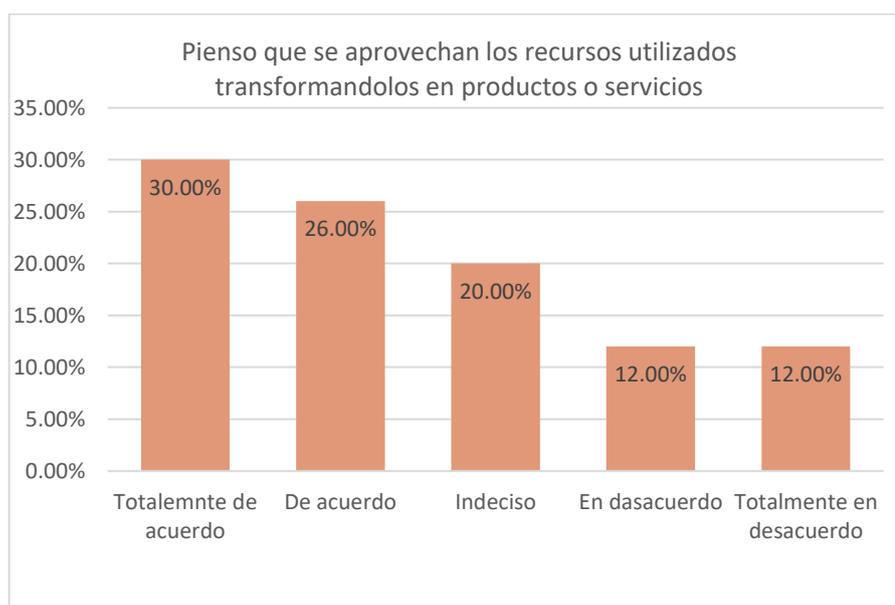
**Cuadro N°32**

<b>Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	105	30.00%
De acuerdo	91	26.00%
Indeciso	70	20.00%
En desacuerdo	42	12.00%
Totalmente en desacuerdo	42	12.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°18**



**Fuente:** Cuadro N°32

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Cuando se les hizo la afirmación: Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios; en el cuadro N°32, podemos mostrar que el 56.00% de los encuestados

nos manifestaron que están totalmente acuerdo y de acuerdo; por otro lado, en un porcentaje de 44.00 % están entre indecisos, en desacuerdo y totalmente. Podemos indicar que los microempresarios, aprovechan sus recursos abaratando así sus costos y obteniendo mayores utilidades.

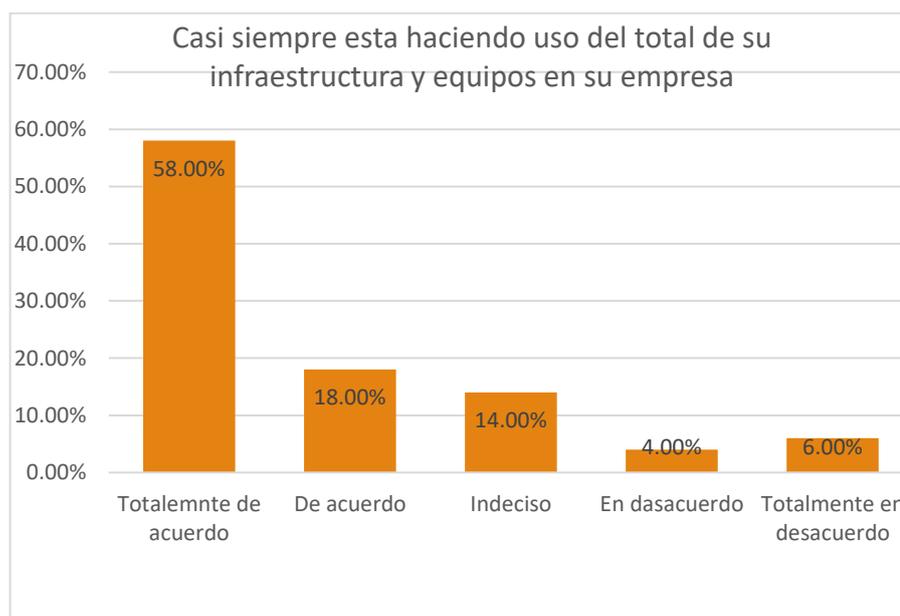
**Cuadro N°33**

<b>Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	203	58.00%
De acuerdo	63	18.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°19**



**Fuente:** Cuadro N°33

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

A la afirmación que se les planteó, sobre si casi siempre están haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa: El 76% indico que estaban totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que solo un 24% indicaron que están entre indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Podemos afirmar que el mayor porcentaje de microempresarios hacen uso de su capacidad instalada, aprovechando así al máximo su infraestructura donde funciona su empresa.

#### **Efectividad**

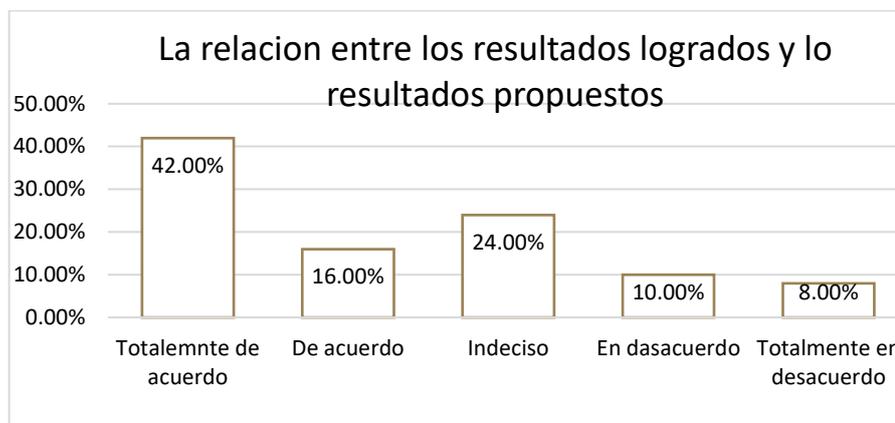
#### **Cuadro N°34**

<b>La relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	147	42.00%
De acuerdo	56	16.00%
Indeciso	84	24.00%
En desacuerdo	35	10.00%
Totalmente en desacuerdo	28	8.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°20**



**Fuente:** Cuadro N°34

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

A la afirmación sobre, si la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos están de acuerdo: el 58% indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; existiendo un 24% que indicaron estar indeciso y solamente un 18% estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Pudiendo afirmarse que un porcentaje alto de microempresarios logran sus objetivos propuestos.

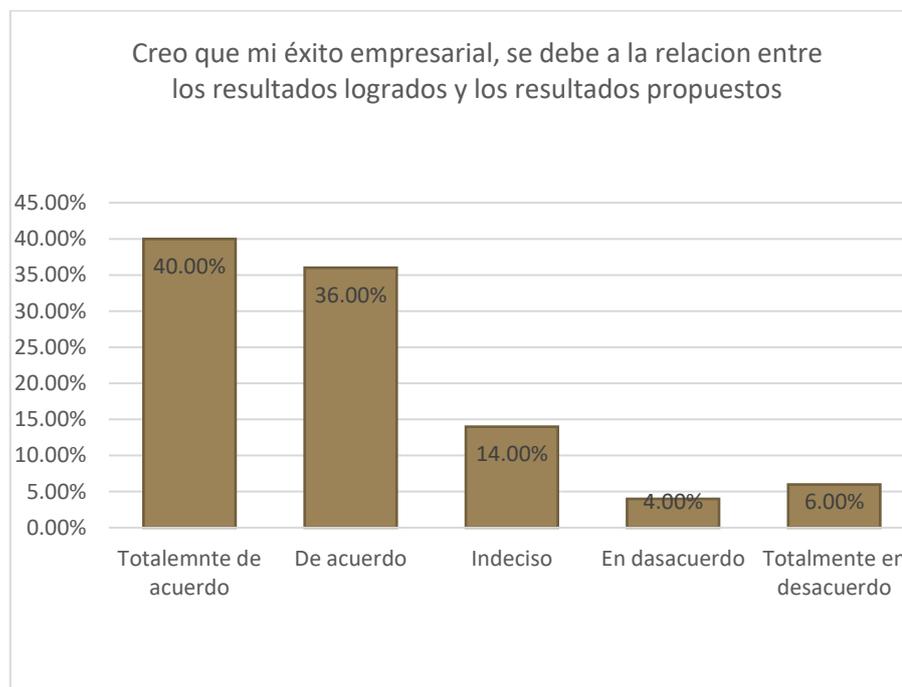
**Cuadro N°35**

<b>Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	140	40.00%
De acuerdo	126	36.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°21**



**Fuente:** Cuadro N°35

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Para la afirmación sobre, si creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos; Del total de encuestados, 266 personas o el 76% afirmaron estar, entre totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que un 14% o 49 personas manifestó estar indeciso; y solo un 10% indicaron estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Concluyéndose que los microempresarios, atribuyen que su éxito lo deben al logro de sus objetivos propuestos.

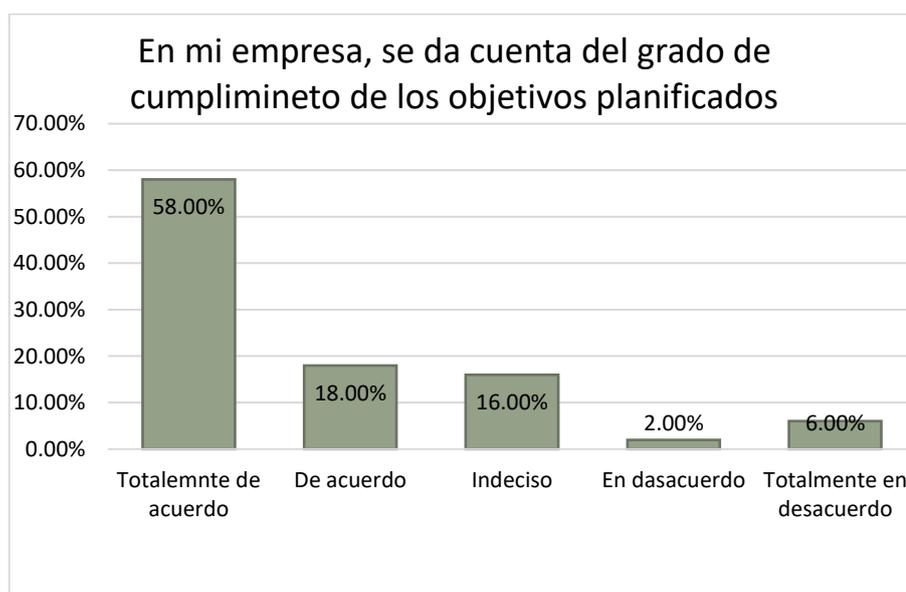
**Cuadro N°36**

<b>En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	203	58.00%
De acuerdo	63	18.00%
Indeciso	56	16.00%
En desacuerdo	7	2.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°22**



**Fuente:** Cuadro N°36

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Sobre la afirmación: “En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados”: El 76% respondió estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; y solo el 24% respondieron entre indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Pudiendo afirmarse que un porcentaje alto de microempresarios están controlando en forma constante sus objetivos planificados ya que gracias a ello mejoraran sus ventas.

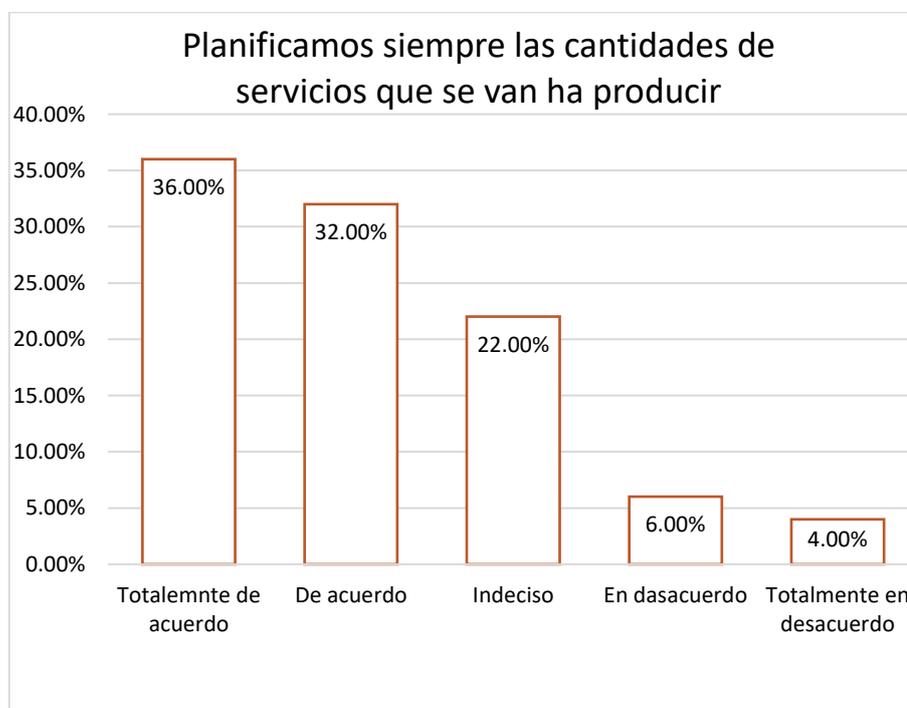
**Cuadro N°37**

<b>Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	126	36.00%
De acuerdo	112	32.00%
Indeciso	77	22.00%
En desacuerdo	21	6.00%
Totalmente en desacuerdo	14	4.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°23**



**Fuente:** Cuadro N°37

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Para la afirmación sobre: “Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir”; Un 68% indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que un 32% están indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Pudiéndose concluir que un alto porcentaje de microempresarios valora la planificación sobre sus servicios y por ende sus ventas en forma periódica.

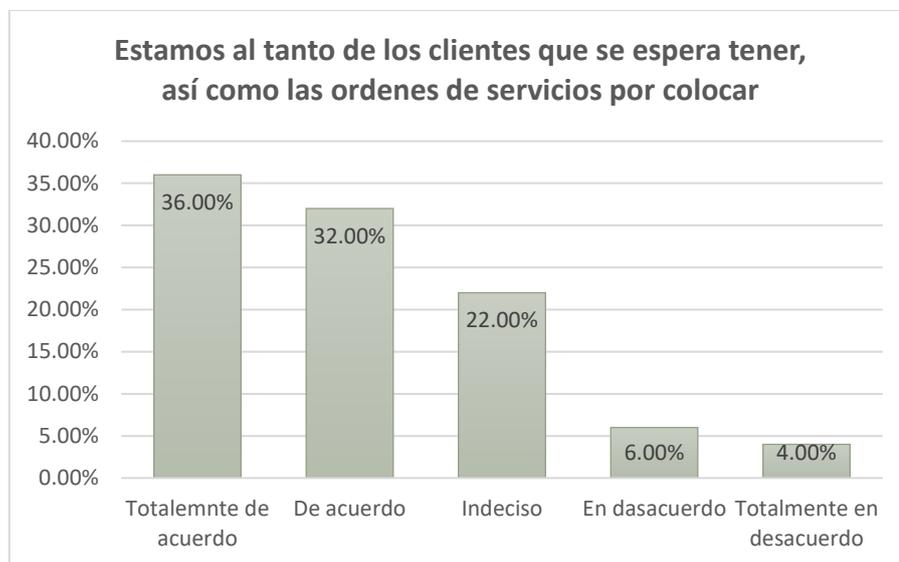
#### **Cuadro N°38**

<b>Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las ordenes de servicios por colocar</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	203	58.00%
De acuerdo	63	18.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°24**



**Fuente:** Cuadro N°38

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Para la afirmación: "Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las ordenes de servicios por colocar"; el 68% indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que un 32% respondieron estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Concluyéndose que un alto porcentaje de microempresarios están pendiente de sus clientes, mejorando así su productividad y por ende sus ingresos.

## Eficacia

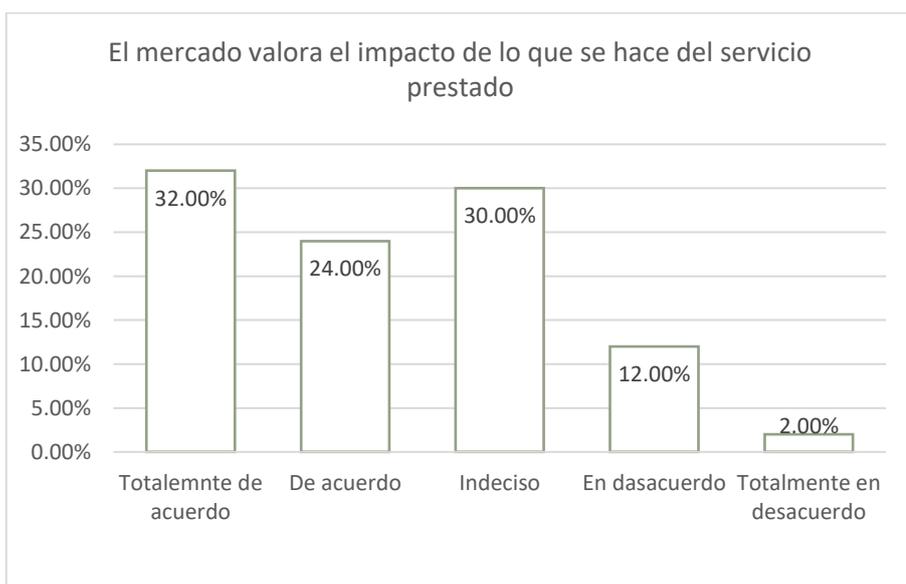
**Cuadro N°39**

El mercado valora el impacto de lo que se hace del servicio prestado		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	112	32.00%
De acuerdo	84	24.00%
Indeciso	105	30.00%
En desacuerdo	42	12.00%
Totalmente en desacuerdo	7	2.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°25**



**Fuente:** Cuadro N°39

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Ante la afirmación sobre si: “El mercado valora el impacto de lo que se hace del servicio prestado”; Un 56% de encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo, mientras que un 30% manifestó estar indeciso y solo 14% indico estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Pudiendo afirmarse que casi la mitad de microempresarios tienen desconfianza del mercado donde brindan sus servicios.

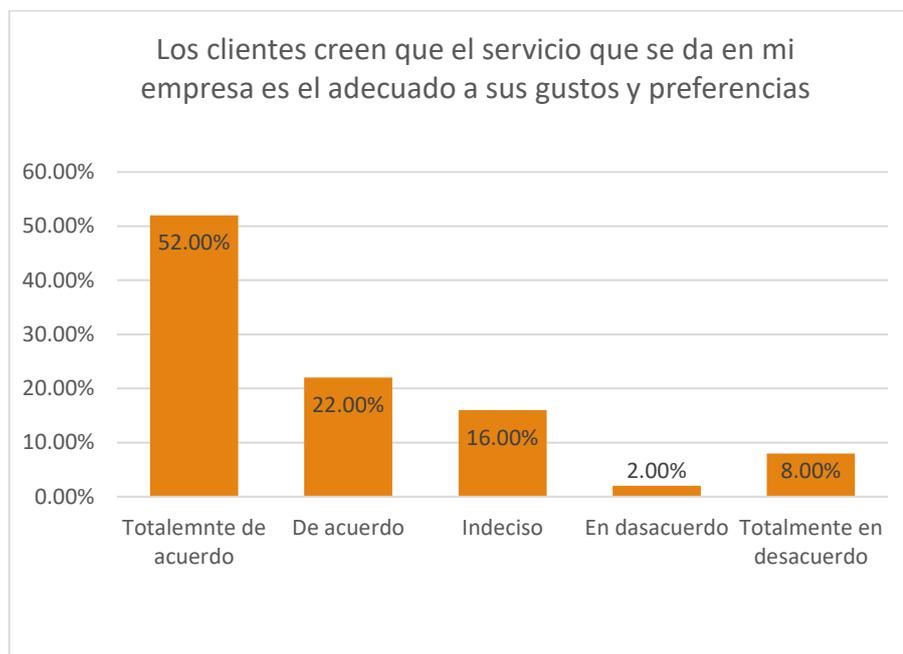
#### **Cuadro N°40**

<b>Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	182	52.00%
De acuerdo	77	22.00%
Indeciso	56	16.00%
En desacuerdo	7	2.00%
Totalmente en desacuerdo	28	8.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°26**



**Fuente:** Cuadro N°40

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

Ante la afirmación, “Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias”: el 74 % de los encuestados manifestaron que están totalmente acuerdo y de acuerdo; por otro lado, el 26 % están indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Concluyéndose que los microempresarios tienen la seguridad que sus clientes salen satisfechos con el servicio que les brinda.

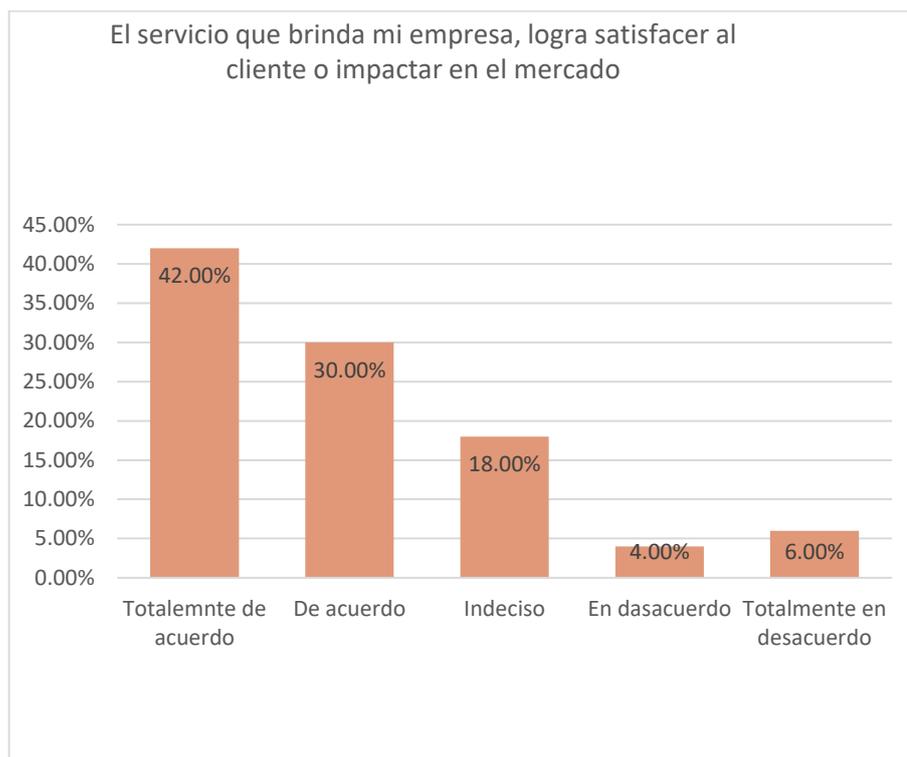
**Cuadro N°41**

<b>El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	147	42.00%
De acuerdo	105	30.00%
Indeciso	63	18.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	21	6.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°27**



**Fuente:** Cuadro N°41

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

A la afirmación de que si: “El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado”; El 72% de encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que un 28% de estos respondieron estar indecisos, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Pudiéndose afirmar que un alto porcentaje de microempresarios tienen la confianza de que sus servicios están satisfaciendo necesidades del cliente y así posesionándose en el mercado.

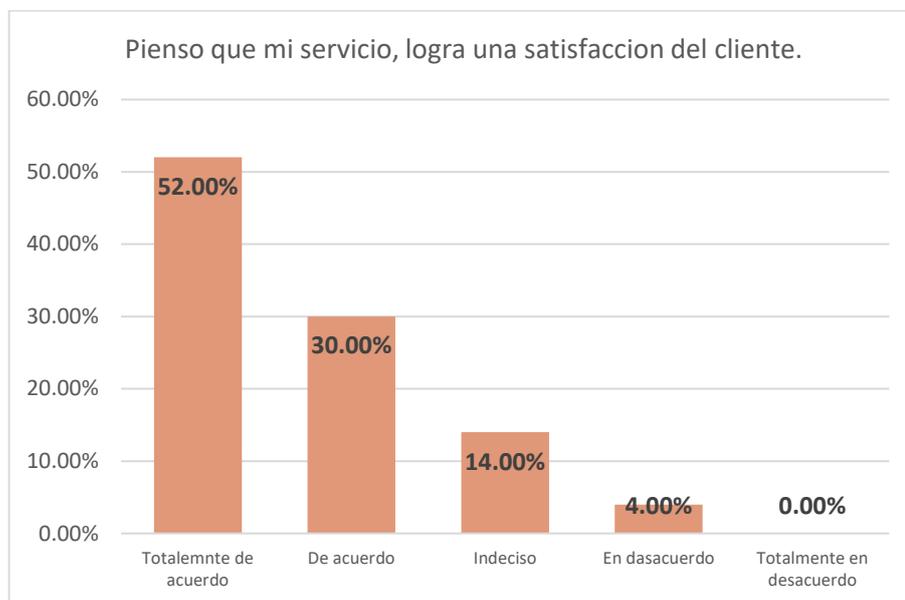
#### **Cuadro N°42**

<b>Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente.</b>		
<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	182	52.00%
De acuerdo	105	30.00%
Indeciso	49	14.00%
En desacuerdo	14	4.00%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta a los microempresarios

**Elaboración:** El investigador

**Gráfico N°28**



**Fuente:** Cuadro N°42

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

La afirmación: “Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente”. Un 82% de los encuestados, respondieron estar totalmente acuerdo y de acuerdo; y solo 18.00 % respondieron estar indecisos y en desacuerdo; no existiendo ningún encuestado que esté totalmente en desacuerdo. Pudiéndose afirmar que los microempresarios, tienen la seguridad de que sus clientes tienen un alto nivel de satisfacción.

**Cuadro N°43**

*Resumen: Desarrollo económico de los microempresarios de servicios de la región de Huánuco: 2021*

DIMENSIONES	N° DE CUADROS	RESPUESTAS (*)										TOTAL	
		5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	N	%
eficiencia	30	168	48	126	36	42	12	14	4	0	0	350	100
	31	126	36	147	42	53	18	14	4	0	0	350	100
	32	105	30	91	26	70	20	42	12	42	12	350	100
	33	203	58	63	18	49	14	14	4	21	6	350	100
efectividad	34	147	42	56	16	84	24	35	10	28	8	350	100
	35	140	40	126	36	49	14	14	4	21	6	350	100
	36	203	58	63	18	56	16	7	2	21	6	350	100
	37	126	36	112	32	77	22	21	6	14	4	350	100
	38	203	58	63	18	49	14	14	4	21	6	350	100
Eficacia	39	112	32	84	24	105	30	42	12	7	2	350	100
	40	182	52	77	22	56	16	7	2	28	8	350	100
	41	147	42	105	30	63	18	14	4	21	6	350	100
	42	182	52	105	30	49	14	14	4	0	0	350	100
TOTAL		2044	45	1228	27	802	17	252	6	224	5	4550	100

(\*) 5= totalmente de acuerdo; 4= de acuerdo;3= indecisos; en Desacuerdo: totalmente en desacuerdo

**Fuente:** Cuadros N°30 hasta el N°42.

**Elaboración:** El investigador

### **Análisis e Interpretación**

El análisis que podemos hacer del cuadro resumen del Desarrollo económico de la MYPES, podemos indicar: que un 72 % indico estar totalmente de acuerdo y de acuerdo; mientras que solo un 28 % indicaron estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Por lo que podemos concluir que, El desarrollo económico, de los microempresarios de la región de Huánuco, está dado por una productividad relativa, lo que demuestran en la eficiencia, un alto porcentaje de microempresarios aprecian el uso eficiente de sus recursos de sus trabajadores, aprovechan al máximo su infraestructura donde funciona su empresa, permitiéndoles ser diferentes a su competencia y de esta forma, abaratan sus costos y obtienen mayores utilidades. En la eficacia, aseveran de que sus clientes tienen un alto nivel de satisfacción, porque tienen la confianza de que sus servicios están satisfaciendo las necesidades del cliente, a pesar de tener desconfianza del mercado, confirman estar posesionados en el rubro. En Efectividad, un porcentaje alto de microempresarios, valoran la planificación sobre sus servicios, logrando sus objetivos propuestos, lo que están controlando en forma constante sus objetivos planificados ya que gracias a ello mejoraran sus ventas y atribuyen que su éxito lo deben al logro de sus objetivos propuestos

## 5.2. Análisis inferencial y/o Contrastación de Hipótesis

### Hipótesis general:

**H1=** Las capacidades empresariales, se relaciona significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco,”.

**H0=** Las capacidades empresariales, **No** se relaciona significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco,”.

Para poder realizar la prueba de Hipótesis, se tuvo que utilizar el software del SPSS versión 18, que después de introducir todas las encuestas aplicadas, se presentan los resultados:

### Cuadro N°44

*Resumen del procesamiento de casos*

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CAPACIDADES EMPRESARIALES * DESARROLLO ECONOMICO	350	100,0%	0	0,0%	350	100,0%

Todos los datos fueron válidos, dado que ningún dato fue perdido, o sea que el 100% de datos fueron examinados.

**Cuadro N°45**

*Tabla de contingencia: capacidades empresariales\*desarrollo económico*

			DESARROLLO ECONOMICO (DE.)				TOTAL
			EN DESACUER DO	INDEC ISO	DE ACUER DO	TOTALME TE DE ACUERDO	
CAPACIDAD ES EMPRESARI A LES (CE)	EN DESACUE RDO	Recuento	1	4	0	0	5
		Recuento esperado	,1	1,8	2,8	,3	5,0
		% del total	2,0%	8,0%	0,0%	0,0%	10,0%
	INDECISO	Recuento	0	11	13	0	24
		Recuento esperado	,5	8,6	13,4	1,4	24,0
		% del total	0,0%	22,0%	26,0%	0,0%	48,0%
	DE ACUERD O	Recuento	0	3	14	1	18
		Recuento esperado	,4	6,5	10,1	1,1	18,0
		% del total	0,0%	6,0%	28,0%	2,0%	36,0%
	TOTALME NTE DE ACUERD O	Recuento	0	0	1	2	3
		Recuento esperado	,1	1,1	1,7	,2	3,0
		% del total	0,0%	0,0%	2,0%	4,0%	6,0%
TOTAL	Recuento	1	18	28	3	50	
	Recuento esperado	1,0	18,0	28,0	3,0	50,0	
	% del total	2,0%	36,0%	56,0%	6,0%	100,0%	

A pesar de haber cargado la encuesta con todas sus respuestas (totalmente de acuerdo=5; de acuerdo=4; indeciso=3; en desacuerdo=2 y totalmente en desacuerdo=1) el software descarto una respuesta el totalmente en desacuerdo=1; de allí que se nos presenta el cuadro de cruce de variables o de contingencia con cuatro categorías de cada respuesta, podemos resaltar que el total de la categoría (de acuerdo) de la variable Desarrollo económico es la que más cruces ha respondido con las capacidades empresariales. Por el total de las filas la que respondió con mayor porcentaje de valor fue el de indecisos con un 48% seguido de por el de acuerdo con un 36% de la variable capacidades empresariales.

**Cuadro N°46**

*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	280, 313 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	199,209	9	,000
Asociación lineal por lineal	136,671	1	,000
N de casos válidos	350		

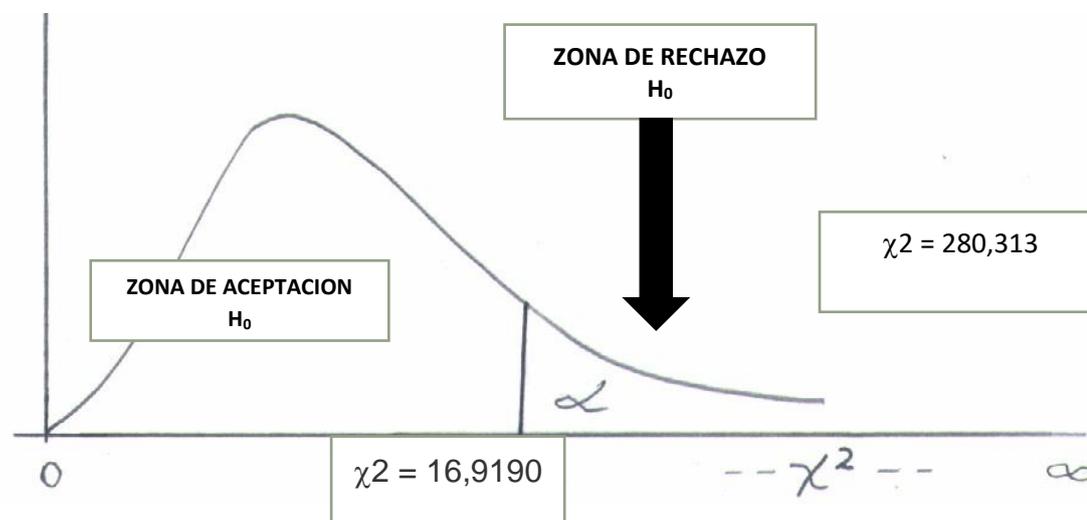
d. 6 casillas (37,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,42.

De acuerdo a Gamarra et. al (2015) sobre, la Prueba de chi-cuadrada de Pearson, el valor del estadístico de chi-cuadrada de Pearson ( $X^2$ ) se basa en la diferencia al cuadrado entre las frecuencias observadas y las esperadas y la prueba de chi-cuadrada de relación de verosimilitud es el estadístico de chi-cuadrada de relación de verosimilitud ( $G^2$ ) se basa en la relación de frecuencias observadas a frecuencias esperadas; entonces se Utilizaron los estadísticos de chi-cuadrada para comprobar si las variables están asociadas.

Para hallar el valor de chi-cuadrado teórico (tabla) podemos indicar que lo hacemos con:  $g.l.=(4-1) (4-1)= 9$  y un nivel de significación = 0.05; por lo tanto, el valor de  $\chi^2 = 16,9190$ . Gráficamente:

### Gráfico N°29

Prueba de hipótesis general con chi cuadrado



#### Toma de decisión:

Como se está utilizando un coeficiente de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor de chi cuadrado ( $\chi^2 = 280,313$ ), tiene la significancia asintótica de 0,000, de acuerdo al cuadro N° 46, o sea el valor de significancia (valor crítico observado) es  $0.000 < 0.05$ ; entonces rechazamos la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptamos la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) es decir: “Las capacidades empresariales, se relaciona significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco,”. Por lo tanto, la hipótesis general es **VERDADERA**

#### Prueba De Hipótesis Específica 01

**HE<sub>1</sub>**= “Las capacidades gerenciales empresariales, se relaciona significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco.”

**HE0=** “Las capacidades gerenciales empresariales, **No** se relaciona significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco.”.

**Cuadro N°47**

*Resumen de procesamiento de casos*

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CAPACIDADES GERENCIALES * DESARROLLO ECONOMICO	350	100,0%	0	0,0%	350	100,0%

**Cuadro N°48**

*Tabla cruzada capacidades gerenciales\*desarrollo económico*

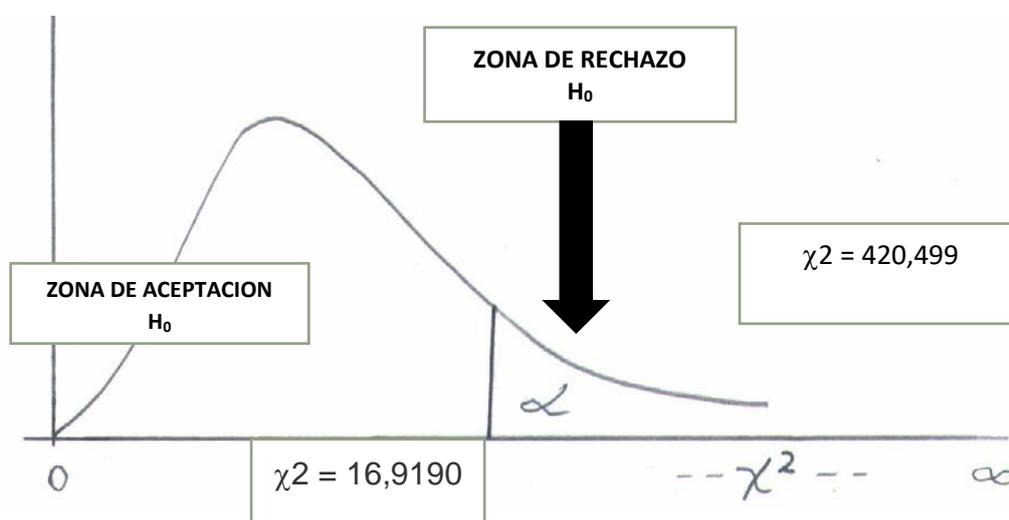
		DESARROLLO ECONOMICO				Total
		EN DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO	
CAPACIDADES GERENCIALES	Recuento	1	0	0	0	1
	EN DESACUERDO					
	Recuento esperado	,0	,4	,6	,1	1,0
	% del total	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	Recuento	0	5	2	0	7
	INDECISO					
	Recuento esperado	,1	2,5	3,9	,4	7,0
	% del total	0,0%	10,0%	4,0%	0,0%	14,0%
	Recuento	0	12	20	1	33
	DE ACUERDO					
	Recuento esperado	,7	11,9	18,5	2,0	33,0
	% del total	0,0%	24,0%	40,0%	2,0%	66,0%
Recuento	0	1	6	2	9	
TOTALMENTE DE ACUERDO						
Recuento esperado	,2	3,2	5,0	,5	9,0	
% del total	0,0%	2,0%	12,0%	4,0%	18,0%	
Recuento	1	18	28	3	50	
Total						
Recuento esperado	1,0	18,0	28,0	3,0	50,0	
% del total	2,0%	36,0%	56,0%	6,0%	100,0%	

**Cuadro N°49**

*Pruebas de Chi-Cuadrado*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	420,499 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	132,995	9	,000
Asociación lineal por lineal	90,791	1	,000
N de casos válidos	350		

e. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,14.



**Toma de decisión:**

Como se está utilizando un coeficiente de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor de chi cuadrado ( $\chi^2 = 420,499$ ), tiene la significancia asintótica de 0,000, de acuerdo al cuadro N° 46, o sea el valor de significancia (valor crítico observado) es  $0.000 < 0.05$ ; entonces rechazamos la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptamos la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) es decir:  $H_{E1}$  = “Las capacidades gerenciales empresariales, se relaciona significativamente con el

desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco.” Por lo tanto, la hipótesis específica N°01 es **VERDADERA**.

**Prueba de hipótesis específica 02**

**HE1** = Las capacidades funcionales empresariales, se relacionan significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco”

**HE0** = Las capacidades funcionales empresariales, **No** se relacionan significativamente con el desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco”

**Cuadro N°50**

*Resumen de procesamiento de casos*

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CAPACIDADES FUNCIONALES * DESARROLLO ECONOMICO	350	100,0%	0	0,0%	350	100,0%

**Cuadro N°51**

*Tabla cruzada capacidades funcionales\*desarrollo económico*

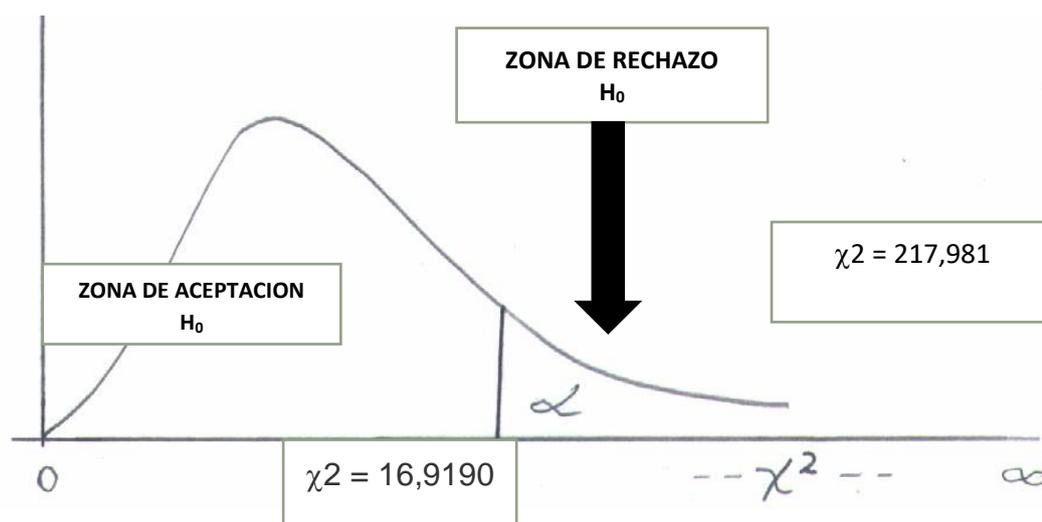
		DESARROLLO ECONOMICO				Total	
		EN DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	TOTALMEN TE DE ACUERDO		
CAPACIDADES FUNCIONALES	TOTALMENTE EN DESACUERDO	Recuento 0	1	0	0	1	
		Recuento ,0	,4	,6	,1	1,0	
		esperado % del total	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	2,0%
	EN DESACUERDO	Recuento 1	8	5	0	14	
		Recuento ,3	5,0	7,8	,8	14,0	
		esperado % del total	2,0%	16,0%	10,0%	0,0%	28,0%
	INDECISO	Recuento 0	6	10	0	16	
		Recuento ,3	5,8	9,0	1,0	16,0	
		esperado % del total	0,0%	12,0%	20,0%	0,0%	32,0%
	DE ACUERDO	Recuento 0	3	12	1	16	
	Recuento ,3	5,8	9,0	1,0	16,0		
	esperado % del total	0,0%	6,0%	24,0%	2,0%	32,0%	
TOTALMENTE DE ACUERDO	Recuento 0	0	1	2	3		
	Recuento ,1	1,1	1,7	,2	3,0		
	esperado % del total	0,0%	0,0%	2,0%	4,0%	6,0%	
Total	Recuento 1	18	28	3	50		
	Recuento 1,0	18,0	28,0	3,0	50,0		
	esperado % del total	2,0%	36,0%	56,0%	6,0%	100,0%	

**Cuadro N°52**

*PRUEBAS DE CHI-CUADRADO*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	217,981a	12	,000
Razón de verosimilitud	153,602	12	,000
Asociación lineal por lineal	103,175	1	,000
N de casos válidos	350		

a. 9 casillas (45,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,14.



**Toma de decisión:**

Como se está utilizando un coeficiente de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor de chi cuadrado ( $\chi^2 = 217,981$ ), tiene la significancia asintótica de 0,000, de acuerdo al cuadro N° 46, o sea el valor de significancia (valor crítico observado) es  $0.000 < 0.05$ ; entonces rechazamos la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptamos la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) es decir: **HE1=** “Las capacidades funcionales empresariales, se relaciona significativamente con el

desarrollo económico en las MYPES de servicios de la región de Huánuco.” Por lo tanto, la hipótesis específica N°02 es **VERDADERA**.

## CAPÍTULO 6

### DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS



## **CAPÍTULO 6**

### **DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **6.1. Discusión de los resultados**

La teoría de los recursos y capacidades (TRC), ha permitido desde su creación, que diversas organizaciones puedan definir con claridad cuáles son las metas que desean lograr disponiendo de sus propios recursos y de sus capacidades. Desde un principio de la presente investigación se trató de delimitar teóricamente la variable de capacidades empresariales con sus dimensiones: capacidades gerenciales y funcionales a esta teoría, logrando así influenciar en el crecimiento económico de las empresas, a través de la generación de mayor productividad y por ende mayores ventas y un mayor ingreso, lo que les ha permitido a los microempresarios permanecer en el mercado regional competitivo.

Los microempresarios han demostrado, tener las capacidades empresariales necesarias para gerenciar sus establecimientos, tanto las capacidades gerenciales y funcionales; pero todas ellas fueron adquiridas a través de la experiencia, vivencia y años de trabajo, resaltando que este tipo de conocimiento sensorial, es la base del conocimiento científico de las ciencias de la economía y la administración.

Con el manejo de las capacidades empresariales, los microempresarios vienen generando, eficiencia, eficacia y efectividad en el uso de sus recursos tangibles e intangibles y como resultado incrementan su productividad, el mismo que se visualiza en sus ventas, utilidades, y cumplimiento con sus compromisos financieros.

La limitante de una educación formal de los microempresarios, viene generando un escaso aprovechamiento del uso de la tecnología (virtual) para generar nuevas oportunidades de crecimiento empresarial.

A raíz de la presente investigación, aparecen nuevas inquietudes a ser tomadas en cuenta para futuras investigaciones, así como:

- ¿Cuáles son los procesos de adquisición y acumulación de capacidades empresariales de los microempresarios de la región?
- ¿Cómo influyen los cambios tecnológicos para el logro de las capacidades virtuales de los microempresarios de la región?
- ¿Como influyen las capacidades empresariales en la competitividad empresarial de los microempresarios?
- ¿Como influyen las capacidades empresariales en la innovación empresarial de los microempresarios?
- ¿Cómo influyen las capacidades personales en las capacidades empresariales de los microempresarios de la región?

Con respecto a la tesis doctoral presentada por Hernández P. (2021) nuestra investigación tiene semejanzas al haber utilizado como marco teórico a la teoría de Recursos y Capacidades, con sus dimensiones de capacidades gerenciales y funcionales; pero este autor tiene un enfoque cualitativo y solamente trabaja con cuatro hoteles turísticos de México, en la presente investigación tomamos en cuenta todas las empresas de servicios de Huánuco y por ello utilizamos el enfoque cuantitativo; se llegaron a conclusiones semejantes en el caso de las capacidades de los empresarios, la segunda variable de ambas investigaciones fueron distintas

mientras que en la tesis de Hernández es la competitividad en la nuestra es el desarrollo económico y por ende lo empresarial.

En la tesis de Jaramillo L. (2012), utiliza a las capacidades empresariales con la dimensión de innovación para lograr la competitividad empresarial, pudiendo así demostrar desde otro marco teórico, que los empresarios de Colombia también muestran capacidades empresariales Utilizo un modelo econométrico Probit o Lgit,, sus conclusiones están más relacionadas con los factores externos y mas no con los factores internos, mientras que en la investigación realizada se demostró que el mayor peso para poder lograr mayores ganancias estas deben estar relacionadas con los factores internos de la empresa, pudiéndose indicar que son diferentes .

Mientras que en la tesis Hernández T, y otros (2002), utilizo como marco teórico a las generadoras de Valor de Porter, y concluye que las capacidades empresariales que sobresalen son las funcionales y así logran ser competitivas en el mercado internacional. Con nuestra investigación podemos indicar que se diferencia en el uso de la metodología cuantitativa, dado que ellos utilizan el enfoque cualitativo; sus conclusiones tienen cierta semejanza en lo que respecta a las capacidades empresariales.

Al comparar la tesis de Cumpa, F. y Inga, J. (2015), con la presente investigación, se logró diferenciar, dado que ellos los capacitaron a los empresarios para luego verificar sus nuevas capacidades empresariales, en la investigación que presentamos estamos demostrando que los microempresarios ya tienen dichas capacidades empresariales a pesar de no haber tenido ninguna capacitación formal.

Asimismo, con la tesis de Chávez M (2017), se diferencia debido que en este trabajo se hace un diagnóstico de las capacidades empresariales tomando como

referencia algunas características del emprendimiento, para luego capacitarlos y así estas personas puedan emprender sus nuevos negocios. Mientras que nuestra investigación demuestra que las capacidades que muestran los microempresarios ya son formales y tienen años de experiencia.

## **6.2. Aporte de la investigación de la investigación**

El propósito de esta investigación fue identificar y explicar las capacidades empresariales que tienen los microempresarios de servicios de la región de Huánuco, para poder explicar cómo esas capacidades ayudan a lograr el desarrollo económico en dichas empresas. Después de un trabajo de campo riguroso se pudo demostrar que el porcentaje mayor de las PYMES de servicio está compuesto por un 96% de microempresas, quienes tienen menos de 10 trabajadores dentro de su empresa y como ventas tienen menores de las 50 UIT's ( $50 \times 4\,600 = 230\,000$  al año); Las capacidades empresariales, que indicaron tener, fueron adquiridas en el trayecto de su vida empresarial, a base de la acumulación de experiencias y errores cometidos en la gerencia y el manejo empresarial; al darle valor a los recursos intangibles (habilidades gerenciales y funcionales) del personal que labora en sus empresas, demuestran que no se alejan de la práctica empresarial; el hecho de apostar por la eficiencia, eficacia y efectividad, les ha conllevado a tener menores costos y a tener mayores utilidades, lo que les permite tener un desarrollo económico y así ser competitivos en la región de Huánuco. Se identificó que tanto los dueños y gerentes, desarrollan prácticas cotidianas que, sin tener el conocimiento teórico, sí desarrollan conceptos que alimentan a las teorías mencionadas, ya que, en este estudio empírico, se observó que tales prácticas organizacionales corresponden a la realidad de las empresas estudiadas y que han demostrado su utilidad en el proceso del servicio al cliente. Queda demostrado que las capacidades empresariales influyen

significativamente en el desarrollo económico empresarial, pudiendo de esta forma adaptarse a un contexto volátil, incierto, complejo y ambiguo, que se presenta en tiempos de pandemia del COVID-19.

# CAPÍTULO 7

## CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS



## **CAPÍTULO 7**

# **CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS**

### **7.1. Conclusiones**

En relación al objetivo general, A partir de los resultados obtenidos en esta investigación, es posible concluir que un alto porcentaje de microempresarios demuestran tener capacidades empresariales reflejados en las capacidades gerenciales y funcionales y a la vez, estas influyen significativamente en el desarrollo económico de su empresa, manifestándose, en su productividad con sus indicadores de eficiencia, eficacia y efectividad. A pesar de que explican sus conocimientos en base a la experiencia, vivencia y años de permanencia en el mercado competitivo.

Un alto porcentaje de microempresarios de la región de Huánuco, demostraron sus capacidades gerenciales, con una alta valoración y confianza: en los procesos creados para su negocio, en la formación de sus trabajadores, así como en la experiencia en el rubro, en el trabajo coordinado y la confianza de los equipos y están de acuerdo con las utilidades que les generan sus negocios y prefieren reinvertir sus utilidades en su negocio. Asimismo, esta capacidad influye significativamente en el desarrollo económico de sus empresas, mostrándonos una productividad relativa, reflejados en la Efectividad, donde valoran la planificación sobre sus servicios, logrando sus objetivos propuestos, y están controlando en forma constante sus objetivos planificados ya que gracias a ello mejoraran sus ventas y atribuyen que su éxito lo deben al logro de sus objetivos propuestos.

Los microempresarios de la región de Huánuco muestran tener medianamente capacidades funcionales, reflejados en lo tecnológico, ya que un alto porcentaje está de acuerdo con el chat en vivo de su página web, pero desconocen las bondades de

las redes sociales; para sus ventas, creen que su enfoque de servicios le ha posesionado en el mercado; en lo operativo, valoran los procesos y manuales para la administración de su negocio, a sus recursos tangibles e n intangibles de su empresa, además tienen un personal administrativo comprometidos con el negocio y por ello están satisfechos con el actuar de ellos. Asimismo, estas capacidades influyen significativamente en el desarrollo económico empresarial; verificados en la eficiencia, dado que aprecian el uso eficiente de sus recursos y de sus trabajadores, aprovechan al máximo su infraestructura donde funciona su empresa, permitiéndoles ser diferentes a su competencia y de esta forma, abaratan sus costos y obtienen mayores utilidades; en la eficacia, aseveran de que sus clientes tienen un alto nivel de satisfacción, porque tienen la confianza de que sus servicios están satisfaciendo las necesidades del cliente, a pesar de tener desconfianza del mercado, confirman estar posesionados en el rubro.

## **7.2. Sugerencias**

- ✓ Realizar estudios mixtos (cualitativos y cuantitativos) con muestras pequeñas y así poder comparar los resultados obtenidos.
- ✓ Agregar a los estudios posteriores: políticas de apoyo al microempresario, análisis de los recursos tangibles e intangibles y así poder entender al microempresario de la región.
- ✓ Tratar de implementar capacitaciones periódicas a los microempresarios sobre la temática empresarial, en unión de la Academia con los gobiernos regionales y locales de la región.
- ✓ Los microempresarios deberán invertir en capacitaciones a su personal que vienen laborando en sus empresas, si quieren permanecer más tiempo en el mercado competitivo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Avollo B. y otros (2011) *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES)*. Revista virtual, CENTRUM católica: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126/4094>.
- Barba, V., Sarzo J, A., & Ruiz, M. (2007). *Efectos de la motivación y de la experiencia del empresario emprendedor en el crecimiento de la empresa de reciente creación*. Recuperado el 15 de junio de 2009, de [http://www.escp-eap.net/conferences/marketing/2007\\_cp/Materiali/Paper/Fr/BarbaSanchez\\_JimenezZarco\\_MartinezRuiz.pdf](http://www.escp-eap.net/conferences/marketing/2007_cp/Materiali/Paper/Fr/BarbaSanchez_JimenezZarco_MartinezRuiz.pdf).
- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J. (2012). Recursos de la Firma y Ventaja Competitiva Sustentable. *Journal of Management*, 17(1991), 1–11.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Camison, C., y Villar-Lopez, A. (2012). *Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance*. *Journal of Business Research*, 12. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004>
- Camisón, C. and Villar-López, A. (2014) *Organizational Innovation as an Enabler of Technological Innovation Capabilities and Firm Performance*. *Journal of Business Research*, 67, 2891-2902.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004>
- Cardona, R. (2013). *Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el proceso de desarrollo*. *Forum Doctoral*, (4), 113–147.  
<http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/forum-doctoral/article/view/1754>

CHANDLER A. (1990) JR. y el *debate en torno a su obra intelectual* recuperado:  
<http://www.ub.edu/geocrit/b3w-141.htm>.

CUMPA, F. y INGA J. (2015) “*Propuesta de un modelo de desarrollo de capacidades para promover la iniciativa empresarial en los productores de cocona del distrito de nauta, Loreto. Recuperado:*

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/694/1/TL\\_CumpaDavilaFatima\\_IngaRosasJose.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/694/1/TL_CumpaDavilaFatima_IngaRosasJose.pdf)

D’Amboise y Muldowney (1988). *La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima* Revista Redalyc.

<https://www.redalyc.org/pdf/4255/425554493005.pdf>

D’Elia, G. (2001). *Cómo hacer indicadores de calidad y productividad en la empresa. Buenos Aires: Alsina.* Libro virtual, recuperado de la página:  
<https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/863/Indicadores%20de%20calidad%20y%20productividad%20en%20la%20empresa.PDF>

Decreto legislativo N°1086 (2008). “*Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente*” (Promulgada el 2 de junio del 2008).

Delfín L. y Acosta M. (2016) *Importancia y análisis del desarrollo Empresarial.* revista virtual recuperado: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>

Diccionario de Economía Española (2020). Recuperado de la Pagina web:  
<https://economipedia.com/definiciones>

Fernández, J. (2010). *Los debates sobre la percepción social del turismo en las islas baleares.* Nimbus, (23–24), 5–23. Dialnet- los Debates Sobre La Percepción Social del Turismo En LasIs-3126861.pdf.

Gamarra et. al (2015). *Estadística e investigación con aplicaciones de SPSS*  
<http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0031.pdf>.Se

Graves, C., y Thomas, J. (2006). *Internationalization of Australian family businesses: A managerial capabilities perspective*. *Family Business Review*, 19(3), 207–224. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2006.00066.x>

HERNÁNDEZ PEDRO R. (2021). *Las capacidades empresariales, como factores de ventaja competitiva en empresas hoteleras*. Tesis virtual recuperado: Tesis\_Pedro\_Ramon\_Hernandez.pdf (ujat.mx)

Hernández N., Sánchez Y. Tovar y Lavín J. *Identificación de las capacidades empresariales como factor generador de la competitividad en el sector hotelero de ciudad Victoria, México*. Revista virtual: Redalyc. IDENTIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES EMPRESARIALES COMO FACTOR GENERADOR DE LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR HOTELERO DE CIUDAD VICTORIA, MÉXICO (scielo.org.mx)

Hernández, J., Domínguez, M., y De Ita, D. (2008). *Ventaja competitiva sostenible en pequeñas y medianas empresas hoteleras del sur de México*. *Pensamiento y Gestión*, 25, 161–177.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1657-62762008000200009](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-62762008000200009)

INEI (2006). *Manual para presentación de cuadros estadísticos*. libro virtual recuperado:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib0933/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib0933/Libro.pdf)

INEI (2007). Perú compendio estadístico. Libro virtual:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib0774/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib0774/libro.pdf).

INEI (2010). Clasificación Industrial Internacional uniforme (CIIU). De todas las actividades económicas. Lima. Recuperado:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitaless/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib0883/Libro.pdf)

INEI (2019). Nota de Prensa N° 065 del 20 de mayo. recuperado de la página web:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/np\\_65\\_2020.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/np_65_2020.pdf).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI) (2008): «IV Censo Nacional Económico 2008», [5/8/2015].  
[http://censos.inei.gob.pe/cenec2008/redatam\\_inei/](http://censos.inei.gob.pe/cenec2008/redatam_inei/)

INEI (2019). Perú: Estructura empresarial. Libro virtual:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf).

Jaramillo Luis F. (2012) *Capacidad empresarial para la innovación en los sectores comercio, servicios y turismo. estudio comparativo de Tijuana (México) y Medellín (Colombia)*. Tesis virtual recuperado:

<https://cupdf.com/document/capacidad-empresarial-para-la-innovacion-en-los-sectores-comercio-servicios-y-turismo-estudio-comparativo-de-tijuana-mexico-y-medellin-colombia.html>.

Keith Griffin (2010) Desarrollo Humano: Origen, Evolución e Impacto recuperado de la página web:

<http://www.ciberoamericana.com/documentos/introcoopdes/Desarrollo%20Humano.%20Origen,%20Evoluci%23U00f3n,%20Impacto.pdf>

Ley N°28015. (2003) *“Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”* (Promulgada el 3 de Julio del 2003)

LEY N° 30056 (2013) *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial* (Promulgado el 01 de julio del 2013).

López, J., y Sabater, R. (2002). *La teoría de los recursos y capacidades de la empresa. Una revisión. Universidad de Murcia*, 1–38.  
<https://www.academia.edu/30047380/La-teoría-de-los-recursos-y-capacidades-de-la-empresa-una-revisión>.

López, P. y Fachelli S. (2016). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona. Libro digital recuperado: [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)

LUSSIER, R. N. (1996): «Reasons Why Small Businesses Fail: and How to Avoid Failure», *The Entrepreneurial Executive*, vol. 1, n.o 2, pp. 10-17.

Ministerio de la Producción (2015). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno*. Lima. Perú.

Ministerio de la Producción (2016). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno*. Lima. Perú.

Ministerio de la Producción (2017). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno*. Lima. Perú

Ministerio de la Producción (2018). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Y Comercio Interno*. Lima. Perú

Ministerio de la Producción (2019) *Anuario Estadístico Industrial, MiPymes y Comercio Interno (2019)*. Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos Oficina de Estudios Económicos.

Ministerio de trabajo y Producción del empleo, MTPE (20018). Informe virtual recuperado de la página web:

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/437106/Informe\\_Anual\\_del\\_Empleo\\_2018.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/437106/Informe_Anual_del_Empleo_2018.pdf).

Narváez G., y Villaprado O. (2017). *La competitividad del sector hotelero a partir de la teoría de los recursos y capacidades*. *Revista Internacional Administración & Finanzas*(virtual) recuperado.

[https://www.theibfr.com/download/riaf/2017\\_riaf/riaf\\_v10n2\\_2017/RIAF-V10N2-2017-8.pdf](https://www.theibfr.com/download/riaf/2017_riaf/riaf_v10n2_2017/RIAF-V10N2-2017-8.pdf)

Nevado, D. (2006). *Cómo gestionar el binomio rentabilidad productividad*. España: Especial Directivos. Leído en la página virtual:

<https://books.google.hn/books?id=S54s19NwfewC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>.

Okpara J.& Wynn, P. ;(2007) *SAM Advanced Management Journal*, 72(2), 24–34. Recuperado el 15 de mayo de 2009, de

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=25810284&lang=es&site=ehost-live>

Pérez Juste, R. (1991): *Pedagogía Experimental. La Medida en Educación. Curso de Adaptación*. Uned. 106.

Pérez, H. (2008) *Estadística para las ciencias sociales, del comportamiento y de la salud*. libro virtual recuperado:

<https://www.uv.mx/rmipe/files/2015/09/Estadistica-para-las-ciencias-sociales-del-comportamiento-y-de-la-salud.pdf>

Pomareda, C. (2001). *Los pequeños productores y su participación en las agroexportaciones en Centroamérica*. In Taller regional de la UNCTAD en cooperación con IICA y CORECA\_CAC: El sector agroalimentario: Integración regional y vinculaciones internacionales para su desarrollo. San Isidro de Coronado, CR, IICA. 25 p.

Porter, M. (2002). *Ventaja competitiva*. México: Patria. recuperado: La Ventaja Competitiva según Michael Porter (unam.mx)

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [consultado el 26 de setiembre de 2021].

Reynoso., C. F., Valenzuela., K. E. F., y Campos., L. M. C. (2017). *La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico*. *Nova Scientia*, 9(19), 411–440. <https://doi.org/>

- Rougoor, CW; Trip, G; Huirne, RB; Renkema, JA. (1998). *How to define and study farmers' management capacity: Theory and use in agricultural economics*. *Agricultural economics* 19:261-272.
- Ruiz Calleja, Manuel (2021). *Glosario de términos de uso frecuente en la investigación*. Plataforma de la Universidad de Colima. recuperado de la página web:  
[https://recursos.ucol.mx/tesis/glosario\\_terminos\\_investigacion.php?letter](https://recursos.ucol.mx/tesis/glosario_terminos_investigacion.php?letter).
- SAMANIEGO, A. Y G. Reyes (2016): «Factores que influyen sobre la conducta de una persona frente al riesgo de emprender un negocio en América Latina», *Journal of Business*, vol. 8, n.o 1, pp. 57-71.
- Sampieri F. y otros. (2016) *Metodología de la investigación* libro virtual  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K., Morales, O., & Yamakawa, P. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2004-2005*. Lima, Perú: ESAN.
- Suarez-González, I., y Fernández, Z. (1996). *La estrategia de la empresa desde una perspectiva basada en los recursos*. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, (5), 73–92.  
  
<https://www.researchgate.net/publication/286418814DOI:10.21640/ns.v9i19.739>.
- Scheaffer R., Mendenhall W. y Lyman R. (2007) *Elementos de muestreo*. Sexta edición. libro virtual. recuperado:  
  
<https://books.google.co.ve/books?id=o50wIT7hceoC&printsec=frontcover&hl#v=onepage&q&f=false>
- Suarez, J. e Ibarra S. (2002). *La teoría de los recursos y las capacidades un enfoque actual en la estrategia empresarial* Downloads/Dialnet-LaTeoriaDeLosRecursosYLasCapacidades-793552%20(1).pdf

Teece, D. J., Pisano, G., y Shuen, A. (1997). *Dynamic capabilities and strategic management*. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.  
<https://www.jstor.org/stable/3088148?seq=1>

Valcárcel M. (2006) *Génesis y Evolución del Concepto y enfoques sobre el Desarrollo*  
Documento De Investigación, Virtual Recuperado:  
  
<https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/SESION-6-Marcel-Valcarcel-Desarrollo-Sesion6.pdf>

Vara, A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales? Una guía efectiva para los estudiantes de administración, negocios internacionales, marketing, logística y recursos humanos*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Lima. Manual electrónico disponible en internet.  
  
<https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Zapata, G., y Hernández, A. (2014). *Origen de los recursos y ventajas competitivas de las organizaciones: reflexiones teóricas*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 19, 735–759. <https://doi.org/DOI: 10.31876/revista. v19i68.19129>  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23657/Caprist%C3%A1n%20Le%C3%B3n,%20Susan%20Lizbeth.pdf?sequence=6>

# **ANEXOS**

ANEXO N°01  
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: “LAS CAPACIDADES EMPRESARIALES DETERMINAN EL DESARROLLO ECONOMICO DE LAS MYPES DE SERVICIOS DE LA REGION DE HUANUCO”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿De qué manera las capacidades empresariales se relacionan con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco?	Analizar a las capacidades empresariales y su relación, con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco.	El perfeccionamiento de las capacidades empresariales, se relacionan directamente con el buen desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco.	independiente= capacidades empresariales	Capacidades gerenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financieras</li> <li>• Recurso humano</li> <li>• Administrativa organizacional</li> </ul>
				Capacidades funcionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología</li> <li>• Ventas</li> <li>• Operativas</li> </ul>
¿Cómo las capacidades empresariales gerenciales, se relacionan con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco?	Determinar las capacidades empresariales gerenciales y su relación con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco	Las capacidades empresariales gerenciales relacionan directamente con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco	dependiente= desarrollo económico	productividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia</li> <li>• Efectividad</li> <li>• Eficacia</li> </ul>

<p>¿De qué forma las capacidades empresariales funcionales, se relacionan con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco?</p>	<p>Establecer las capacidades empresariales funcionales, y su relación con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco</p>	<p>Las capacidades empresariales funcionales, se relacionan directamente con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco</p>			
--	--	--	--	--	--

Fuente: El investigador

## ANEXO N°02

### Encuesta a empresarios.

Respetable empresario (a), en atención a su trayectoria empresarial, le solicito por este medio su valioso apoyo para evaluar como experto en la conducción de negocios de servicios el instrumento para medir: **Las capacidades empresariales que le permitió tener éxito como empresario.** Las preguntas forman parte de la investigación: **LAS CAPACIDADES EMPRESARIALES DETERMINAN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS MYPES DE SERVICIOS DE LA REGIÓN DE HUANUCO.** El Objetivo de la investigación es: **“Analizar las relaciones que tienen las capacidades empresariales con el desarrollo económico de las MYPES de servicios de la región de Huánuco”.** Agradezco su valiosa colaboración.

Años de experiencia..... Cargo .....

Perfil de la empresa y datos del encuestado

1. Marque con una “X” al rubro que pertenece su empresa:

CIU	ACTIVIDADES ECONOMICAS	RESPUESTA
K	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	
O	Otras activ. De servicios comunitarios, sociales y personales	
H	Hoteles y restaurantes	
I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	
N	Actividades de servicios sociales y de salud (privada)	
M	Enseñanza(privada)	
E	Suministro de electricidad, gas y agua	
J	Intermediación financiera	

Número de empleados. .... ¿Cuenta con sucursales? .....

¿Dónde?.....

¿Tiempo de funcionamiento? .....

Conteste según su experiencia, criterio y apreciación. “Marque con una X, la respuesta que crea necesario”. Teniendo en cuenta lo siguiente:

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indeciso	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

COD.	PREGUNTAS	RESPUESTAS:				
		1	2	3	4	5
Finanzas	1. Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado.					
	2. Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio.					
Recursos Humanos	3. Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes					
	4. Observo que la comunicación, coordinación, confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio.					
Administrativos	5. Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias.					
	6. Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia.					
Tecnología	7. Gracias a las agencias electrónicas (REDES SOCIALES) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes.					
	8. El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones					
Ventas	9. El enfoque de servicio al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco.					
	10. Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes.					
Operativa	11. Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa.					
	12. Los recursos físicos (herramientas, maquinaria, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes.					
Capacidades Gerenciales y Ventaja competitiva).	13. El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia.					
	14. Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia.					

<b>Eficiencia</b>	15. Las actividades que ejecuta su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio.						
	16. Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar.						
	17. Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios						
	18. Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa.						
<b>Efectividad</b>	19. la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos,						
	20. Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos,						
	21. En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados						
	22. Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir,						
	23. Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las órdenes de servicios por colocar,						
<b>Eficacia</b>	24. El mercado valora el impacto de lo que se hace, del servicio prestado.						
	25. Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias						
	26. El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado						
	27. Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente						

## ANEXO N° 04 FORMATO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR JUESES O JUICIO DE EXPERTOS

## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto: Dr. WERNER PINCHI RAMIREZ

Especialidad: Dr. ECONOMIA

**“Calificar con 1, 2, 3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”**

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Finanzas	1. Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado	4	4	4	4
	2. Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio.	4	4	4	4
Recursos Humanos	3. Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes	4	4	4	4
	4. Observo que la comunicación, coordinación, confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio	4	4	4	4
Administrativos	5. Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias.	4	4	4	4
	6. Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia	4	4	4	4
Tecnología	7. Gracias a las agencias electrónicas (REDES SOCIALES) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes	4	4	4	4
	8. El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones	4	4	4	4

Ventas	9. El enfoque de servicio al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco.	4	4	4	4
	10. Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes.	4	4	4	4
Operativa	11. Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa	4	4	4	4
	12. Los recursos físicos (herramientas, maquinaria, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes.	4	4	4	4
Capacidades Gerenciales y Ventaja competitiva).	13. El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia.	4	4	4	4
	14. Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia	4	4	4	4
Eficiencia	15. Las actividades que ejecuta su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio.	4	4	4	4
	16. Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar.	4	4	4	4
	17. Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios	4	4	4	4
	18. Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa	4	4	4	4
	19. la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos,	4	4	4	4

Efectividad	20. Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	4	4	4	4
	21. En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados	4	4	4	4
	22. Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir,	4	4	4	4
	23. Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las órdenes de servicios por colocar,	4	4	4	4
Eficacia	24. El mercado valora el impacto de lo que se hace, del servicio prestado.	4	4	4	4
	25. Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias	4	4	4	4
	26. El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado	4	4	4	4
	27. Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO (X) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:**

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ( )

  
 Dr. Werner Rinchi Ramirez  
 Firma y sello del experto

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Nombre del experto: Dr. Roque Valdivia Jara

Especialidad: Ciencias Económicas y Sociales, mención: Economía y Sociología

**“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”**

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Finanzas	1. Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado	3	3	3	3
	2. Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio.	3	3	3	3
Recursos Humanos	3. Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes	4	4	4	4
	4. Observo que la comunicación, coordinación, confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio	4	4	4	4
Administrativos	5. Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias.	3	3	3	3
	6. Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia	4	4	4	4
Tecnología	7. Gracias a las agencias electrónicas (REDES SOCIALES) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes	4	4	4	4
	8. El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones	4	4	4	4
Ventas	9. El enfoque de servicio al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de	4	4	4	4

	Huánuco.				
	10. Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes.	3	3	3	3
Operativa	11. Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa	4	4	4	4
	12. Los recursos físicos (herramientas, maquinaria, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes.	3	3	3	3
Capacidades Gerenciales y Ventaja competitiva).	13. El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia.	4	4	4	4
	14. Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia	4	4	4	4
Eficiencia	15. Las actividades que ejecuta su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio.	3	3	3	3
	16. Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar.	4	4	4	4
	17. Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios	3	3	3	3
	18. Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa	4	4	4	4
	19. la relación entre los resultados logrados y los resultados	4	4	4	4

Efectividad	propuestos,				
	20. Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	3	3	3	3
	21. En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados	4	4	4	4
	22. Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir,	4	4	4	4
	23. Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las órdenes de servicios por colocar,	4	4	4	4
Eficacia	24. El mercado valora el impacto de lo que se hace, del servicio prestado.	4	4	4	4
	25. Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias	4	4	4	4
	26. El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado	3	3	3	3
	27. Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente	3	3	3	3

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO ( x ) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:** El instrumento debe ser aplicado: SI ( x ) NO ( )



Firma y sello del experto

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto: Dra. Mélida Sara Rivero Lazo

Especialidad: Dra. en Administración.

**“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”**

INDICADOR	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Finanzas	1. Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado	4	4	4	4
	2. Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio.	4	4	4	4
Recursos Humanos	3. Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes	4	4	4	4
	4. Observo que la comunicación, coordinación, confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio	4	4	4	4
Administrativos	5. Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias.	4	4	4	4
	6. Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia	4	4	4	4
Tecnología	7. Gracias a las agencias electrónicas (REDES SOCIALES) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes	4	4	4	4
	8. El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones	4	4	4	4
Ventas	9. El enfoque de servicio al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco.	4	4	4	4
	10. Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes.	4	4	4	4
	11. Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el	4	4	4	4

Operativa	desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa				
	12. Los recursos físicos (herramientas, maquinaria, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes.	4	4	4	4
Capacidades Gerenciales y Ventaja competitiva).	13. El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia.	4	4	4	4
	14. Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia	4	4	4	4
Eficiencia	15. Las actividades que ejecuta su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio.	4	4	4	4
	16. Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar.	4	4	4	4
	17. Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios	4	4	4	4
	18. Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa	4	4	4	4
Efectividad	19. la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos,	4	4	4	4
	20. Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	4	4	4	4
	21. En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados	4	4	4	4
	22. Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a	4	4	4	4

	producir,				
	23. Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las órdenes de servicios por colocar,	4	4	4	4
Eficacia	24. El mercado valora el impacto de lo que se hace, del servicio prestado.	4	4	4	4
	25. Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias	4	4	4	4
	26. El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado	4	4	4	4
	27. Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO ( X ) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:**

El instrumento debe ser aplicado: SI ( X ) NO ( )



Firma y sello del experto

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto: Dr. Christian Paolo Martel

Carranza. Especialidad: Doctor en Administración de la Educación.

**“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”**

DIMENSIÓN	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Finanzas	1. Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado	4	4	4	3
	2. Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio.	4	4	4	3
Recursos humanos	3. Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes	4	4	4	3
	4. Observo que la comunicación, coordinación, confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio	4	4	4	3
Administrativos	5. Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias.	4	4	4	3
	6. Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia	4	4	4	3
Tecnología	7. Gracias a las agencias electrónicas (REDES SOCIALES) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes	4	4	4	3
	8. El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones	4	4	4	3
	9. El enfoque de servicio al cliente que su negocio ofrece lo ha posicionado	4	4	4	3

<b>Ventas</b>	como un referente en la industria de servicios de Huánuco.				
	11. Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes.	4	4	4	3
<b>Operativa</b>	12. Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa	4	4	4	3
	13. Los recursos físicos (herramientas, maquinaria, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes.	4	4	4	3
<b>Capacidades Gerenciales y Ventaja Competitiva).</b>	14. El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia.	4	4	4	3
	15. Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia	4	4	4	3
<b>Eficiencia</b>	16. Las actividades que ejecuta su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio.	4	4	4	3
	17. Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar.	4	4	4	3
	18. Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios	4	4	4	3
	19. Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa	4	4	4	3
<b>Efectividad</b>	20. La relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos,	4	4	4	3
	21. Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	4	4	4	3

	22. En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados	4	4	4	3
	23. Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir,	4	4	4	3
	24. Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las órdenes de servicios por colocar,	4	4	4	3
Eficacia	25. El mercado valora el impacto de lo que se hace, del servicio prestado.	4	4	4	3
	26. Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias	4	4	4	3
	27. El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado	4	4	4	3
	28. Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente	4	4	4	3

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO (X)

En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta?.....

DECISIÓN DEL EXPERTO:

El instrumento responde a los criterios de contenido, criterio y claridad.

El instrumento debe ser aplicado: SI ( X ) NO ( )



Firma y sello del experto

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del experto: Dr. Julia Palomino González

Especialidad: Contabilidad - Finanzas

**“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”**

INDICADORES	ÍTEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Finanzas	1. Considero que las utilidades que genera mi negocio, aseguran la permanencia en el mercado	4	4	4	44
	2. Pienso que se reinvierten las utilidades generadas en mi negocio.	4	4	4	4
Recursos Humanos	3. Estimo que el entrenamiento, la experiencia y la capacidad para resolver problemas que tiene mi personal ayuda a obtener más clientes	4	4	4	4
	4. Observo que la comunicación, coordinación, confianza y compromiso de mi equipo de trabajo me permite crear generar clientes que recomiendan mi negocio	4	4	4	4
Administrativos	5. Las tareas que he diseñado en mi negocio ayudan a planear exitosamente las estrategias.	4	4	4	4
	6. Los servicios ofertados por mi negocio logran satisfacer las necesidades de los clientes y eso me permite tener la preferencia	4	4	4	4
Tecnología	7. Gracias a las agencias electrónicas (REDES SOCIALES) mi negocio tiene mayor afluencia de clientes	4	4	4	4
	8. El chat en vivo de su página web le permite atender y/o solucionar necesidades inmediatas a sus clientes, asegurando más contrataciones	4	4	4	4
Ventas	9. El enfoque de servicio al cliente que su negocio ofrece lo ha	4	4	4	4

*CAPACIDADES EMPRESARIALES DETERMINANTES DEL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS MYPES DE SERVICIOS*

	posicionado como un referente en la industria de servicios de Huánuco.				
	10. Los paquetes de ventas que su negocio diseña le permiten atraer más clientes.	4	4	4	4
Operativa	11. Los procesos y/o manuales con los que opera su negocio facilita el desempeño de sus colaboradores ante cualquier situación ya sea interna o externa	4	4	4	4
	12. Los recursos físicos (herramientas, maquinaria, tecnología, equipo etc.) y humanos de su negocio le generan oportunidades de captación y/o recomendación de sus clientes.	4	4	4	4
Capacidades Gerenciales y Ventaja competitiva).	13. El área directiva de su negocio, crea estrategias que le permiten penetrar el mercado mejor que su competencia.	4	4	4	4
	14. Su área directiva, administra eficientemente los recursos de su negocio, por lo que usted está mejor preparado para afrontar cualquier situación comparado con su competencia	4	4	4	4
	15. Las actividades que ejecuta su personal cotidianamente le aseguran no desperdiciar recursos de su negocio.	4	4	4	4
EFICIENCIA	16. Las actividades que realiza su personal día a día le brindan servicios diferenciados que su competencia no puede copiar.	4	4	4	4
	17. Pienso que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos o servicios	4	4	4	4
	18. Casi siempre está haciendo uso del total de su infraestructura y equipos en su empresa	4	4	4	4
	19. la relación entre los resultados logrados y los resultados	4	4	4	4

EFECTIVIDAD	propuestos,				
	20. Creo que mi éxito empresarial, se debe a la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos	4	4	4	4
	21. En mi empresa, se da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados	4	4	4	4
	22. Planificamos siempre las cantidades de servicios que se van a producir,	4	4	4	4
	23. Estamos al tanto de los clientes que se espera tener, así como las órdenes de servicios por colocar,	4	4	4	4
Eficacia	24. El mercado valora el impacto de lo que se hace, del servicio prestado.	4	4	4	4
	25. Los clientes creen que el servicio que se da en mi empresa es el adecuado a sus gustos y preferencias	4	4	4	4
	26. El servicio que brinda mi empresa, logra satisfacer al cliente o impactar en el mercado	4	4	4	4
	27. Pienso que mi servicio, logra una satisfacción del cliente	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO ( X ) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

**DECISIÓN DEL EXPERTO:**

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ( )

**Firma y sello del experto**

*Julia Palomino Gonzales*

Julia Palomino Gonzales

DNI 42489836

MAT. 14-1352