

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE PROFESIONAL DE ECONOMIA**



**“FACTORES QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO DE LAS PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA”**

TESIS

**Para optar el Grado Académico de:
ECONOMISTA**

ELABORADO POR:

BCH. FREDDY HUGO ALANIA CHIPANA

**TINGO MARÍA - PERÚ
ABRIL 2,021**



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
Tingo María
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
Escuela Profesional de Economía



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N°02-2022-FCEA-EPE-UNAS

En la plataforma virtual Teams de la Escuela Profesional de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Agraria de la Selva a los veinticinco días del mes de febrero del 2022, a horas 7:00 P.M. reunidos en la sala virtual, se instaló el jurado calificador designado mediante Resolución 398/2018-D-FCEA de fecha 21 de diciembre de 2018; a fin de proceder con la sustentación de la tesis aprobada mediante Resolución N°201/2019-D-FCEA; titulada:

FACTORES QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) EN LA CIUDAD DE TINGO MARÍA

A cargo del bachiller en Ciencias Económicas **ALANIA CHIPANA, Freddy Hugo**

Luego de la exposición y absueltas las preguntas de rigor, de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, el jurado evaluador emitió el siguiente fallo:

APROBADA POR : UNANIMIDAD

CALIFICATIVO : BUENO.

Siendo las 8:30 P.M., el presidente del jurado dio por levantado el acto, dejando constancia de lo actuado con las firmas de los miembros del jurado y asesor.

Tingo María, 25 de febrero del 2022.

M.Sc. María FUERTES ARROY O
Presidente del jurado



M.Sc. Ender LÓPEZ TEJADA
Miembro del jurado

M.Sc. Estela ZEGARRA ALIAGA
Miembro del jurado

M.Sc. Hugo SOTO PÉREZ
Asesor



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
OFICINA DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

REGISTRO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DE TÍTULO UNIVERSITARIO

I. DATOS GENERALES DE PREGRADO

Universidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva
Facultad : Ciencias Económicas y Administrativas
Título de Tes : Factores que Limitan el Crecimiento de las Pequeñas Empresas (Pymes) en la ciudad de Tingo María.
Autor : Bach. Freddy Hugo Alania Chipana
Asesor de Tesis : Msc. Hugo Soto Pérez
Escuela Profesional : Escuela Profesional de Economía
Programa de Investigación : Economía Política y Empresa
Línea (s) de Investigación : Cadenas Productivas y Cluster Empresarial
Eje Temático de Investigación: Crecimiento de las Pymes
Lugar de Ejecución : Tingo María
Duración : Fecha de Inicio :
Término :
Financiamiento: FEDU : 0.00
Propio : 2,000.00
Otros : 0.00


Bach. Freddy Hugo Alania Chipana


Msc. Hugo Soto Pérez

DEDICATORIA

A Dios, por haberme brindado la vida y ser el instructor de mi formación, y por la oportunidad de contribuir a la sociedad.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Agraria de la Selva por darme la oportunidad de formarme en sus aulas y forjarme profesionalmente.

A los docentes del Departamento Académico de Ciencias Económicas por impartir sus conocimientos y valores en mi formación académica y personal, que me servirá para poder desenvolverme plenamente en el campo de mi carrera y en el camino de vida.

Al Econ. Hugo Soto Pérez y jurados de tesis designados, por su asesoría, orientación y apoyo en la elaboración de la investigación.

A la persona incondicional, que han formado parte de mi vida universitaria y estaré eternamente agradecida por su amor incondicional y que han contribuido de una manera u otra en la culminación de mi carrera universitaria.

INDICE

Capítulo I: Introducción	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.1.1. Contexto	1
1.1.2. El Problema de Investigación	2
1.1.3. Interrogantes	4
1.2. Justificación	5
1.2.1. Teórica.....	5
1.2.2. Práctica.....	5
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. Principal.....	5
1.3.2. Secundarios.....	6
1.4. Hipótesis	6
1.4.1. Hipótesis	6
1.4.2. Variables del estudio	7
1.4.3. Indicadores de las variables del estudio	7
1.4.4. Operacionalización de Variables	8
Capítulo II: Revisión de Literatura	10
2.1. Crecimiento Empresarial.....	10
2.1.1 Definición.....	10
2.1.2 Objetivos del crecimiento empresarial.	10
2.1.3 Aspectos Positivos y Negativos del Crecimiento empresarial.....	10
2.1.4 Estrategias de Crecimiento Empresarial.....	11
2.2. Factores Administrativos.....	15
2.2.1 Finanzas.....	15
2.2.2 Recursos Humanos	16
2.2.3 Gestión Empresarial.....	17
2.3. Factores Operativos	17
2.3.1 Marketing.....	17
2.3.2 Logística	18
2.3.3 Operaciones	18
2.4. Factores Estratégicos.....	18
2.4.1 Planeamiento.....	18

2.4.2	Investigación de Mercados.....	19
2.5.	Factores Externos	20
2.5.1	Infraestructura	20
2.5.2	Tecnología	20
2.6.	Antecedentes de la Investigación.....	21
2.6.1	Antecedentes Internacionales	21
2.6.2	Antecedentes Nacionales.....	22
2.7.	Definición de Términos.....	22
	Capítulo III: Materiales y Métodos.....	25
3.1.	Clase de Investigación	25
3.2.	Tipo de Investigación.....	25
3.3.	Nivel de Investigación.....	25
3.4.	Diseño de la Investigación.....	25
3.5.	Población.....	25
3.6.	Muestra	26
3.7.	Unidad de Análisis	27
3.8.	Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.8.1.	Métodos	27
3.8.2.	Técnicas	28
	Capítulo IV: Resultados y Discusión.....	29
4.1	Aspectos Generales de las Pequeñas y Medianas empresas Tingalesas. 29	
4.2	Resultados de las variables e Indicadores de la Investigación.	38
4.3.	Contrastación de la Hipótesis de Investigación	61
4.3.1.	Prueba de Hipótesis General.....	61
4.3.2.	Prueba de Hipótesis Específicas.....	63
4.4.	Relación entre variables.....	67
4.5.	Discusión de Resultados con los Antecedentes.	68
	Conclusiones	70
	Propuesta a Futuro.....	71
	Referencia Bibliográfica	72
	Anexos.....	77

Índice de tablas

Tabla 1: Operacionalización de Variables	9
Tabla 2: Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en la ciudad de Tingo María	26
Tabla 3: Cantidad de encuestas según muestras de Pymes en la ciudad de Tingo María	27
Tabla 4: Frecuencia de la Actividad Económica de las Pymes	29
Tabla 5: Frecuencia de los años de Operación de las Pymes	30
Tabla 6: Frecuencia de los motivos de formación de las Pymes	31
Tabla 7: Frecuencia de la Personería de las Pymes	32
Tabla 8: Frecuencia del régimen tributario de las Pymes.....	32
Tabla 9: Frecuencia de sexo del Gerente en las Pymes.....	33
Tabla 10: Frecuencia de las edades del Gerente en las Pymes.....	34
Tabla 11: Frecuencia del Estado Civil de los Gerentes en las Pymes	35
Tabla 12: Frecuencia de la Condición Laboral del Gerente en las Pymes	36
Tabla 13: Frecuencia del Nivel de Educación de los Gerentes en las Pymes	37
Tabla 14: Percepción sobre el crecimiento anual sostenido de las Pymes	38
Tabla 15: Percepción sobre si las pymes cuentan con disponibilidad inmediata de inventarios para atender a sus clientes.....	39
Tabla 16: Percepción sobre si la pyme cuenta con Capital para la expandirse en nuevos mercados.....	40
Tabla 17: Percepción sobre si las pymes adquieren maquinarias y equipos constantemente	41
Tabla 18: Percepción sobre el crecimiento sostenido de las Pymes.....	42
Tabla 19: Percepción sobre la solvencia económica de las pymes ante las deudas contraídas.....	43
Tabla 20: Percepción sobre el uso de la planificación financiera en las Pymes.....	44
Tabla 21: Percepción sobre el financiamiento de nuevos proyectos a bajos costos en las Pymes	45
Tabla 22: Percepción sobre el desempeño del Capital Humano en el área de operaciones en las Pymes	46
Tabla 23: Percepción sobre el beneficio de la Capacitación del Capital Humano en las Pymes	47
Tabla 24: Percepción sobre si las Redes Sociales muestran adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes	48
Tabla 25: Percepción sobre la utilidad de los descuentos promocionales en las Pymes	49
Tabla 26: Percepción sobre la atención oportuna de materia e insumos por los responsables de la logística en las Pymes.....	50
Tabla 27: Percepción sobre la entrega de los bienes y servicios solicitados en el tiempo oportuno en las Pymes.....	51
Tabla 28: Percepción sobre si las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial.....	52
Tabla 29: Percepción sobre si las pymes realizan el seguimiento de los objetivos y metas estratégicas.....	53
Tabla 30: Percepción sobre la eficacia de la investigación de mercados que realiza la pyme.	54
Tabla 31: Percepción sobre si las pymes recopilación información para mejorar los bienes y servicios producidos en las pymes.	55
Tabla 32: Percepción sobre las mejoras internas en infraestructura en las Pymes.....	56

Tabla 33: Percepción sobre si las pymes cuentan con instalaciones adecuadas para atraer nuevos clientes.....	57
Tabla 34: Percepción si las pymes invierten constantemente en TICS	59
Tabla 35: Percepción sobre la inversión en softwares empresariales para mejorar la toma de decisiones en las pymes	60
Tabla 36: Prueba de normalidad.....	61
Tabla 37: Correlación entre el Crecimiento y desarrollo de las Pymes y los Factores Asociados	62
Tabla 38: Pruebas de normalidad de varianzas	63
Tabla 39: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Administrativos	64
Tabla 40: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Operativos....	65
Tabla 41: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Estratégicos..	66
Tabla 42: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Externos	67

Índice de figuras

Figura 1: Frecuencia de la Actividad Económica de las Pymes.....	29
Figura 2: Frecuencia de los años de Operación de las Pymes.....	30
Figura 3: Frecuencia de los años de Operación de las Pymes.....	31
Figura 4: Frecuencia de la Personería de las Pymes.....	32
Figura 5: Frecuencia del régimen tributario de las Pymes	33
Figura 6: Frecuencia de sexo del Gerente en las Pymes.....	34
Figura 7: Frecuencia de las edades del Gerente en las Pymes.....	35
Figura 8: Frecuencia del estado civil de los gerentes en las Pymes	36
Figura 9: Frecuencia de la condición laboral del gerente en las Pymes	36
Figura 10: Frecuencia del Nivel de los Gerentes en las Pymes.....	37
Figura 11: Percepción sobre el crecimiento anual sostenido de las Pymes.....	38
Figura 12: Percepción sobre si las pymes cuentan con disponibilidad inmediata de inventarios para atender a sus clientes.....	39
Figura 13: Percepción sobre si la pyme cuenta con Capital para la expandirse en nuevos mercados.....	40
Figura 14: Percepción sobre si las pymes adquieren maquinarias y equipos constantemente	41
Figura 15: Percepción sobre el crecimiento sostenido de las Pymes	42
Figura 16: Percepción sobre la solvencia económica de las pymes ante las deudas contraídas.....	43
Figura 17: Percepción sobre el uso de la planificación financiera en las Pymes	44
Figura 18: Percepción sobre el financiamiento de nuevos proyectos a bajos costos en las Pymes	45
Figura 19: Percepción sobre el desempeño del Capital Humano en el área de operaciones en las Pymes	46
Figura 20: Percepción sobre el beneficio de la Capacitación del Capital Humano en las Pymes	47
Figura 21: Percepción sobre si las Redes Sociales muestran adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes	48
Figura 22: Percepción sobre la utilidad de los descuentos promocionales en las Pymes.....	49
Figura 23: Percepción sobre la atención oportuna de materia e insumos por los responsables de la logística en las Pymes.....	50
Figura 24: Percepción sobre la entrega de los bienes y servicios solicitados en el tiempo oportuno en las Pymes.....	51
Figura 25: Percepción sobre si las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial.....	52
Figura 26: Percepción sobre si las pymes realizan el seguimiento de los objetivos y metas estratégicas	53
Figura 27: Percepción sobre la eficacia de la investigación de mercados que realiza la pyme	55
Figura 28: Percepción sobre si las pymes recopilación información para mejorar los bienes y servicios producidos en las pymes	56
Figura 29: Percepción sobre las mejoras internas en infraestructura en las Pymes	57
Figura 30: Percepción sobre si las pymes cuentan con instalaciones adecuadas para atraer nuevos clientes.....	58
Figura 31: Percepción si las pymes invierten constantemente en TICS.....	59
Figura 32: Percepción sobre la inversión en softwares empresariales para mejorar la toma de decisiones en las pymes	60

Resumen

El presente trabajo se realizó con el objetivo de Determinar la relación existente entre los factores asociados a la gestión empresarial, que limitan el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

En cuanto a la metodología utilizada para desarrollar la presente investigación, es aplicada, de corte transversal, la información se recopiló mediante el uso de cuestionario que contenía 32 preguntas relacionadas a las variables estudiadas y se encuestó a 146 Gerentes, el método utilizado fue el método descriptivo y correlacional.

Para la contrastación de la hipótesis se utilizó la prueba Spearman y luego del criterio estadístico se aceptó la hipótesis planteada, que nos señala de que Existe relación significativa entre los Factores Asociados a la Gestión Empresarial con el Crecimiento Empresarial de las Pymes, en la ciudad de Tingo María.

De acuerdo con los resultados encontrados, se puede concluir de manera general de que el limitado Crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María se debe a los factores asociados a la Gestión Empresarial (Capital Humano, Finanzas, Logística, Marketing, Planeamiento, Investigación de Mercados, Infraestructura y a la Tecnológico), por lo que si se descuida unos de estos factores llevarían a las pymes al fracaso empresarial.

PALABRAS CLAVES: Crecimiento Empresarial, pymes, Factores Administrativos, Factores Operativos, Factores Estratégicos, Factores Externos, Ventas, Rentabilidad, Patrimonio, Finanzas, Capital Humano, Finanzas, Logística, Marketing, Planeamiento, Investigación de Mercados, Infraestructura y Tecnología.

Abstract

The present work was done with the objective of determining the relationship that exists between the factors associated with business management which limit the growth of PYMES (acronym in Spanish) in the city of Tingo Maria, Peru.

With regards to the methodology that was used to carry out the present research, it was “applied” and of a cross-sectional cut. The information was collected through the use of a questionnaire that contained thirty two questions related to the variables in study and 146 managers were surveyed. The method utilized was that of the descriptive and correlational method.

In order to test the hypothesis, Spearman’s test was used and later, from the statistical criteria, the proposed hypothesis was accepted, which said that a significant relationship exists between the factors associated with business management and the growth of PYMES in the city of Tingo Maria.

According to the results that were found, it can be concluded, in a general manner, that the limited growth of the PYMES in the city of Tingo Maria is due to the factors associated with business management (human capital, finances, logistics, marketing, planning, market research, infrastructure, and technology). Thus, if one of these factors goes unattended, it brings about the failure of the PYMES.

Keywords: business growth, PYMES, administrative factors, operational factors, strategic factors, external factors, sales, profitability, assets, finances, human capital, finances, logistics, marketing, planning, market research, infrastructure, technology.

Capítulo I: Introducción

1.1. Planteamiento del Problema

1.1.1. Contexto

La situación económica de las pequeñas y medianas empresas (pymes) es incierta por la precaria utilidad que alcanzan y a la escasa permanencia de estas en el mercado. Las causas son diversas, entre los principales tenemos, falta de crédito, altos costos financieros, altos costos tributarios, ineficientes estudios de mercado e ineficaz administración de la actividad económica en la que están inmersas.

Las microempresas son unidades económicas que contribuyen en el crecimiento del PBI, generando empleo y bienestar familiar, pero cuando estas quiebran por los factores arriba mencionados, genera todo un problema. Según datos actualizados “el 61% de las empresas familiares venden menos de 500 dólares mensuales y obtienen una ganancia menor a los 100 dólares. Las actividades de las microempresas se concentran en sectores tales como: comercio, servicios, transporte e industria. El 44.5% son agropecuarias, 36.1% comerciales, 11.1% de servicios, 8.3% manufacturas”. Como se puede notar que el porcentaje de empresas que se dedican al comercio es bastante significativo.

La política económica del gobierno actual se basa en el neoliberalismo o de economía de libre mercado, donde las empresas cualquiera sea su clasificación y topología, tienen que estar atentas al comportamiento del mercado, para anticiparse a los cambios o simplemente adecuarse y de esta manera mantenerse en la competencia, en consecuencia la subsistencia de una empresa está supeditada a una serie de factores que condicionan su grado de desarrollo, más todavía depende de su capacidad de respuesta a los factores condicionantes.

Las Mypes en la economía peruana cumplen un papel primordial generando empleo, la actividad comercial en este sector es muy frágil, porque

existen pocas empresas que se consolidan y perduran en el tiempo (Barba-Sánchez, Jiménez-Sarzo, & Martínez-Ruiz, 2007). Global Entrepreneurship Monitor nos indica de existen 9.2 millones empresas peruanas, de los cuales el 75% tiene una vida útil de 0 y 3 años y medio, mientras el 25% sobrevivió a este promedio de vida empresarial. Asimismo, de este grupo de empresas consolidadas tan solo el 3% ha llevado a cabo proyectos emprendedores, como la creación de nuevos productos o la expansión de mercados (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005).

Este panorama se presenta en nuestra ciudad en las pymes por eso la necesidad de identificar los factores que limitan el crecimiento de estas con la finalidad de contribuir a su crecimiento sostenido.

1.1.2. El Problema de Investigación

El problema central de la presente investigación es:

Limitado Crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en la ciudad de Tingo María.

1.1.2.1. Descripción.

Por otro lado, si bien es cierto las empresas comerciales en nuestra ciudad tienen como la baja demanda, altos costos financieros, sin embargo; uno de los problemas fundamentales a parte de estos factores y los altos costos tributarios, es el mal manejo que los gerentes propietarios utilizan en sus negocios, por falta de preparación y asesoramiento en un mundo globalizado y como tal, de alta competencia, la cual trae como consecuencia la disminución progresiva de la rentabilidad de las empresas del sector en mención.

Por lo tanto; el problema de la baja rentabilidad de las empresas comerciales en la ciudad de Tingo María, se debe principalmente a la mala gestión empresarial que como resultado de ello se observa que en nuestro medio las empresas comerciales tienen poca permanencia o ciclo de vida en el

mercado, la cual demuestra que estos negocios no cuentan con un plan de negocio o perfil de proyecto de inversión, ni mucho menos con un buen estudio de mercado que les sirva como guía o referencia para poder afrontar las turbulencias de una economía de libre mercado.

Los altos costos tributarios como resultado de la política tributaria impuesta por el gobierno de turno, también se constituye como un factor importante que influye significativamente en la rentabilidad de las empresas comerciales, lo que quiere decir, que ha mayores tasas de impuesto, como la subida del IGV por ejemplo, las utilidades de las empresas comerciales en nuestro medio serán menores.

1.1.2.2. Explicación

A los factores arriba mencionados podemos adicionarle la baja demanda en el mercado, como resultado de los bajos ingresos de los consumidores locales y los altos costos financieros, debido a la escasez y restricciones de crédito en el sistema financiero.

Existe carencia de creatividad en Gestión Empresarial, es por ello que conlleva a malos manejos internos y externos de la Empresa, falta de gestión gerencial, por la falta de control, evaluación, etc. donde no se toman en cuenta factores limitantes como los técnicos, económicos, financieros, sociales, ambientales, etc. que finalmente conllevan al cierre de la empresa; también se tiene una débil estructura Empresarial, por su débil inicio que no fue fortalecido con las estrategias necesarias para el caso, causando poca agresividad en buscar estrategias de Marketing de los productos finales.

La baja rentabilidad de la empresa y en general de todas las actividades económicas productivas se debe a que los mercados están en recesión, no hay demanda, si la demanda baja la producción se estanca, los ingresos para los empresarios se reducen. Recursos humanos poco calificados para entender los procesos productivos a partir de las posibilidades desarrolladas de los agentes económicos (microempresas) para insertarse en la cadena productiva.

La situación económica y financiera de las empresas del sector comercial en el futuro mejorarán, en aquellas empresas que mejoren la gerencia comercial, a pesar de que los demás factores estén presentes, un buen manejo gerencial de las empresas comerciales les permitirá permanecer y sobresalir de cualquier turbulencia del mercado. Lógicamente, dependerá mucho del mejoramiento del desempeño de nuestra economía, la cual lastimosamente se encuentra casi estancado visto desde un punto de vista sectorial.

De igual manera si la gestión gerencial de las empresas en el sector comercial no son las más adecuadas, en cuanto a calidad del producto, rentabilidad, finanzas, concertación de alianzas estratégicas y otros, la probabilidad de mantenerse en el mercado será baja y consecuentemente la probabilidad de triunfar será cada vez menor.

Finalmente se espera que el gobierno actual aplique políticas tributarias que beneficien tanto a los empresarios y a los consumidores.

1.1.3. Interrogantes

1.1.3.1. Interrogante Principal.

¿Cuál es la relación existente entre los factores asociados a la gestión empresarial que limitan el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María?

1.1.3.2. Interrogantes secundarios.

- ✓ ¿Cuál es la relación entre los factores Administrativos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María?
- ✓ ¿Cuál es la relación entre los factores Operativos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María?

- ✓ ¿Cuál es la relación entre los factores Estratégicos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María?
- ✓ ¿Cuál es la relación entre los factores Externos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María?

1.2. Justificación

1.2.1. Teórica

- a. No se han desarrollado trabajos similares sobre el crecimiento empresarial en la ciudad de Tingo María que contenga las variables administrativas, operativos, estratégicos y externos.
- b. El estudio para realizar tendrá un enfoque orientado a la gerencia económica de las Pymes, tratando de dar solución a los problemas principales que conlleve a una eficiente gestión de los negocios.

1.2.2. Práctica

- a) El trabajo culminó con la formulación de propuestas importantes dirigidas al desarrollo del sector comercial en la ciudad de Tingo María.
- b) En la parte práctica el proyecto tuvo una metodología que permitió extraer conocimientos prácticos que podrán servir a otras empresas.

1.3. Objetivos

1.3.1. Principal

Determinar la relación existente entre los factores asociados a la gestión empresarial que limitan el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

1.3.2. Secundarios

- ✓ Establecer la relación existente entre los factores Administrativos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.
- ✓ Establecer la relación existente entre los factores Operativos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.
- ✓ Establecer la relación existente entre los factores Estratégicos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.
- ✓ Establecer la relación existente entre los factores Externos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis

1.4.1.1. Hipótesis General

“Existe relación significativa entre los Factores Asociados a la Gestión Empresarial con el Crecimiento Empresarial de las Pymes, en la ciudad de Tingo María”.

1.4.1.2. Hipótesis Especificas

- ✓ Existe relación significativa entre los factores Administrativos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.
- ✓ Existe relación significativa entre los factores Operativos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.
- ✓ Existe relación significativa entre los factores Estratégicos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.
- ✓ Existe relación significativa entre los factores Externos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

1.4.2. Variables del estudio

Las variables del presente estudio son:

Variable Dependiente

Y = Crecimiento Empresarial de las Pymes.

Variables Independientes

X = Factores Asociados a la Gestión Empresarial de las Pymes.

1.4.3. Indicadores de las variables del estudio

A continuación, se detalla los indicadores de las variables estudiadas en la presente investigación:

Indicadores de Y₁:

Y₁ = Ventas

Y₂ = Patrimonio

Y₃ = Rentabilidad

Indicadores de X₁:

X₁ = Factores Administrativos

X₂ = Factores Operativos

X₃ = Factores Estratégicos

X₄ = Factores Externos

Sub Indicadores de las Variables X₁, X₂, X₃, X₄

Sub Indicadores de la Variable Factores Administrativos (X₁):

X₁₁ = Finanzas

X₁₂ = Recursos Humanos

Sub Indicadores de la Variable Factores Operativos (X₂):

X₂₁ = Marketing

X₂₂ = Logística

Sub Indicadores de la Variable Factores Estratégicos (X₃):

X₃₁ = Planeamiento

X₃₂ = Investigación de Mercados

Sub Indicadores de la Variable Factores Externos (X₄):

X₄₁ = Infraestructura

X₄₂ = Acceso a la tecnología

1.4.4. Operacionalización de Variables

Tabla 01**Operacionalización de Variables***Tabla 1: Operacionalización de Variables*

VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala o codificación
1) VARIABLE INDEPENDIENTE (X)	Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos en una empresa para aumentar su productividad, competitividad, determinando objetivos con eficiencia y efectividad y eficiencia. (Significados, eficacia. (Chiavenato, 2018, p. 3.) 2020)	Es el proceso de manejar recursos organizacionales para conseguir productividad, competitividad, eficiencia y efectividad. (Significados, eficacia. (Chiavenato, 2018, p. 3.) 2020)	X = Gestión Empresarial	Factores Administrativos	17, 18, 19 y 20	Ordinal
X = Factores asociados a la Gestión Empresarial de las Pymes				Factores Operativos	21, 22, 23 y 24	Ordinal
				Factores Estratégicos	25, 26, 27 y 28	Ordinal
				Factores Externos	29, 30, 31 y 32	Ordinal
2) VARIABLE DEPENDIENTE (Y):	Proceso mediante el cual la empresa aumenta de tamaño o de dimensión, generalmente como consecuencia del incremento de la demanda. (Capitalibre.com, (guiasjuridicas.wolterskluwer.es, 2020) 2020)	Una empresa crece cuando aumenta el volumen de activos, la producción, los beneficios o el personal empleado. (Capitalibre.com, 2020)	Y = Crecimiento Empresarial	Ventas	11 y 12	Ordinal
Y = Crecimiento empresarial de las Pymes				Patrimonio	13 y 14	Ordinal
				Rentabilidad	15 y 16	Ordinal

Capítulo II: Revisión de Literatura

2.1. Crecimiento Empresarial

2.1.1 Definición

Según Perroux (1963) citado por Mercado, K.E (2016) define al “crecimiento como el aumento de la dimensión y con el cambio estructural”.

Correa Rodríguez (1999), citado por Blázquez (2006) en general el crecimiento empresarial se define como el, “aumento del tamaño de la empresa y las ampliaciones estructurales que experimenta la misma”.

En resumen, el crecimiento empresarial se caracteriza por el incremento del tamaño estructural, patrimonial y de mercado.

2.1.2 Objetivos del crecimiento empresarial.

Penrose (1962), citado por Blázquez et al (2006) que el objetivo de la empresa es la obtención de beneficio.

Marris (1967) citado por Blázquez et al (2006) se planteará como objetivo la retribución de beneficios de acuerdo con el rendimiento obtenido.

Aggarwal y Samwick (2003) citado por Blázquez et al (2006) señalan que el objetivo primordial de una empresa es la diversificación para reducir el riesgo.

De acuerdo con estos autores los objetivos del crecimiento empresarial son tres, entre ellos incremento de beneficios, economías de escala y disminución de riesgos de inversión producto de la diversificación de las inversiones.

2.1.3 Aspectos Positivos y Negativos del Crecimiento empresarial

Según Lesmes (2021) Las ventajas y desventajas del crecimiento de una empresa son:

A) Aspectos Positivos

1. Aumento de la productividad y ganancias.
2. Alcanza nuevos clientes
3. Aumenta el empleo y la competitividad
4. Genera equipos de trabajo de calidad

B) Aspectos Negativos

1. Falta conexión con tu equipo de trabajo.
2. Mayores costos de producción y Mantenimiento
3. Legislación e impuestos diferentes en relación con una empresa pequeña.
4. Mayor impacto ambiental y aumento de la producción de desperdicios.

2.1.4 Estrategias de Crecimiento Empresarial

Según la teoría existente encontramos dos estrategias de crecimiento empresarial uno interno y el otro externo y a continuación detallamos estas estrategias.

2.1.4.1 Crecimiento Interno

Parra (2021) señala que el crecimiento interno de una empresa está caracterizado por la utilización de los recursos propios de la empresa con la finalidad de invertir y/o reasignar los recursos tangibles e intangibles en nuevas actividades o mercados para aumentar el patrimonio empresarial.

Las ventajas de este método son:

- Mayor control, estructura de propiedad inalterada.

- Evita fugas de información/conocimiento
- Permite la libre reasignación de recursos ociosos.
- A largo plazo, potencia la creación de recursos y capacidades estratégicos.

Respecto a los inconvenientes, destacan:

- Mayor concentración del riesgo (activos indivisibles, economías de escala, maduración de las inversiones).
- Crecimiento más lento.
- Limita la innovación estratégica (endogamia).
- Desventaja respecto a los pioneros.

2.1.4.1.1 Estrategia en el crecimiento interno

Según López (2021) las estrategias del crecimiento empresarial interno son dos una de especialización y la otra de diversificación, los mismo que a continuación detallamos:

1. Estrategias de Especialización

- ✓ Penetración de mercados: Mismos productos en los mismos mercados.
- ✓ Desarrollo de mercados: Mismos productos en los distintos mercados.
- ✓ Desarrollo de productos: Distintos productos en los mismos mercados.

2. Estrategias de Diversificación

- ✓ Heterogénea (no relacionada): Productos nuevos y antiguos sin relación.

- ✓ Horizontal (relacionada): Productos nuevos y antiguos con alguna relación.
- ✓ Vertical (hacia adelante o atrás): Distintas etapas del proceso productivo.

2.1.4.2 Crecimiento Externo

Según Parra (2020) El crecimiento externo de una empresa se da cuando se adquieren y fusionan empresas existentes, y también por acuerdos corporativos (franquicia, Subcontratación, joint ventures, contratos) con la finalidad de acceder a nuevos mercados.

Como ventajas del crecimiento externo destacan las siguientes:

- Crecimiento más rápido.
- Reduce riesgos de sobrecapacidad (sectores maduros).
- Permite eludir barreras a la entrada (internacionalización).
- Rápida adquisición de recursos y capacidades no disponibles en el mercado.

En cuanto a los inconvenientes destacamos los siguientes:

- Alteración de la estructura de propiedad.
- Problemas de información coordinación y garantía (costes de transacción).
- Conflictos y divergencias culturales, sociales, políticas.
- Limitada transferibilidad de R&C (conocimiento tácito).

2.1.4.2.1 Estrategias de Crecimiento Empresarial Externo

Según López (2021) las estrategias del crecimiento empresarial externo son dos una de Concentración Empresarial y la otra de Cooperación Empresarial, los mismo que a continuación detallamos:

1. Concentración Empresarial

a. Integración

- ✓ Fusión (horizontal o vertical)
- ✓ Absorción (horizontal o vertical)

b. Participación

- ✓ Holding
- ✓ Venture capital

2. Cooperación Empresarial

- a. **Cartel:** Cooperación entre empresas de un mismo sector
- b. **Clúster:** Concentración geográfica de empresas
- c. **Unión Temporal de Empresas (UTE):** Desarrollan un proyecto temporal
- d. **Agrupación de Interés Económico (AIE):** Obtienen mayor poder de negociación
- e. **Joint – Ventures:** Aportación de capital y conocimientos entre empresas
- f. **Franquicias:** Una empresa (franquiciadora) cede su know-how a otra
- g. **Outsourcing:** Subcontratación de empresas externas.

2.2. Factores Administrativos

2.2.1 Finanzas

Las finanzas se ocupan de la administración del dinero de una unidad económica, entre ellas el financiamiento del capital de trabajo y de nuevas inversiones, para ello utiliza el planeamiento financiero. (Gutiérrez, 2020)

Importancia de las Finanzas

Es importante porque nos ayuda a controlar mejor los gastos e ingresos que posee una persona natural o jurídica, y esto es por igual para todos, es decir, tanto para el gobierno, las empresas y cada uno de nosotros por individual. (Gutierrez, 2020)

Clases de Finanzas

Existen tres clases de Finanzas, entre ellas están las finanzas Públicas, Corporativas y Personales, a continuación, describimos cada una de ellas:

1. Finanzas Publicas.

Concepto

Las finanzas públicas, es el manejo presupuestal que realiza el sector público a través de las instituciones del estado y como estas influyen o impactan en la economía de un país, por medio de la ejecución de sus presupuestos públicos anuales (Gómez, 2018)

Importancia

(Turmero, 2017) En la actualidad las finanzas públicas es importante para la estabilización y crecimiento económico del país y de sus empresas como centros económicos de generación de empleo digno y justo.

2. Finanzas Corporativas.

Concepto

Asobancaria (2020) las finanzas corporativas se centran en la forma en la que las empresas pueden crear valor y lo mantienen a través del uso eficiente de los recursos financieros, es decir toman decisiones de inversión, financiación y operación más oportunas.

Importancia

Es importante porque administra activos tangibles e intangibles para incrementar utilidades durante la vida útil de la corporación.

3. Finanzas Personales.

Definición.

Las finanzas personales, se refieren al manejo y administración del dinero y bienes que posee un individuo o familia para afrontar su vida diaria.

Importancia

Las finanzas personales favorecen el crecimiento económico de las personas, permitiendo alcanzar objetivos de largo plazo.

2.2.2 Recursos Humanos

Definición

En una empresa se les denomina capital humano, este recurso para ser productivo necesita de capacitación y especialización debida que le ayuda a cumplir con las funciones que se les indica en el Manual de Organización de Funciones.

Importancia de los recursos humanos

La importancia del capital humano radica en que ayuda mejorar su eficiencia y efectividad.

2.2.3 Gestión Empresarial

Definición

Es la capacidad que posee el gerente para poder organizar, controlar y dirigir un grupo de personas. A fin de conseguir los objetivos que se ha planteado la organización a principios de año. (Ntx-pro, 2019)

Importancia

La gestión empresarial es importante ayuda alcanzar objetivos comunes, contribuye a una utilización optima de los recursos, contribuye a la adecuada organización, es esencial para la prosperidad de la sociedad, establece equilibrios ante los cambios y reduce los costos de producción en los procesos productivos de bienes y servicios. (Aplimedia, 2018)

2.3. Factores Operativos

2.3.1 Marketing

Definición

El marketing (mercado o mercadotecnia en español) es una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. (Morante Asesores, 2020)

Importancia

El marketing es vital porque incrementa las utilidades de la empresa producto del aumento de las ventas y asegurando la permanencia de esta en el mercado.

2.3.2 Logística

Concepto

Tejada (2013) Es la ciencia y el arte que ocupa de satisfacer las necesidades físicas o materiales que se requieren para asegurar el normal funcionamiento de una empresa.

Importancia

La logística, en cualquier tipo de empresa, contribuye a acelerar la producción, lo que lleva a la logística a adquirir un valor determinante en su propósito de apoyar todas las operaciones de la empresa, desde su planeamiento, hasta la fase final del proceso empresarial.

2.3.3 Operaciones

Concepto

Es lo que se hace a diario para generar ganancias. Manejar las operaciones diarias y la administración de la compañía puede costar mucho. También requiere compromiso, porque todas las acciones pueden afectar directamente el éxito del negocio. (Sy, 2019)

Importancia

La importancia del Área de Operaciones en una empresa radica en mejorar la competitividad y productividad, lo que le permite obtener mayores beneficios como resultado de su actividad económica.

2.4. Factores Estratégicos

2.4.1 Planeamiento

Concepto

Según la OBS Business School citado por Da Silva (2018) nos indica que la “planificación empresarial es la hoja de ruta sobre la que se escribe el futuro del negocio”.

Importancia

Pymempresario (2018) La planeación es una herramienta que puede brindar múltiples beneficios si se utiliza en el momento y en la forma requerida, por ejemplo, puede ser el medio ideal para que una compañía logre diferenciarse positivamente de sus competidores, utilizando sus ventajas relativas para satisfacer mejor a sus clientes; pero las empresas también deben evitar convertirse en prisioneras de la planeación, ya que aún las mejores estrategias se vuelven obsoletas en el corto o largo plazo.

2.4.2 Investigación de Mercados

Concepto

Marketingteli (2019) La Investigación de mercados es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing: generar y evaluar las actividades de marketing; supervisar el desempeño del marketing, y acrecentar las comprensiones del marketing como un proceso.

Importancia

La investigación de mercados es importante porque contribuye a vigilar el ambiente competitivo para detectar señales que indiquen una oportunidad de negocios. Una simple descripción de alguna actividad social o económica, como las tendencias en la conducta de compra de los consumidores, puede ayudar a los administradores a reconocer problemas e identificar oportunidades para enriquecer los esfuerzos de marketing.

2.5. Factores Externos

2.5.1 Infraestructura

Concepto

Sy Corvo, Helmut. (2019). La infraestructura de una empresa incluiría todos los activos fijos, tales como el edificio, equipos, maquinaria y herramientas necesarias para fabricar los productos.

Importancia

Gutierrez (2014) señalado por el periódico el Tiempo (2014) afirma que la infraestructura es importante porque ayuda a lograr mayor competitividad en el mercado, las áreas administrativas, operativas y de telecomunicaciones deben ajustarse a la dinámica del crecimiento empresarial y sus proyecciones.

2.5.2 Tecnología

Concepto

Martínez, V (2015) La palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica, oficio) y logos (ciencia, conocimiento), es decir es un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas. (Martínez, 2015)

Importancia

La tecnología ayuda a tener mejor producción, en algunos casos puede abaratar los costos. Los avances tecnológicos han hecho las labores del hombre más fácil gracias a la elaboración de maquinarias que cubren gran parte del trabajo que anteriormente solo el operador podría realizar. (Martínez, 2015)

2.6. Antecedentes de la Investigación

2.6.1 Antecedentes Internacionales

Acatenco (2014) en su artículo científico denominado El riesgo estratégico y su impacto con el crecimiento en microempresas manufactureras hidalguenses, desde la perspectiva de la gestión de riesgos empresariales. Busco Establecer la relación de los riesgos empresariales con el crecimiento de las microempresas hidalguenses. Llegando a la conclusión de que los principales problemas que presenta el riesgo estratégico son: la competencia, el cambio de clientes; la jerarquía y autoridad.

Bernal-Domínguez (2019) Factores internos y externos de crecimiento empresarial en microempresas mexicanas. Y cuyo objetivo de investigación fue de analizar la relación que existe entre el crecimiento de ventas y sus determinantes internos y externos, los cuales pueden ser entre otros, la edad, el tamaño, la motivación, gestión del conocimiento, incremento de activos, aumento de participación en el mercado, competidores y clientes. Se concluye de que existe relación entre el crecimiento empresarial y las ventas.

Pardo & Rojas (2012) En su tesis denominada Factores que limitan el Crecimiento y la apertura Comercial de las Mipymes en un Contexto Globalizado: un estudio aplicado al Municipio de San Luis Potosí cuyo objetivo general de nuestro trabajo es determinar cuáles han sido los factores internos y externos de las empresas que han impedido el crecimiento de las MIPYMES y su participación en operaciones de comercio exterior del municipio de San Luis Potosí. Llegando a la siguiente conclusión de que actualmente la innovación tecnológica juega un papel importante en las empresas, ya que esta va evolucionando y puede ayudar a las empresas ser más eficientes obteniendo mayor utilidad y por consecuencia tener un crecimiento.

2.6.2 Antecedentes Nacionales

Barbaran et al. (2018) En su informe de investigación titulado Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de Mypes: distritos de Coishco, Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa – 2017. El cual fue realizado teniendo como objetivo principal determinar las limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de las Mypes de los distritos de Coishco, Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa, de la provincia del Santa – 2017. Llegando a las siguientes conclusiones: concluye que el estado impiden el desarrollo empresarial de las Mypes de la provincia del Santa, distritos de Chimbote, Nuevo Chimbote, Coishco y Santa.

Bravo, D. S. & Triful, D. J (2018) Factores que limitan el crecimiento de la microempresa comercial exclusividades Jarumy situada en el distrito de Chiclayo, con el fin de determinar cuales los factores que limitan el crecimiento en la microempresa Exclusividades Jarumy, llegando a la conclusión de que la falta de formación del pequeño empresario, impide que la empresa crezca en el tiempo.

Núñez (2017) En su tesis de Licenciado en Administración denominado Factores que limitan el Crecimiento Empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del distrito Trujillo – 2017. Tuvo como objetivo general Determinar los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017. Llegando a la conclusión de que los factores internos (capacidades financieras, talento humano) y externos (capacidades financieras, talento humano) son los que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes en el Centro Comercial Don Carlos.

2.7. Definición de Términos

- a. **Costos de producción.** - Gastos relacionados con la actividad productiva de la empresa en un periodo determinado. Se le denomina también coste de producción, coste de elaboración o coste industrial. (Grupo Cultural, 2006, p 74)

- b. Finanzas Privadas.** - Conjunto de elementos relativos a la gestión administrativa del patrimonio o ingresos de una empresa privada, así como de los egresos de la misma. Las finanzas contemplan todo lo relacionado con los ingresos y egresos de los particulares. Finanzas es una de las áreas funcionales de la administración gerencial moderna. (Zorrilla & Silvestre, 2008, p. 102)
- c. Gastos de Venta.** - Los gastos de ventas son aquellos gastos que se producen como consecuencia de la venta de un producto o servicio determinado.

En otras palabras, son los gastos que se producen únicamente por la acción de vender, ya que si esta acción no se produjera habría gastos que no se realizarían. (Llamas, 2019)
- d. Gastos Administrativos.** - Los gastos administrativos son aquellos que se originan en el ejercicio de la dirección, organización y administración, evitando ser catalogados en la actividad ordinaria de la empresa. (Economipedia, J, 2019)
- e. Gastos Financieros.** - Los gastos financieros son todos aquellos que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero. Afectan tanto a las empresas como a los individuos. (Sevilla, 2017)
- f. Investigación de Mercados.** - es un conjunto de actividades destinadas a obtener información sobre el mercado, a fin de conocer, de fuente directa, que clase de productos y/o servicios desea el cliente que le satisfagan. (Pérez, 2013, p.180)
- g. Logística.** - Se refiere al arte de manejar el flujo de materiales y productos desde la fuente y mantenimiento de estos en los puntos intermedios de almacenamiento hasta el usuario. (Andia, 2015, p. 215)
- h. Marketing.** - ES una rama de la economía que estudia y analiza las necesidades del consumidor y desarrolla productos que pueden satisfacerlas. Para ello realiza tareas tan diversas como investigaciones del mercado, estudios de distribución, de ellos precios, promociones, etc. (Deloitte,2017, p. 355)
- i. Recursos Humanos.** - Conjunto de personas que trabajan en una empresa y aportan su trabajo físico e intelectual. (Deloitte,2017, p. 491)

- j. **Tecnología.** – Se conoce como tecnología a un producto o solución conformado por un conjunto de instrumentos, métodos y técnicas diseñados para resolver un problema. (Significados, 2019)
- k. **Ventas.** - Operación mediante la cual una persona transmite la propiedad que tiene sobre un bien o derecho a otra a cambio de un precio determinado. (Deloitte, 2017, p. 600).

Capítulo III: Materiales y Métodos

3.1. Clase de Investigación

Es fáctica y aplicada, porque la investigación está orientado a solucionar problemas empresariales principalmente del escaso crecimiento empresarial en la ciudad de Tingo María.

3.2. Tipo de Investigación

El tipo es transversal, porque recogió datos de las variables estudiadas en un momento del tiempo mediante el uso de un cuestionario previamente elaborado.

3.3. Nivel de Investigación

El nivel es correlacional porque determina la relación existente entre las variables estudiadas.

3.4. Diseño de la Investigación

De acuerdo con las características propias del presente trabajo de investigación, este corresponde a un diseño no experimental, transversal, descriptivo-correlacional.

El esquema del diseño de investigación es el siguiente:

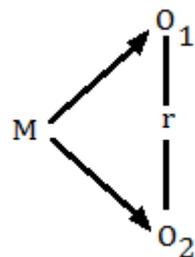
Donde:

M: muestra

O1 = Variable 1

O2 = Variable 2

r = relación



3.5. Población

Según información obtenida de la oficina de rentas de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado, existen 355 pymes en la ciudad de Tingo María y estas unidades económicas son nuestra población de estudio.

Tabla 02

Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en la ciudad de Tingo María

Tabla 2: *Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en la ciudad de Tingo María*

No	Sector Comercial	Cantidad	%
1	Abarrotes	140	39.44
2	Bazares	100	28.17
3	Zapaterías	30	8.45
4	Librerías	10	2.82
5	Avícolas	10	2.82
6	Carnicerías	10	2.82
7	Farmacias	8	2.25
8	Electrodomésticos	20	5.63
9	Ferreterías	9	2.54
10	Agroquímicos	5	1.41
11	Bebidas	5	1.41
12	Repuestos y accesorios.	8	2.25
Total		355	100

Fuente: Unidad de Rentas de la Municipalidad Provincial de Leoncio Prado 2019

3.6. Muestra

El tamaño de la muestra óptima a investigar se calculó utilizando la fórmula de población finita considerando los siguientes aspectos:

$N = 355$ Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)

$p = 0.80$ Proporción de aciertos

$q = 0.20$ Proporción de errores

$Z = 1.96$ Limite de confianza requerido

$E = 0.05$ Nivel de Precisión ($1 - \alpha = 0.95$)

Fórmula para población finita.

Muestra Preliminar (n)

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

$$n = \frac{(0.8)(0.2)(1.96)^2(355)}{(0.8)(0.2)(1.96)^2 + (0.05)^2(355 - 1)} = 145.5 \cong 146$$

Por lo tanto, se encuestó a 146 gerentes de las pymes en la ciudad de Tingo María.

Tabla 03

Cantidad de encuestas según muestras de Pymes en la ciudad de Tingo María

Tabla 3: Cantidad de encuestas según muestras de Pymes en la ciudad de Tingo María

No	Sector Comercial	Cantidad	%
1	Abarrotes	58	39.44
2	Bazares	41	28.17
3	Zapaterías	13	8.45
4	Librerías	4	2.82
5	Avícolas	4	2.82
6	Carnicerías	4	2.82
7	Farmacias	3	2.25
8	Electrodomésticos	8	5.63
9	Ferreterías	4	2.54
10	Agroquímicos	2	1.41
11	Bebidas	2	1.41
12	Repuestos y accesorios.	3	2.25
Total		146	100

3.7. Unidad de Análisis

La unidad de análisis está compuesta por 146 gerentes propietarios.

3.8. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.8.1. Métodos

Se tomó en cuenta el método descriptivo y el método correlacional por su utilidad en el desarrollo de la presente investigación:

- a. Método Descriptivo. - Este método nos permitió especificar las características de la unidad de análisis.
- b. Método Correlacional. - Se utilizó para determinar la relación existente entre las variables estudiadas.

3.8.2. Técnicas

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó tres técnicas entre ellas el análisis Bibliográfico, la encuesta mediante un cuestionario de preguntas y el análisis estadístico:

- a) **Análisis Bibliográfico.** - La literatura permitió fundamentar el proceso de la investigación para ello se revisó bases teóricas que ayudaron a entender el pensamiento-acción, mediante la revisión de artículos, tesis internacional, nacional, regional para la elaboración del marco teórico se revisó también fuentes secundarias tales revistas, páginas web del campo.
- b) **Encuesta:** Se realizó una encuesta en forma de cuestionario con preguntas relacionadas a las variables, dimensiones e indicadores de la investigación con respuestas de orden ordinal, ella ayudó a obtener información estadística primordial para elaborar el presente informe de investigación.
- c) **Análisis estadístico.** – Contribuyó a la tabulación de datos, tablas, figuras y demostración de hipótesis planteada al inicio de la investigación.

Capítulo IV: Resultados y Discusión

4.1 Aspectos Generales de las Pequeñas y Medianas empresas Tingalesas.

Según la encuesta realizada a los gerentes, administrativos, operadores y ayudantes de las Pequeñas y Medianas Empresas en la ciudad de Tingo María, los resultados de las preguntas efectuadas se describen a continuación:

A) Actividad Económica de las Pymes

Tabla 04

Frecuencia de la Actividad Económica de las Pymes

Tabla 4: Frecuencia de la Actividad Económica de las Pymes

Actividad Económica	Frecuencia	%
Industria	29	19.86
Comercio	44	30.14
Servicio	40	27.40
Construcción	11	7.53
Otros	22	15.07
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

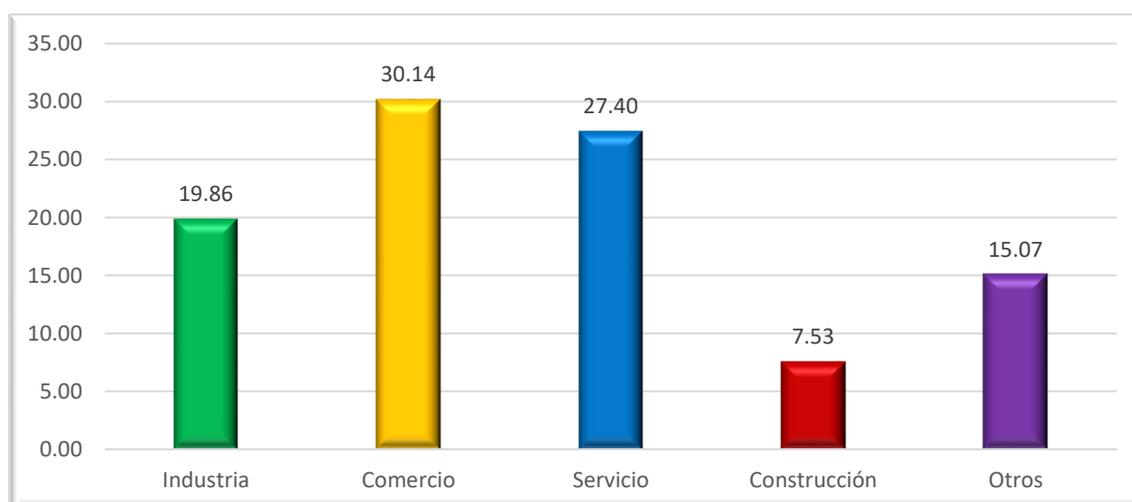


Figura 01: Frecuencia de la Actividad Económica de las Pymes

Figura 1: Frecuencia de la Actividad Económica de las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 4 y figura 1, apreciamos que 30.14% de las pymes pertenecen a la actividad Comercial, seguido por el 27.40% de las pymes están dedicadas a la

actividad del servicio, el 19.86% de las pymes se ubican en la actividad de la industria, el 15.07% de las pymes pertenecen a otras actividades y el 7.53% de las pymes se ubican en la actividad de construcción.

B) Años de Operación de las Pymes

Tabla 05

Frecuencia de los años de Operación de las Pymes

Tabla 5: Frecuencia de los años de Operación de las Pymes

Años de Operación	Frecuencia	%
De 0 a 1 año	26	17.81
DE 1 a 3 años	29	19.86
De 3 años a 5 años	37	25.34
De 5 a más años	54	36.99
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

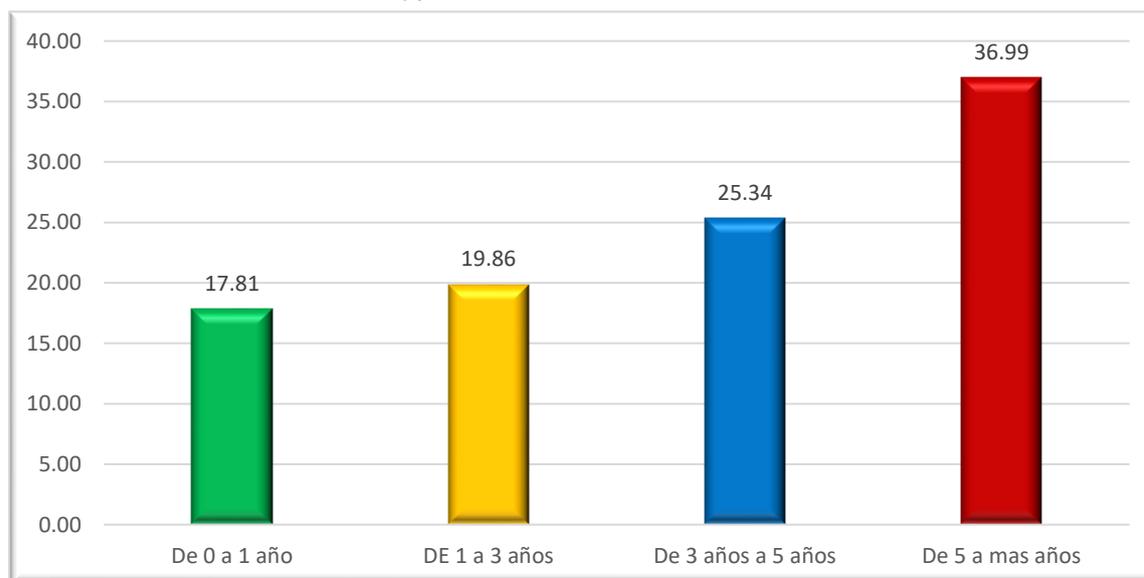


Figura 02: Frecuencia de los años de Operación de las Pymes

Figura 2: Frecuencia de los años de Operación de las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 5 y figura 2, apreciamos que el 36.99% de las pymes tiene más de 5 años de operación, el 25.34% de las pymes poseen entre 3 a 5 años, 19.86% de las pymes tienen entre 1 a 3 años de operatividad y el 17.81% de las pymes son empresas nuevas que no pasan del año de operación.

C) Motivos de la formación de las Pymes

Tabla 06

Frecuencia de los motivos de formación de las Pymes

Tabla 6: Frecuencia de los motivos de formación de las Pymes

Motivo del Emprendimiento Empresarial	Frecuencia	%
Necesidad	7	4.79
Tradición Familiar	29	19.86
Generar Ingresos	88	60.27
Independencia Financiera	22	15.07
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

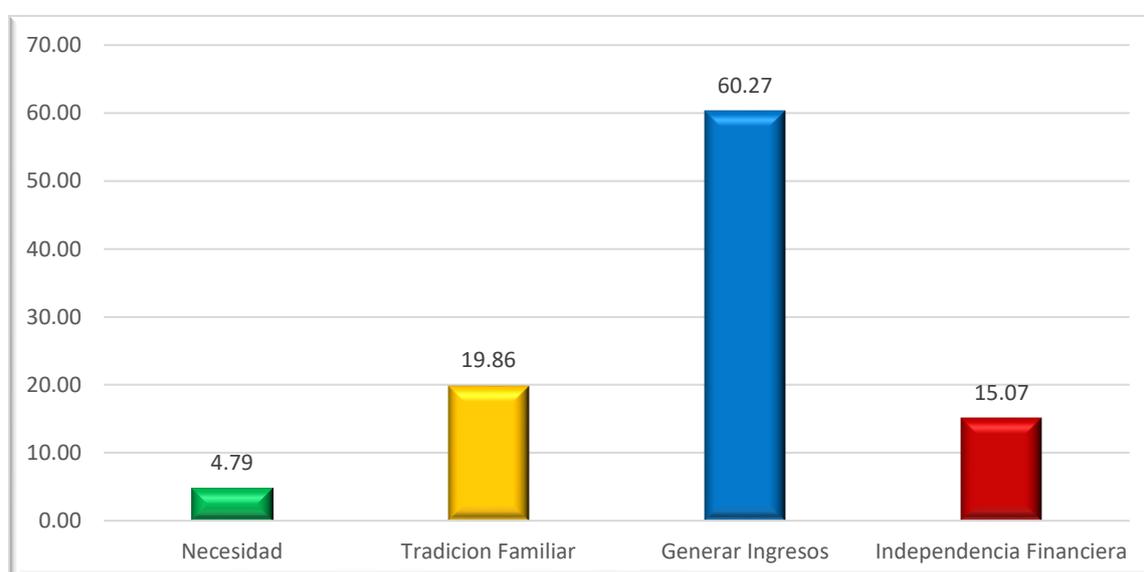


Figura 03 : Frecuencia de los años de Operación de las Pymes

Figura 3: Frecuencia de los años de Operación de las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 6 y figura 3, apreciamos que 60.27% de las pymes fueron formadas para generar ingresos, el 19.86% de las pymes provienen de tradición familiar, el 15.07% de las pymes se crearon buscando la independencia financiera y el 4.79% de las pymes nacieron por necesidad.

D) Personería Jurídica de las Pymes

Tabla 07

Frecuencia de la Personería de las Pymes

Tabla 7: Frecuencia de la Personería de las Pymes

Personería Jurídica	Frecuencia	%
Natural	101	69.18
Jurídica	45	30.82
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

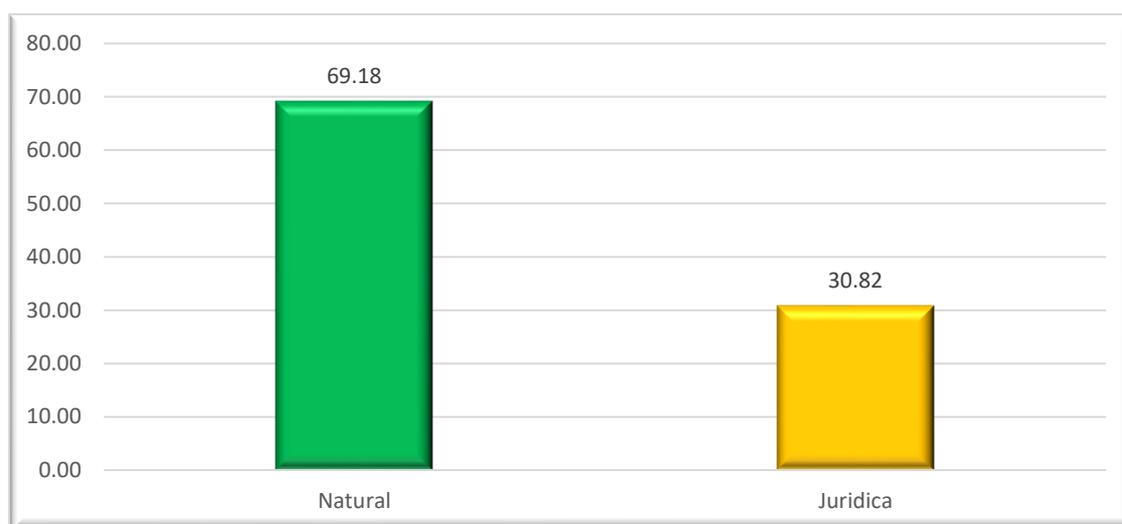


Figura 04: Frecuencia de la Personería de las Pymes

Figura 4: Frecuencia de la Personería de las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 7 y figura 4, apreciamos que 69.18% de las pymes poseen una personería jurídica de natural y 30.82% de las pymes poseen personería Jurídica.

E) Régimen Tributario de las Pymes

Tabla 08

Frecuencia del régimen tributario de las Pymes

Tabla 8: Frecuencia del régimen tributario de las Pymes

Régimen Tributario	Frecuencia	%
Especial	15	10.27
Simplificado	94	64.38
General	37	25.34
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

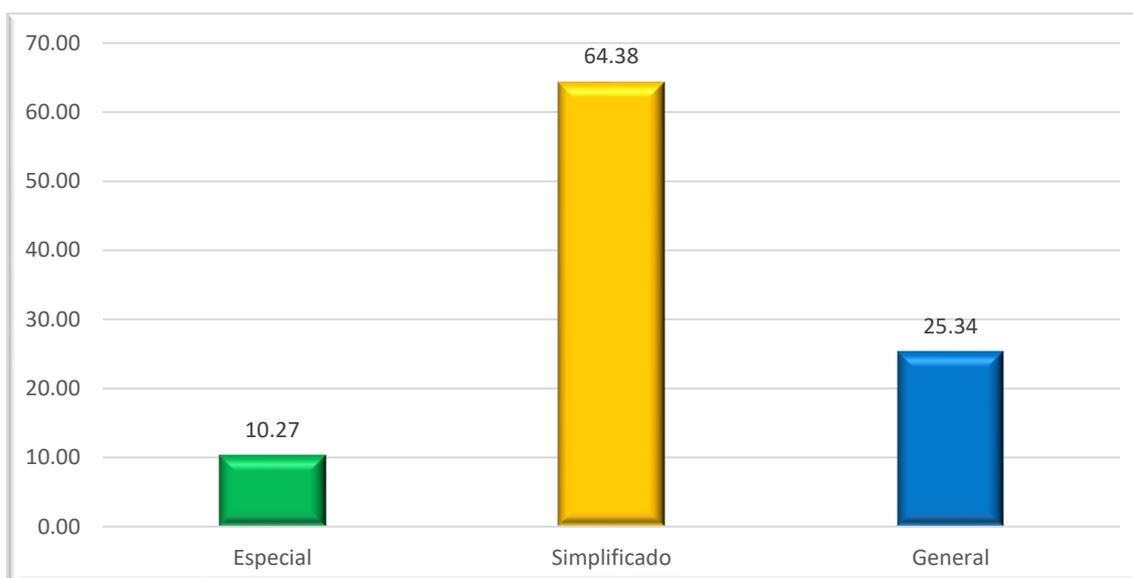


Figura 05: Frecuencia del régimen tributario de las Pymes

Figura 5: Frecuencia del régimen tributario de las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 8 y figura 5, apreciamos que 64.38% de las pymes están en el régimen tributario simplificado, el 25.34% de las pymes están el régimen tributario de General, y el 10.27% de las pymes pertenecen al régimen tributario de especial.

F) Sexo del Gerente en las Pymes

Tabla 09

Frecuencia de sexo del Gerente en las Pymes

Tabla 9: Frecuencia de sexo del Gerente en las Pymes

Sexo	Frecuencia	%
Hombres	80	54.79
Mujeres	66	45.21
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

En la tabla 9 y figura 6, apreciamos que el 54.79% de los gerentes de las pymes pertenecen al sexo masculino, y el 45.21% de los gerentes son del sexo femenino.

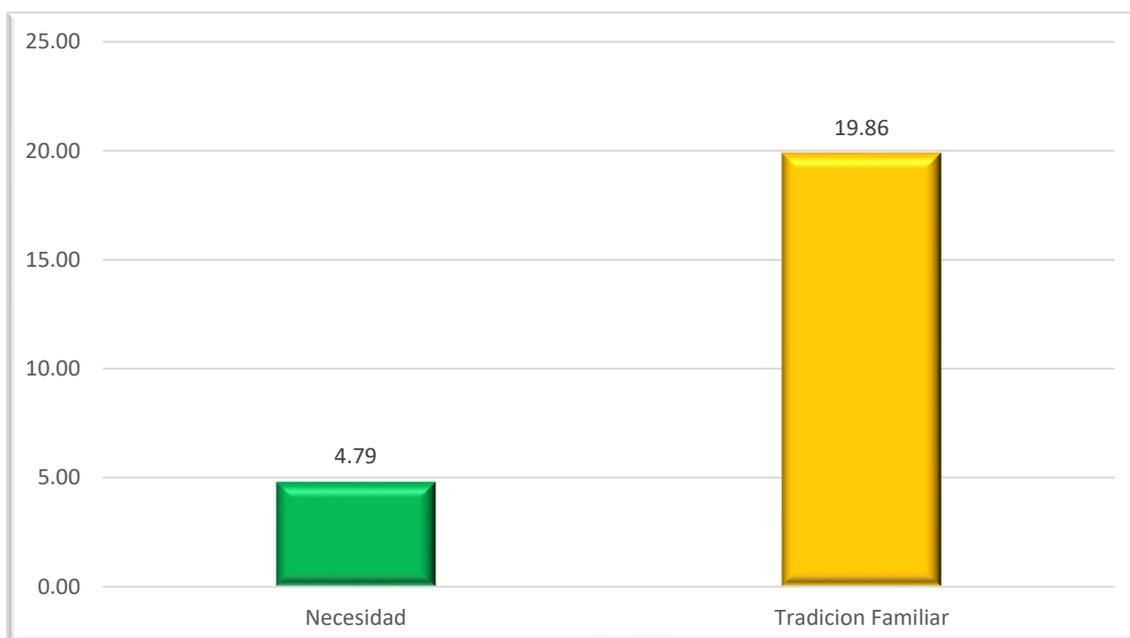


Figura 06: Frecuencia de sexo del Gerente en las Pymes

Figura 6: Frecuencia de sexo del Gerente en las Pymes

Fuente: Tabla

G) Edad de los gerentes de las Pymes

Tabla 10

Frecuencia de las edades del Gerente en las Pymes

Tabla 10: Frecuencia de las edades del Gerente en las Pymes

Intervalo de Edades	%
[18 - 34 >	21.92
[34 - 50>	31.51
[50 - 66>	46.58
Total	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

En la tabla 10 y figura 7, apreciamos que el 46.58% de los gerentes poseen edades entre 50 y 66 años, el 31.51% de los gerentes poseen edades entre 34 y 49 años, y el 21.92% de los gerentes poseen edades entre 18 y 34 años.

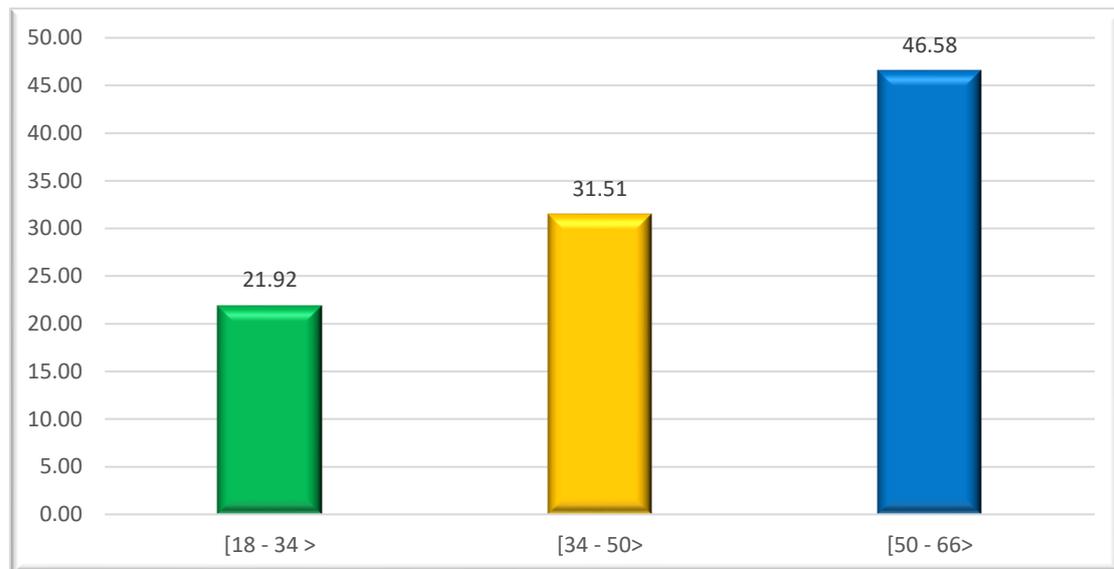


Figura 07: Frecuencia de las edades del Gerente en las Pymes

Figura 7: Frecuencia de las edades del Gerente en las Pymes

Fuente: Tabla

H) Estado Civil de los Gerentes en las Pymes

Tabla 11

Frecuencia del Estado Civil de los Gerentes en las Pymes

Tabla 11: Frecuencia del Estado Civil de los Gerentes en las Pymes

Estado Civil	Frecuencia	%
Soltero	65	44.52
Conviviente	58	39.73
Casado	16	10.96
Separado	7	4.79
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

En la tabla 11 y figura 8, apreciamos que el 44.52% de los gerentes son solteros, el 39.73% de los gerentes conviven, 10.96% de los gerentes son casados y el 4.79% de los gerentes están separados.

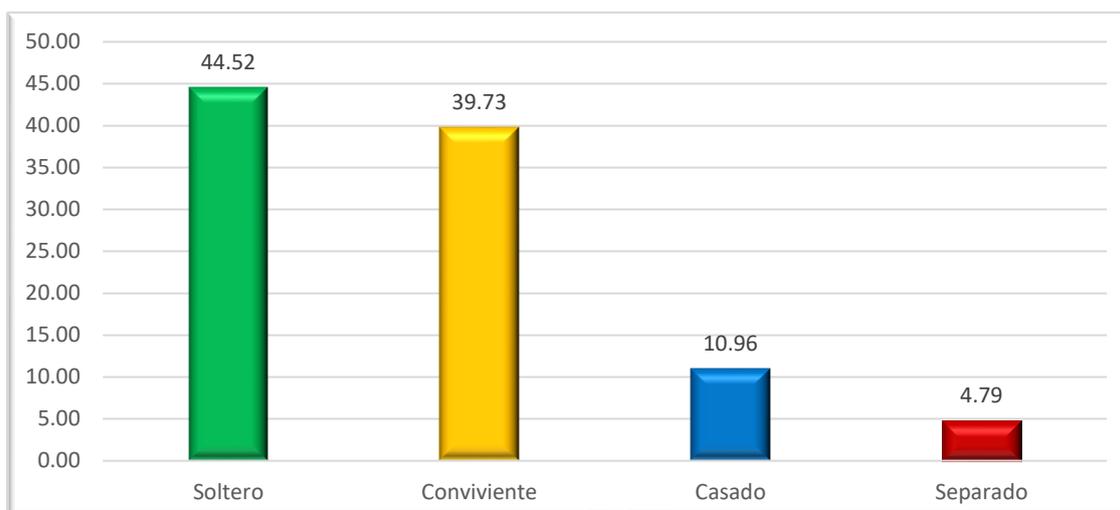


Figura 08: Frecuencia del estado civil de los gerentes en las Pymes

Figura 8: Frecuencia del estado civil de los gerentes en las Pymes

Fuente: Tabla

I) Condición Laboral del Gerente en las Pymes

Tabla 12

Tabla 12: Frecuencia de la Condición Laboral del Gerente en las Pymes

Frecuencia de la Condición Laboral del Gerente en las Pymes

Condición Laboral	Frecuencia	%
Eventual	20	13.70
Permanente	32	21.92
Nombrado	94	64.38
Total	146	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

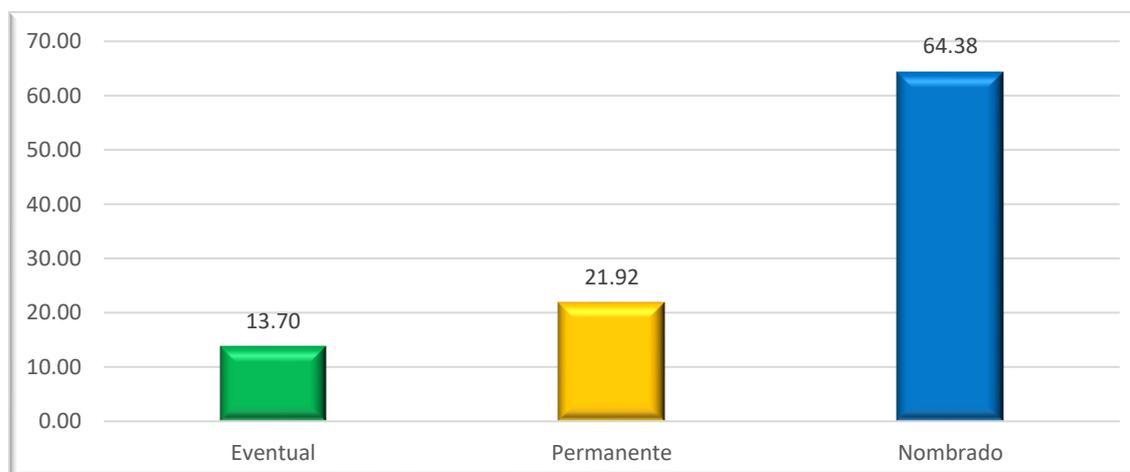


Figura 09: Frecuencia de la condición laboral del gerente en las Pymes

Figura 9: Frecuencia de la condición laboral del gerente en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 12 y figura 9, apreciamos que el 64.38% de los gerentes son nombrados, el 21.92% de los gerentes son trabajadores permanentes, y el 13.70% son gerentes eventuales.

J) Nivel de Educación de los Gerentes en las Pymes

Tabla 13

Tabla 13: Frecuencia del Nivel de Educación de los Gerentes en las Pymes

Frecuencia del Nivel de Educación de los Gerentes en las Pymes

Nivel de Instrucción	Frecuencia	%
Secundaria	74	51.03
Técnica	16	11.03
Universitario	55	37.93
Porcentaje (%)	145	100.00

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

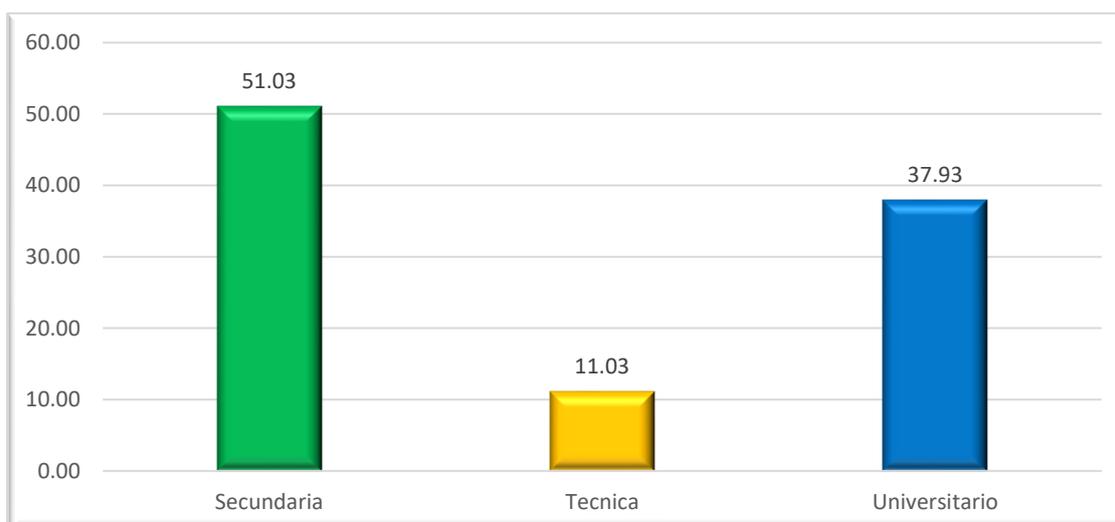


Figura 10: Frecuencia del Nivel de los Gerentes en las Pymes

Figura 10: Frecuencia del Nivel de los Gerentes en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 13 y figura 10, apreciamos que el 51.03% de los gerentes alcanzaron el nivel secundario del nivel de educación, 37.93% de los gerentes tienen estudios del nivel universitario y tal solo el 11.03% de los Gerentes poseen el nivel Técnico de educación.

4.2 Resultados de las variables e Indicadores de la Investigación.

A) CRECIMIENTO EMPRESARIAL

PERCEPCION SOBRE EL NIVEL DE VENTAS

11. ¿En los últimos años la pyme ha mostrado un crecimiento sostenido en las ventas?

Tabla 14

Tabla 14: Percepción sobre el crecimiento anual sostenido de las Pymes

Percepción sobre el crecimiento anual sostenido de las Pymes						
Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción			25	69	52	146
Porcentaje (%)	0.00	0.00	17.12	47.26	35.62	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

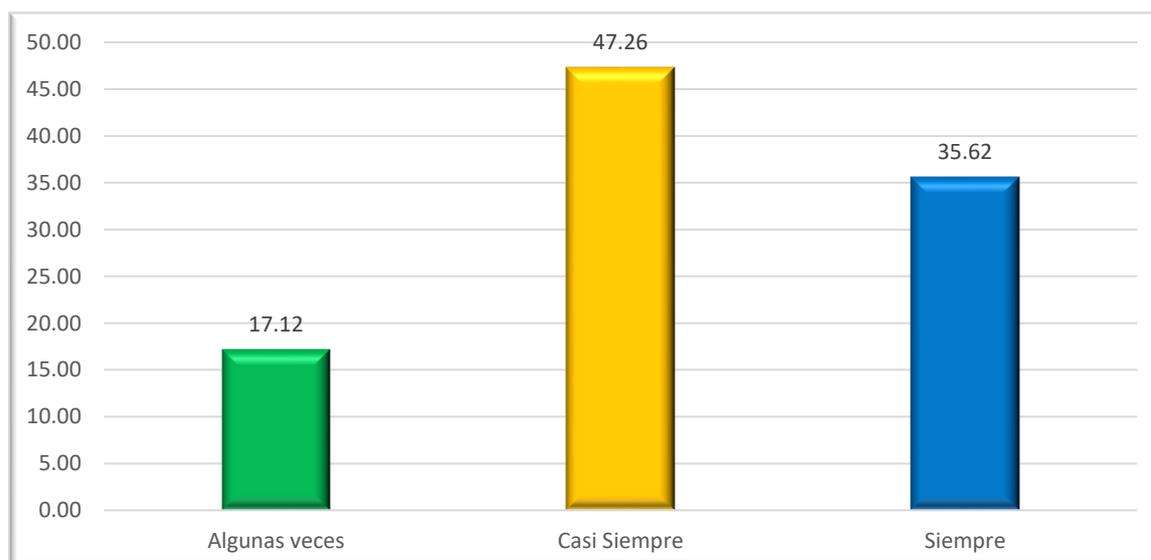


Figura 11: Percepción sobre el crecimiento anual sostenido de las Pymes

Figura 11: Percepción sobre el crecimiento anual sostenido de las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 14 y figura 11, apreciamos que el 47.26% afirma que casi siempre las pymes han mostrado un crecimiento sostenido en estos últimos años, el 35.62% señala que siempre las pymes han mostrado crecimiento sostenido en los últimos años y el 17.12% indica que algunas veces las pymes han mostrado crecimiento sostenido en los últimos años.

12. ¿La pyme cuenta con inventario para atender de forma inmediata a los clientes?

Tabla 15

Tabla 15: Percepción sobre si las pymes cuentan con disponibilidad inmediata de inventarios para atender a sus clientes

Percepción sobre si las pymes cuentan con disponibilidad inmediata de inventarios para atender a sus clientes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción			28	86	32	146
Porcentaje (%)	0.00	0.00	19.18	58.90	21.92	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

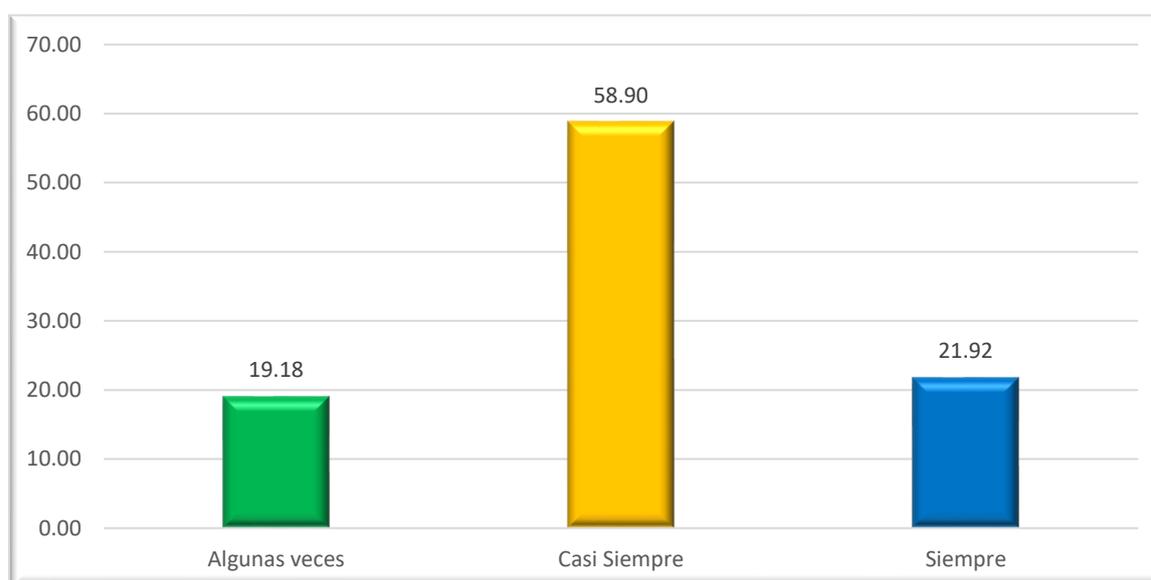


Figura 12: Percepción sobre si las pymes cuentan con disponibilidad inmediata de inventarios para atender a sus clientes

Figura 12: Percepción sobre si las pymes cuentan con disponibilidad inmediata de inventarios para atender a sus clientes

Fuente: Tabla

En la tabla 15 y figura 12, apreciamos que el 58.90% afirma que casi siempre las pymes cuentan con inventarios para atender de forma inmediata a los clientes, el 21.92% señala que siempre las pymes cuentan con inventarios para atender de forma inmediata a los clientes y el 19.18% indica que algunas veces las pymes cuentan con inventarios para atender de forma inmediata a los clientes.

PERCEPCION SOBRE EL PATRIMONIO EMPRESARIAL

13. ¿Se puede evidenciar que existe capital para realizar una expansión de su pyme en otras localidades?

Tabla 16

Tabla 16: Percepción sobre si la pyme cuenta con Capital para la expandirse en nuevos mercados

Percepción sobre si la pyme cuenta con Capital para la expandirse en nuevos mercados

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		23	29	36	58	146
Porcentaje (%)	0.00	15.75	19.86	24.66	39.73	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

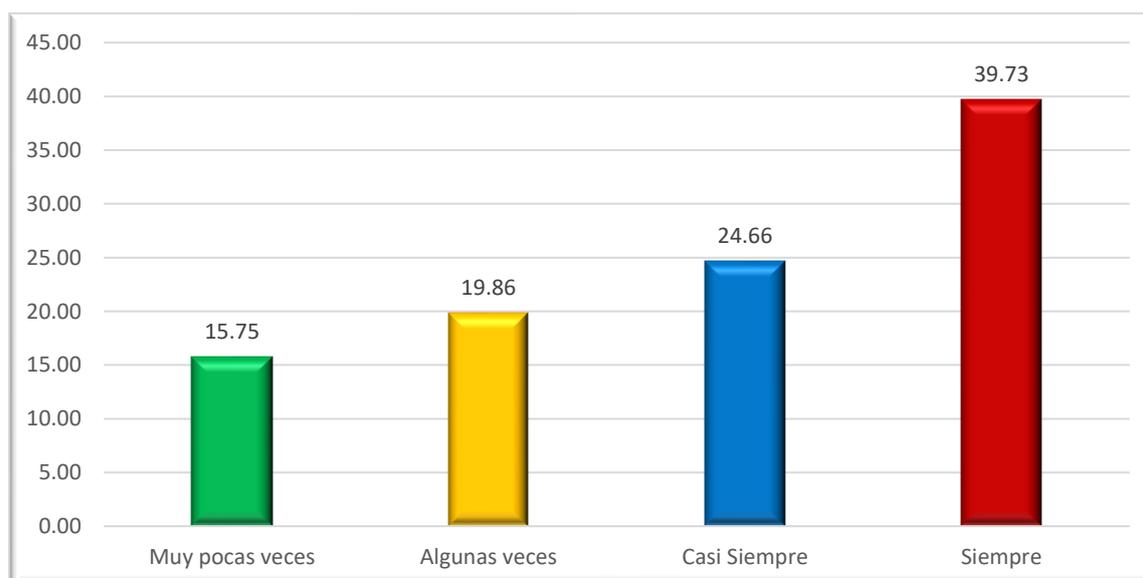


Figura 13: Percepción sobre si la pyme cuenta con Capital para la expandirse en nuevos mercados

Figura 13: Percepción sobre si la pyme cuenta con Capital para la expandirse en nuevos mercados

Fuente: Tabla

En la tabla 16 y figura 13, apreciamos que el 39.73% afirma que siempre las pymes cuentan con Capital para expandirse en nuevos mercados, el 24.66% señala que siempre las pymes cuentan con Capital para expandirse en nuevos mercados, el 19.86% contestaron que algunas veces las pymes cuentan con Capital para expandirse en nuevos mercados y el 15.75% indica que muy pocas veces las pymes cuentan con Capital para expandirse en nuevos mercados.

14. ¿La pyme adquiere maquinarias y equipos de forma constante?

Tabla 17

Tabla 17: Percepción sobre si las pymes adquieren maquinarias y equipos constantemente

Percepción sobre si las pymes adquieren maquinarias y equipos constantemente

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		14	29	87	16	146
Porcentaje (%)	0.00	9.59	19.86	59.59	10.96	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

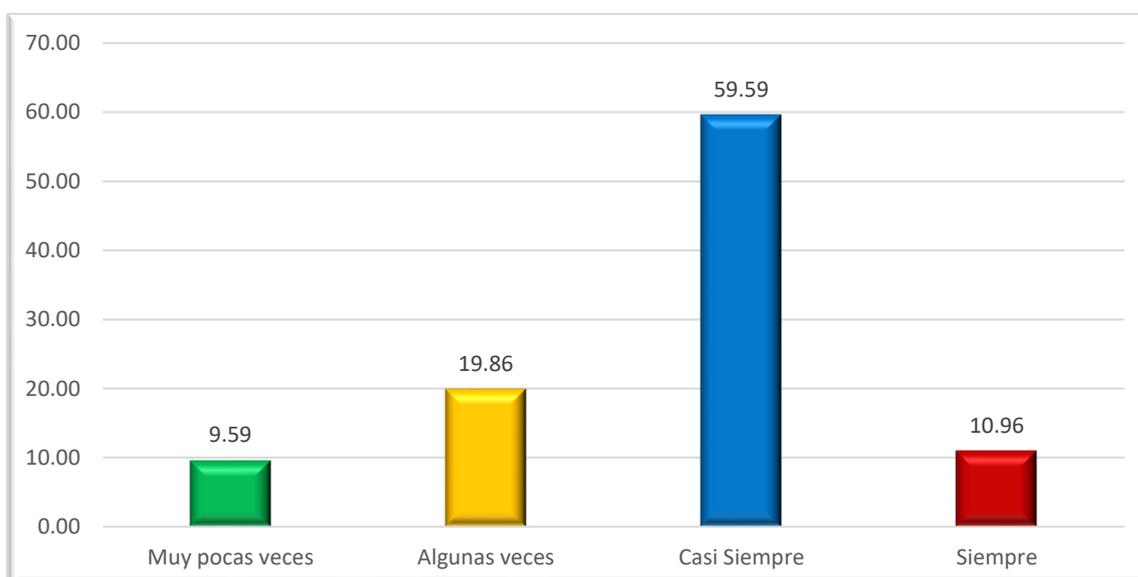


Figura 14: Percepción sobre si las pymes adquieren maquinarias y equipos constantemente

Figura 14: Percepción sobre si las pymes adquieren maquinarias y equipos constantemente

Fuente: Tabla

En la tabla 17 y figura 14, apreciamos que el 59.59% afirma que casi siempre las pymes adquieren maquinaria y equipos de forma constante, el 19.86% señala que algunas veces las pymes adquieren maquinaria y equipos de forma constante, el 10.96% contestaron que siempre las pymes adquieren maquinaria y equipos de forma constante y el 9.59% indica que muy pocas veces las pymes adquieren maquinaria y equipos de forma constante.

PERCEPCION SOBRE LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

15. ¿En los últimos años la empresa ha obtenido un crecimiento sostenido de su rentabilidad?

Tabla 18

Tabla 18: Percepción sobre el crecimiento sostenido de las Pymes

Percepción sobre el crecimiento sostenido de las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		6	26	36	78	146
Porcentaje (%)	0.00	4.11	17.81	24.66	53.42	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

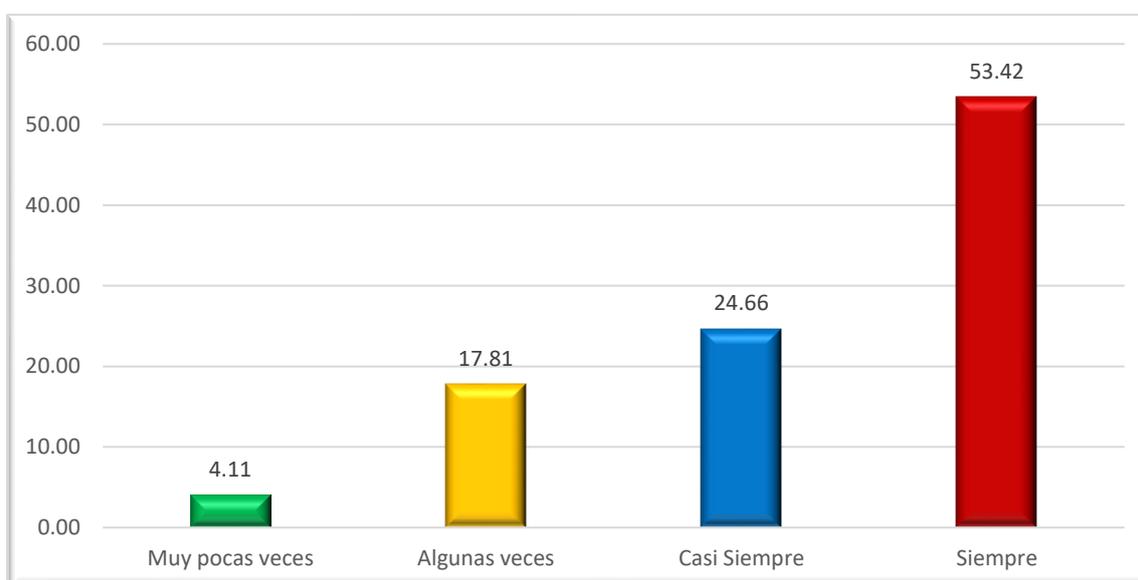


Figura 15: Percepción sobre el crecimiento sostenido de las Pymes

Figura 15: Percepción sobre el crecimiento sostenido de las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 18 y figura 15, apreciamos que el 53.42% afirma que siempre las pymes han estado experimentando un crecimiento sostenido, el 24.66% señalaron que casi siempre las pymes han estado experimentando un crecimiento sostenido, el 17.81% contestaron que siempre las pymes has estado experimentando un crecimiento sostenido y el 4.11% indica que muy pocas veces las pymes han estado experimentando un crecimiento sostenido.

16. ¿La suma de las deudas no pone en riesgo la estabilidad económica de la empresa?

Tabla 19

Tabla 19: Percepción sobre la solvencia económica de las pymes ante las deudas contraídas

Percepción sobre la solvencia económica de las pymes ante las deudas contraídas

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción			16	94	36	146
Porcentaje (%)	0.00	0.00	10.96	64.38	24.66	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

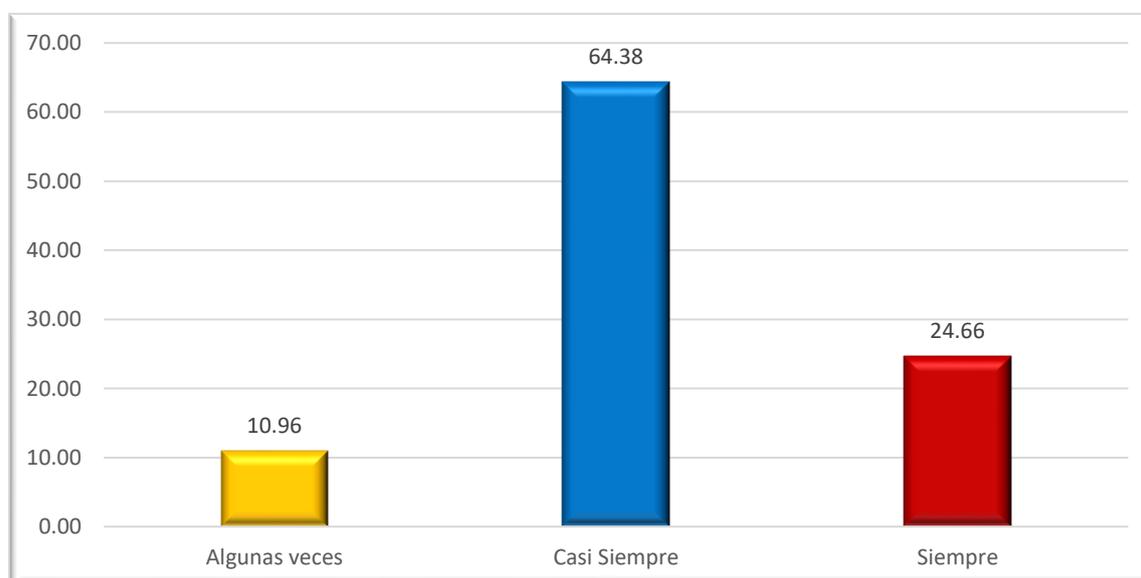


Figura 16: *Percepción sobre la solvencia económica de las pymes ante las deudas contraídas*

Figura 16: Percepción sobre la solvencia económica de las pymes ante las deudas contraídas

Fuente: Tabla

En la tabla 19 y figura 16, apreciamos que el 64.38% afirman que casi siempre las pymes cuentan con solvencia económica para afrontar las deudas contraídas, el 24.66% señalaron que siempre las pymes cuentan con solvencia económica para afrontar las deudas contraídas, y el 10.96% indicaron que algunas veces las pymes cuentan con solvencia económica para afrontar las deudas contraídas.

B) FACTORES ASOCIADOS AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

1. FACTORES ADMINISTRATIVOS

PERCEPCION SOBRE LAS FINANZAS EMPRESARIALES

17. ¿La empresa utiliza la planificación financiera para el uso adecuado del efectivo?

Tabla 20

Tabla 20: Percepción sobre el uso de la planificación financiera en las Pymes

Percepción sobre el uso de la planificación financiera en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción	0	15	36	65	30	146
Porcentaje (%)	0.00	10.27	24.66	44.52	20.55	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

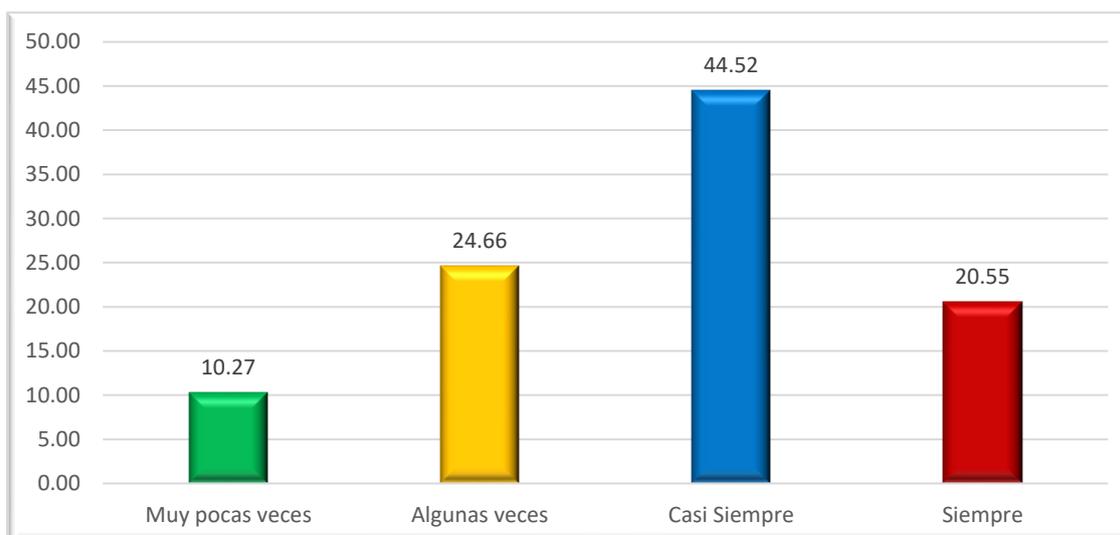


Figura 17: Percepción sobre el uso de la planificación financiera en las Pymes

Figura 17: Percepción sobre el uso de la planificación financiera en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 20 y figura 17, apreciamos que el 44.52% afirmaron que casi siempre las pymes utilizan la planificación financiera para manejar adecuadamente el efectivo, el 24.66% indicaron que algunas veces las pymes utilizan la planificación financiera para manejar adecuadamente el efectivo, el 20.55% señalaron que siempre las pymes utilizan la planificación financiera para manejar adecuadamente el efectivo y el 10.27% contestaron que muy pocas veces las

pymes utilizan la planificación financiera para manejar adecuadamente el efectivo.

18. ¿La pyme consigue financiamiento a bajos costos para ejecutar sus nuevos proyectos?

Tabla 21

Tabla 21: Percepción sobre el financiamiento de nuevos proyectos a bajos costos en las Pymes

Percepción sobre el financiamiento de nuevos proyectos a bajos costos en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción	14	44	66	22		146
Porcentaje (%)	9.59	30.14	45.21	15.07	0.00	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

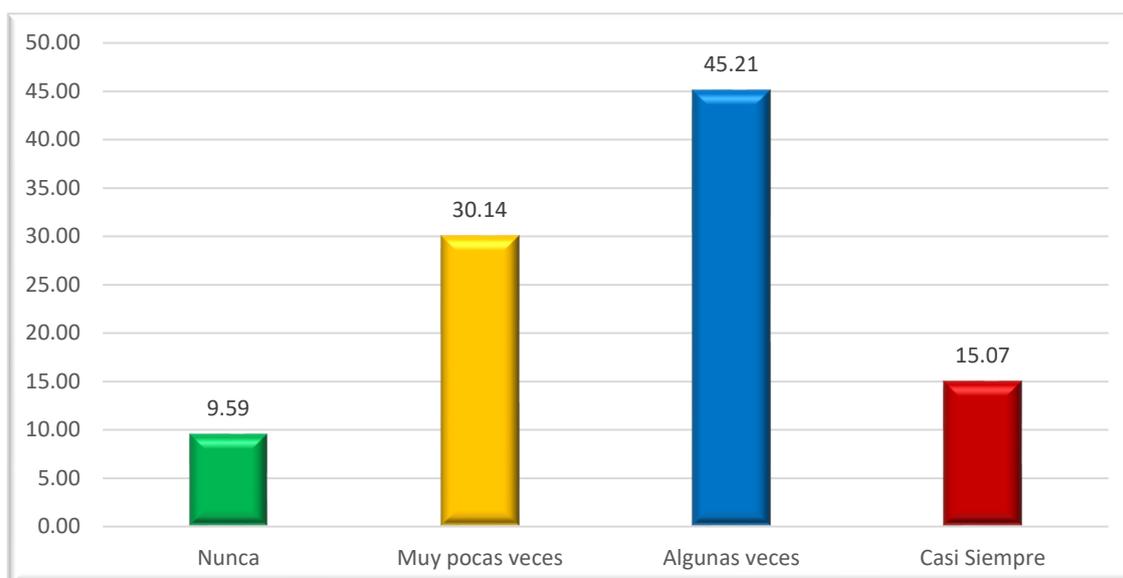


Figura 18: Percepción sobre el financiamiento de nuevos proyectos a bajos costos en las Pymes

Figura 18: Percepción sobre el financiamiento de nuevos proyectos a bajos costos en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 21 y figura 18, apreciamos que el 45.21% afirmaron que algunas veces las pymes consiguieron financiamiento a bajos costos, el 30.14% indicaron que muy pocas veces las pymes consiguieron financiamiento a bajos costos, el 15.07% señalaron que casi siempre las pymes consiguieron financiamiento a bajos costos y el 9.59% contestaron que nunca las pymes consiguieron financiamiento a bajos costos.

PERCEPCION SOBRE EL CAPITAL HUMANO

19. ¿Cree usted el Capital Humano del área de operaciones se desempeñan eficientemente?

Tabla 22

Tabla 22: Percepción sobre el desempeño del Capital Humano en el área de operaciones en las Pymes

Percepción sobre el desempeño del Capital Humano en el área de operaciones en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción	0	9	36	80	21	146
Porcentaje (%)	0.00	6.16	24.66	54.79	14.38	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

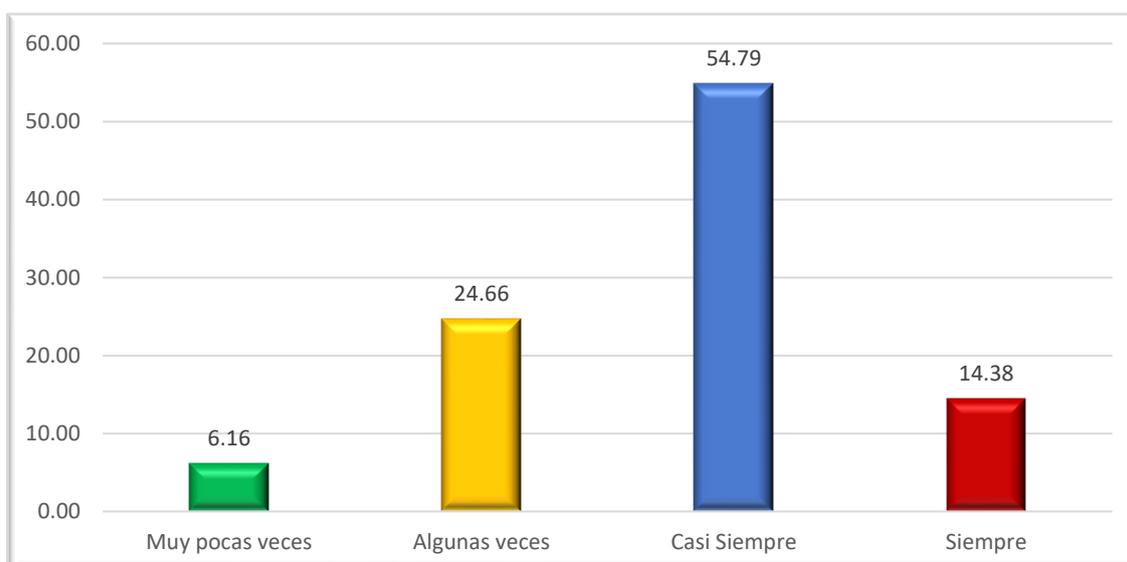


Figura 19: Percepción sobre el desempeño del Capital Humano en el área de operaciones en las Pymes

Figura 19: Percepción sobre el desempeño del Capital Humano en el área de operaciones en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 22 y figura 19, apreciamos que el 54.79% afirmaron que casi siempre el capital humano posee un desempeño de calidad en las pymes, el 24.66% indicaron que algunas veces el capital humano posee un desempeño de calidad en las pymes, el 14.38% señalaron que siempre el capital humano posee un desempeño de calidad en las pymes y el 6.16% contestaron que muy pocas veces el capital humano posee un desempeño de calidad en las pymes

20. ¿La Inversión en la formación de Capital Humano reporta beneficios importantes a la organización?

Tabla 23

Tabla 23: Percepción sobre el beneficio de la Capacitación del Capital Humano en las Pymes

Percepción sobre el beneficio de la Capacitación del Capital Humano en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción	0	7	34	67	38	146
Porcentaje (%)	0	4.79	23.29	45.89	26.03	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

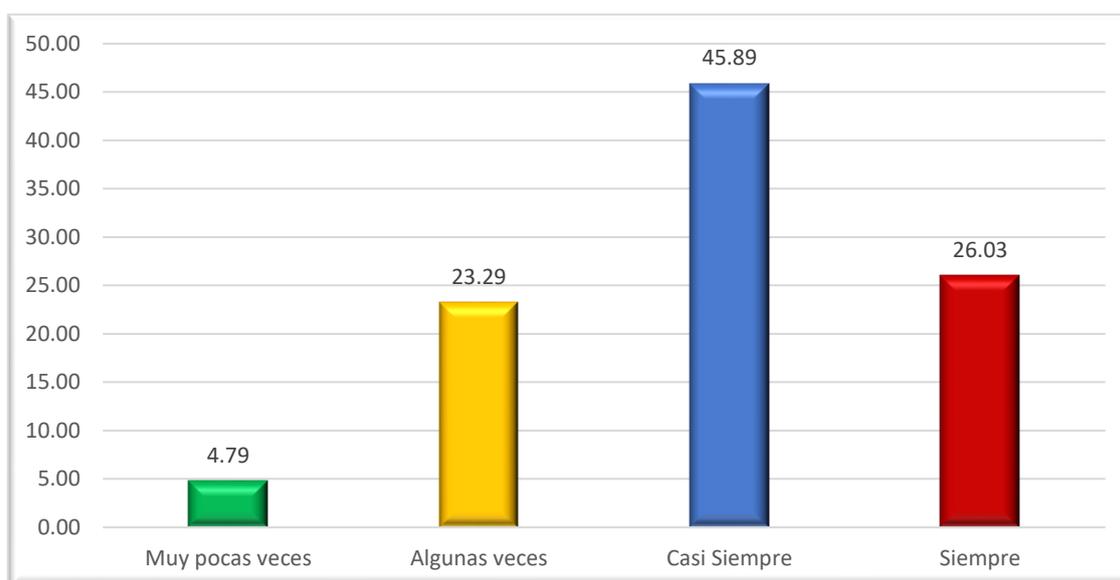


Figura 20: Percepción sobre el beneficio de la Capacitación del Capital Humano en las Pymes

Figura 20: Percepción sobre el beneficio de la Capacitación del Capital Humano en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 23 y figura 20, apreciamos que el 45.89% afirmaron que casi siempre la capacitación del capital humano beneficia a las pymes, el 26.03% indicaron que siempre la capacitación del capital humano beneficia a las pymes, el 23.29% señalaron que algunas veces la capacitación del capital humano beneficia a las pymes y el 4.79% contestaron que muy pocas veces la capacitación del capital humano beneficia a las pymes.

2. FACTORES OPERATIVOS

PERCEPCION SOBRE EL USO DEL MARKETING EN LAS PYMES

21. ¿Considera que la publicidad en las redes sociales realizada por la pyme muestra adecuadamente los bienes y servicios que producen?

Tabla 24

Tabla 24: Percepción sobre si las Redes Sociales muestran adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes

Percepción sobre si las Redes Sociales muestran adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción	0	14	24	43	65	146
Porcentaje (%)	0.00	9.59	16.44	29.45	44.52	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

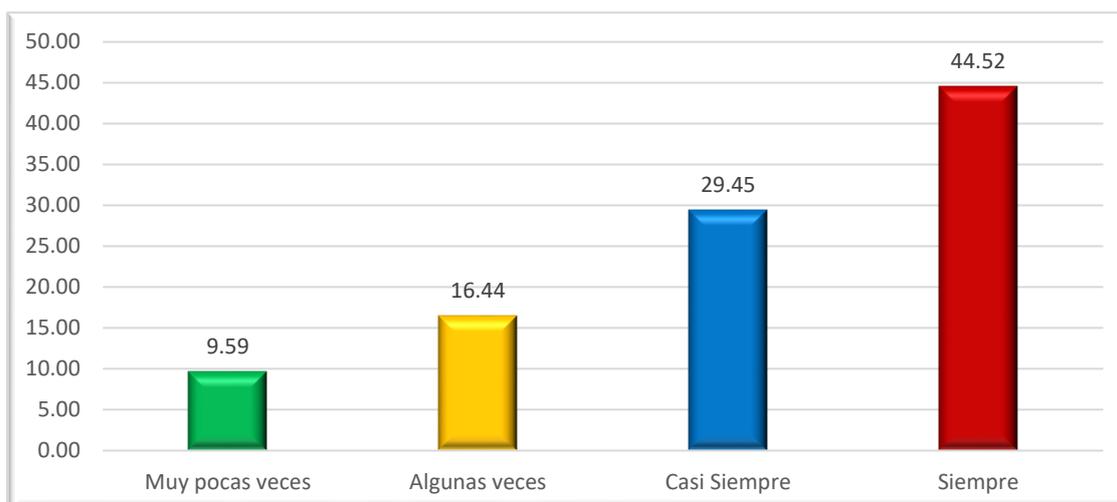


Figura 21: Percepción sobre si las Redes Sociales muestran adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes

Figura 21: Percepción sobre si las Redes Sociales muestran adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 24 y figura 21, apreciamos que el 44.52% afirmaron que siempre la publicidad en las redes sociales promocionan adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes, el 29.45% indicaron que casi siempre la publicidad en las redes sociales promocionan adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes, el 16.44% señalaron que algunas veces la publicidad en las redes sociales promocionan adecuadamente los bienes y

servicios que producen las pymes y el 9.59% contestaron que muy pocas veces la publicidad en las redes sociales promocionan adecuadamente los bienes y servicios que producen las pymes.

22. ¿Considera que los descuentos promocionales ofrecidos por la pyme son beneficiosos?

Tabla 25

Tabla 25: Percepción sobre la utilidad de los descuentos promocionales en las Pymes

Percepción sobre la utilidad de los descuentos promocionales en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		7	51	73	15	146
Porcentaje (%)	0.00	4.79	34.93	50.00	10.27	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

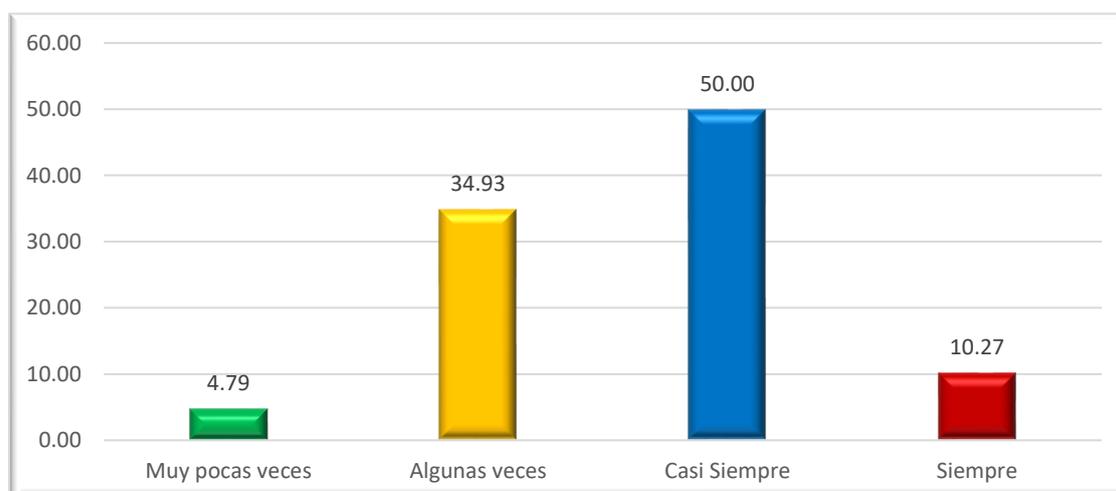


Figura 22: *Percepción sobre la utilidad de los descuentos promocionales en las Pymes*

Figura 22: Percepción sobre la utilidad de los descuentos promocionales en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 25 y figura 22, apreciamos que el 50% afirmaron que casi siempre los descuentos promociones benefician a las pymes, el 34.93% indicaron que algunas veces los descuentos promociones benefician a las pymes, el 10.27% señalaron que siempre los descuentos promociones benefician a las pymes y el 4.79% contestaron que muy pocas veces los descuentos promociones benefician a las pymes

PERCEPCION SOBRE LA LOGISTICA EMPRESARIAL

23. ¿Cree usted que los responsables de logística atienden de manera oportuna las solicitudes de compra de materia prima e insumos para producir bienes y servicios?

Tabla 26

Tabla 26: Percepción sobre la atención oportuna de materia e insumos por los responsables de la logística en las Pymes

Percepción sobre la atención oportuna de materia e insumos por los responsables de la logística en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción	0	14	23	72	37	146
Porcentaje (%)	0.00	9.59	15.75	49.32	25.34	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

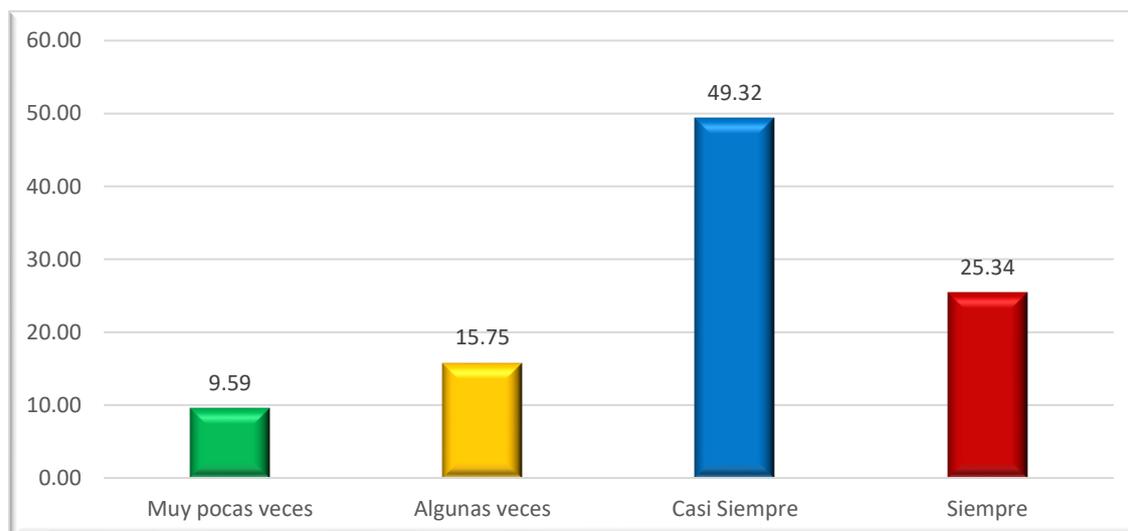


Figura 23: Percepción sobre la atención oportuna de materia e insumos por los responsables de la logística en las Pymes

Figura 23: Percepción sobre la atención oportuna de materia e insumos por los responsables de la logística en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 26 y figura 23, apreciamos que el 49.32% afirmaron que casi siempre los responsables de logística atienden de manera oportuna las solicitudes de adquisiciones de materia prima e insumos para la producción en las pymes, el 25.34% indicaron que siempre los responsables de logística atienden de manera oportuna las solicitudes de adquisiciones de materia prima e insumos para la

producción en las pymes, el 15.75% señalaron que algunas veces los responsables de logística atienden de manera oportuna las solicitudes de adquisiciones de materia prima e insumos para la producción en las pymes y el 9.59% contestaron que muy pocas veces los responsables de logística atienden de manera oportuna las solicitudes de adquisiciones de materia prima e insumos para la producción en las pymes

24. ¿Considera que las entregas de los bienes y servicios se realizan en el plazo de tiempo indicado?

Tabla 27

Tabla 27: Percepción sobre la entrega de los bienes y servicios solicitados en el tiempo oportuno en las Pymes

Percepción sobre la entrega de los bienes y servicios solicitados en el tiempo oportuno en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		8	14	80	44	146
Porcentaje (%)	0.00	5.48	9.59	54.79	30.14	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

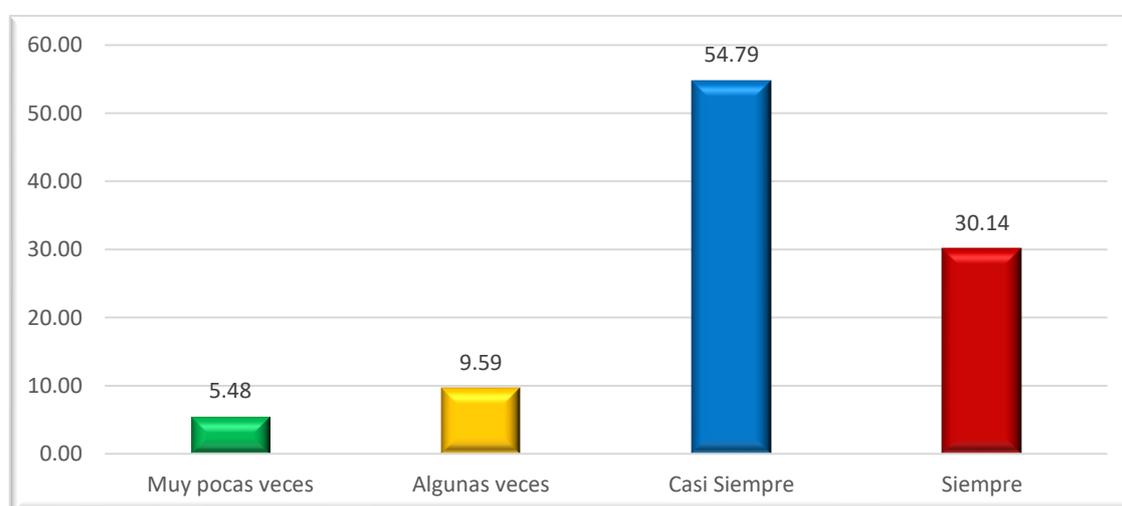


Figura 24: Percepción sobre la entrega de los bienes y servicios solicitados en el tiempo oportuno en las Pymes

Figura 24: Percepción sobre la entrega de los bienes y servicios solicitados en el tiempo oportuno en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 27 y figura 24, apreciamos que el 54.79% afirmaron que casi siempre las pymes entregan sus bienes y servicios a tiempo a sus clientes, el 30.14% indicaron que siempre las pymes entregan sus bienes y servicios a tiempo a sus

clientes, el 9.59% señalaron que algunas veces las pymes entregan sus bienes y servicios a tiempo a sus clientes y el 5.48% contestaron que muy pocas veces las pymes entregan sus bienes y servicios a tiempo a sus clientes.

3. FACTORES ESTRATEGICOS

PERCEPCION SOBRE LA PLANEAMIENTO EMPRESARIAL

25. ¿La pyme cuenta con un plan estratégico como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial?

Tabla 28

Tabla 28: Percepción sobre si las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial

Percepción sobre si las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		15	44	65	22	146
Porcentaje (%)	0.00	10.27	30.14	44.52	15.07	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

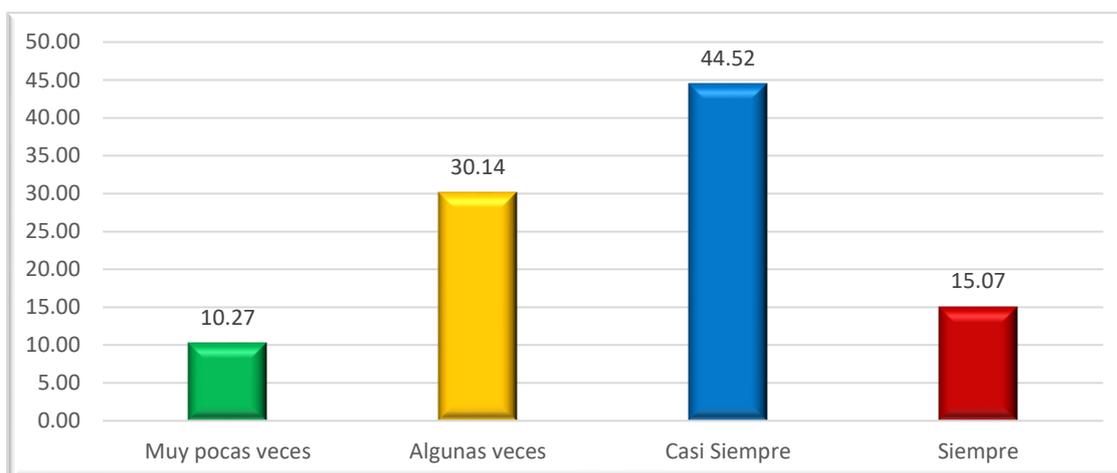


Figura 25: Percepción sobre si las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial

Figura 25: Percepción sobre si las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial

En la tabla 28 y figura 25, apreciamos que el 44.52% afirmaron que casi siempre las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el

crecimiento y desarrollo empresarial, el 30.14% indicaron que algunas veces las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial, el 15.07% señalaron que siempre las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial y el 10.27% contestaron que muy pocas veces las pymes utilizan la planeación como hoja de ruta a seguir para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial.

26. ¿La empresa realiza el seguimiento de los objetivos y metas propuestas en el plan estratégico?

Tabla 29

Tabla 29: Percepción sobre si las pymes realizan el seguimiento de los objetivos y metas estratégicas.

Percepción sobre si las pymes realizan el seguimiento de los objetivos y metas estratégicas.

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		8	50	78	10	146
Porcentaje (%)	0.00	5.48	34.25	53.42	6.85	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

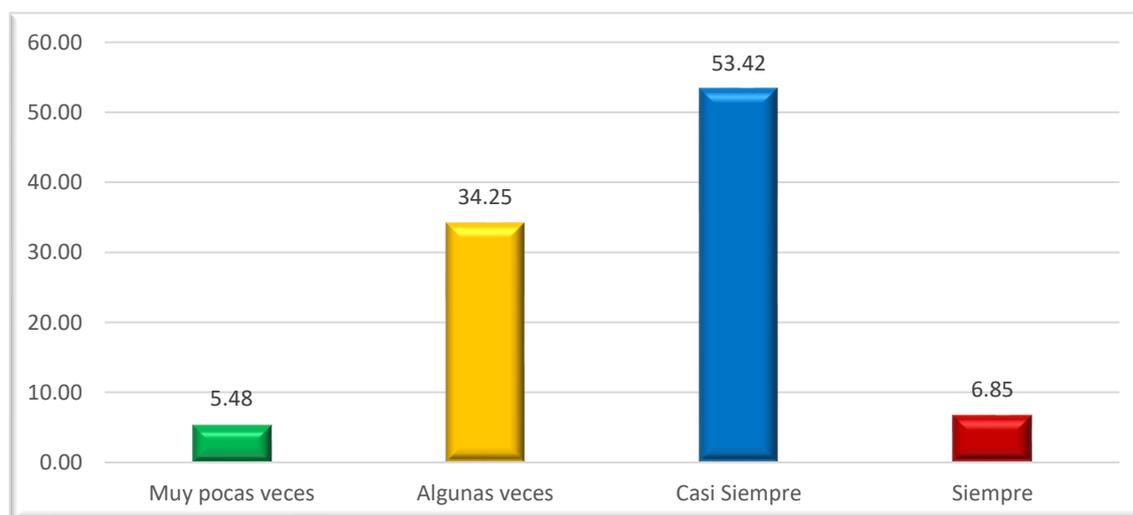


Figura 26: Percepción sobre si las pymes realizan el seguimiento de los objetivos y metas estratégicas

Figura 26: Percepción sobre si las pymes realizan el seguimiento de los objetivos y metas estratégicas

.Fuente: Tabla

En la tabla 29 y figura 26, apreciamos que el 53.42% afirmaron que casi siempre las pymes hacen seguimiento a sus objetivos y metas estratégicas, el 34.25% indicaron que algunas veces las pymes hacen seguimiento a sus objetivos y metas estratégicas, el 6.85% señalaron que siempre las pymes hacen seguimiento a sus objetivos y metas estratégicas y el 5.48% contestaron que muy pocas veces las pymes hacen seguimiento a sus objetivos y metas estratégicas.

PERCEPCION SOBRE EL USO DE LA INVESTIGACION DE MERCADO EN LAS PYMES

27. ¿Considera que la investigación de mercados realizada por la pyme es eficaz?

Tabla 30

Tabla 30: Percepción sobre la eficacia de la investigación de mercados que realiza la pyme.

Percepción sobre la eficacia de la investigación de mercados que realiza la pyme.

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		9	15	97	25	146
Porcentaje (%)	0.00	6.16	10.27	66.44	17.12	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

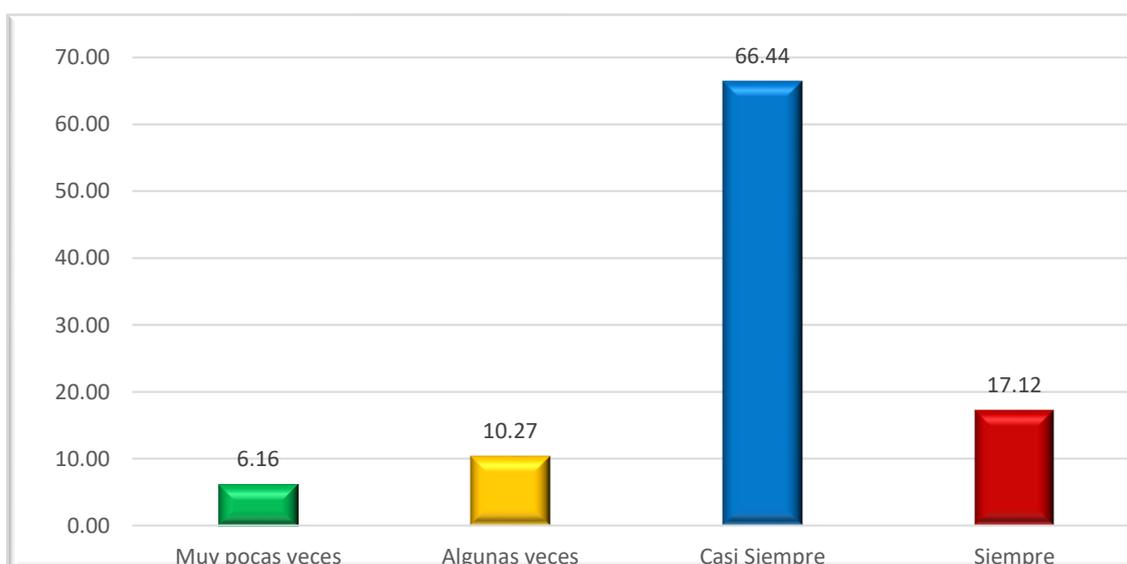


Figura 27: Percepción sobre la eficacia de la investigación de mercados que realiza la pyme

Figura 27: Percepción sobre la eficacia de la investigación de mercados que realiza la pyme

En la tabla 30 y figura 27, apreciamos que el 66.44% afirmaron que casi siempre la investigación de mercados realizadas por las pymes fue eficaz, el 17.12% indicaron que siempre la investigación de mercados realizadas por las pymes fueron eficaces, el 10.27% señalaron que algunas veces la investigación de mercados realizadas por las pymes fueron eficaces y el 6.16% contestaron que muy pocas veces la investigación de mercados realizadas por las pymes fueron eficaces.

28. ¿La empresa recopila información sobre las quejas y sugerencias diariamente para mejorar sus bienes y servicios producidos?

Tabla 31

Tabla 31: Percepción sobre si las pymes recopilación información para mejorar los bienes y servicios producidos en las pymes.

Percepción sobre si las pymes recopilación información para mejorar los bienes y servicios producidos en las pymes.

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		7	73	36	30	146
Porcentaje (%)	0.00	4.79	50.00	24.66	20.55	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

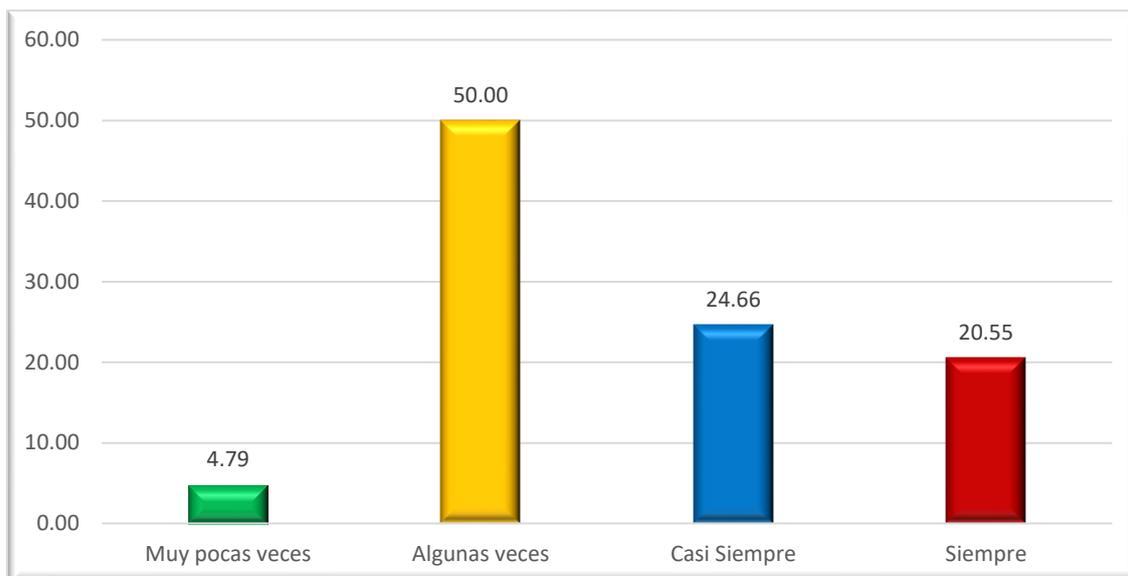


Figura 28: Percepción sobre si las pymes recopilación información para mejorar los bienes y servicios producidos en las pymes

Figura 28: Percepción sobre si las pymes recopilación información para mejorar los bienes y servicios producidos en las pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 31 y figura 28, apreciamos que el 50% afirmaron que algunas veces las pymes recopilan información para mejorar sus bienes y servicios producidos, el 24.66% indicaron que casi siempre las pymes recopilan información para mejorar sus bienes y servicios producidos, el 20.55% señalaron que siempre las pymes recopilan información para mejorar sus bienes y servicios producidos y el 4.79% contestaron que muy pocas veces las pymes recopilan información para mejorar sus bienes y servicios producidos.

4. FACTORES EXTERNOS

PERCEPCION SOBRE LA INFRAESTRUCTURA EMPRESARIAL DE LAS PYMES

29. ¿La pyme invierte en mejoras internas de la infraestructura?

Tabla 32

Tabla 32: Percepción sobre las mejoras internas en infraestructura en las Pymes

Percepción sobre las mejoras internas en infraestructura en las Pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		29	36	58	23	146
Porcentaje (%)	0.00	19.86	24.66	39.73	15.75	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

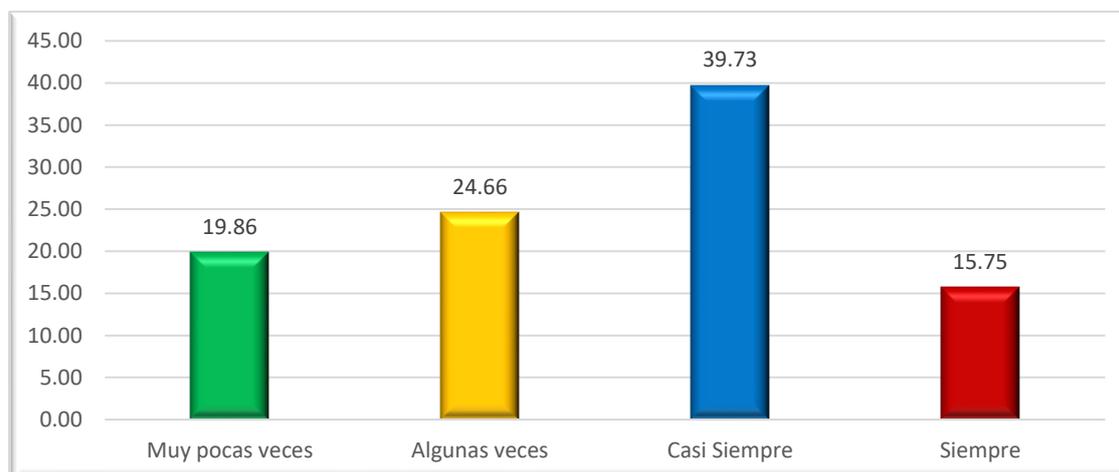


Figura 29: Percepción sobre las mejoras internas en infraestructura en las Pymes

Figura 29: Percepción sobre las mejoras internas en infraestructura en las Pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 32 y figura 29, apreciamos que el 39.73% afirmaron que casi siempre las pymes mejoraron sus infraestructuras, el 24.66% indicaron que algunas veces las pymes mejoraron sus infraestructuras, el 19.86% señalaron que muy pocas veces las pymes mejoraron sus infraestructuras y el 15.75% contestaron que siempre las pymes mejoraron sus infraestructuras.

30. ¿Las oficinas centrales de las pymes cuentan con instalaciones adecuadas y atractivas para brindar su servicio y atraer a nuevos clientes?

Tabla 33

Tabla 33: Percepción sobre si las pymes cuentan con instalaciones adecuadas para atraer nuevos clientes

Percepción sobre si las pymes cuentan con instalaciones adecuadas para atraer nuevos clientes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
-------------	-------	-----------------	---------------	--------------	---------	-------

Percepción		10	21	92	23	146
Porcentaje (%)	0.00	6.85	14.38	63.01	15.75	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

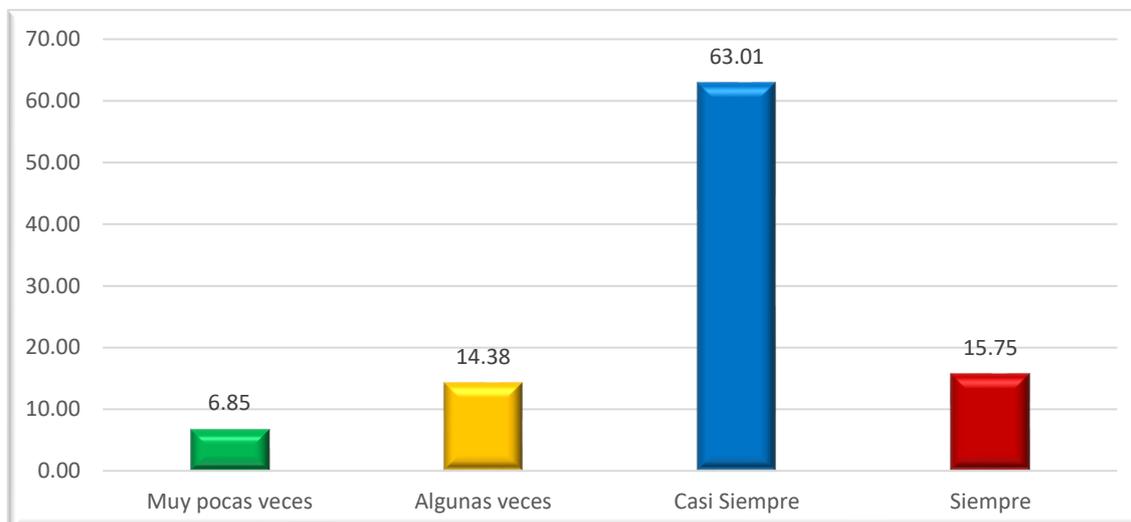


Figura 30: Percepción sobre si las pymes cuentan con instalaciones adecuadas para atraer nuevos clientes

Figura 30: Percepción sobre si las pymes cuentan con instalaciones adecuadas para atraer nuevos clientes

Fuente: Tabla

En la tabla 33 y figura 30, apreciamos que el 63.01% afirmaron que casi siempre las pymes poseen instalaciones adecuadas para atraer y fidelizar clientes, el 15.75% indicaron que siempre las pymes poseen instalaciones adecuadas para atraer y fidelizar clientes, el 14.38% señalaron que algunas veces las pymes poseen instalaciones adecuadas para atraer y fidelizar clientes y el 6.85% contestaron que muy pocas veces las pymes poseen instalaciones adecuadas para atraer y fidelizar clientes.

PERCEPCION SOBRE LA INFRAESTRUCTURA EMPRESARIAL DE LAS PYMES

31. ¿La empresa invierte en Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) constantemente?

Tabla 34

Tabla 34: Percepción si las pymes invierten constantemente en TICS

Percepción si las pymes invierten constantemente en TICS

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción			17	71	58	146
Porcentaje (%)	0.00	0.00	11.64	48.63	39.73	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

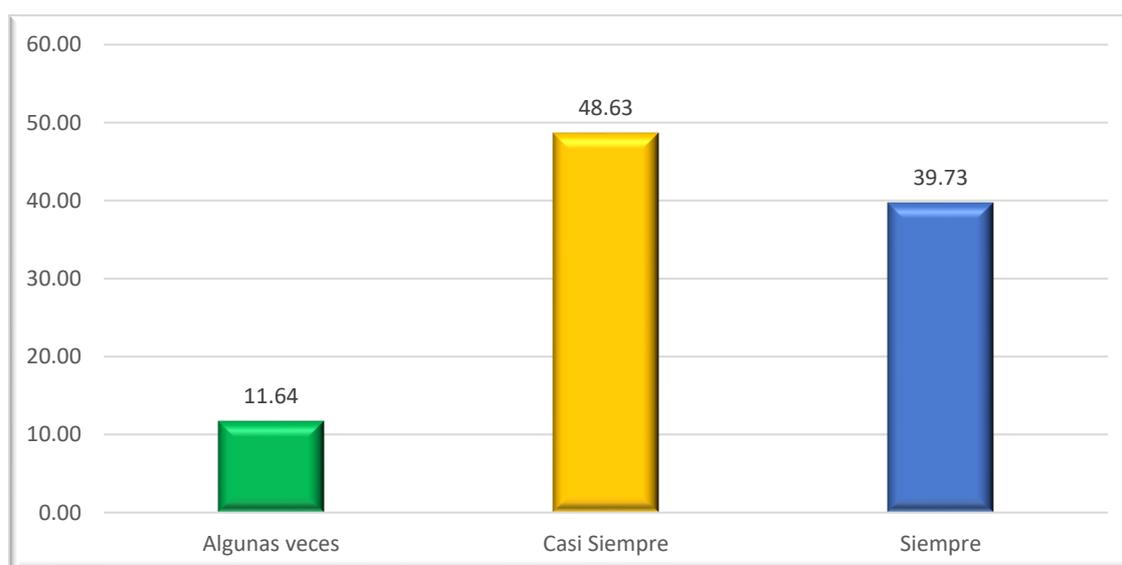


Figura 31: Percepción si las pymes invierten constantemente en TICS

Figura 31: Percepción si las pymes invierten constantemente en TICS

Fuente: Tabla

En la tabla 34 y figura 31, apreciamos que el 48.63% afirmaron que casi siempre las pymes invierten en TICS para mejorar la rentabilidad empresarial, el 39.73% indicaron que siempre las pymes invierten en TICS para mejorar la rentabilidad empresarial, y el 11.64% señalaron que algunas veces las pymes invierten en TICS para mejorar la rentabilidad empresarial.

32. ¿La pyme invierte en softwares empresariales para obtener información actualizada económica y financiera para la toma de decisiones?

Tabla 35

Tabla 35: Percepción sobre la inversión en softwares empresariales para mejorar la toma de decisiones en las pymes

Percepción sobre la inversión en softwares empresariales para mejorar la toma de decisiones en las pymes

Descripción	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre	Total
Percepción		29	66	37	14	146
Porcentaje (%)	0.00	19.86	45.21	25.34	9.59	100

Fuente: Encuesta realizada a las pymes en octubre del 2019.

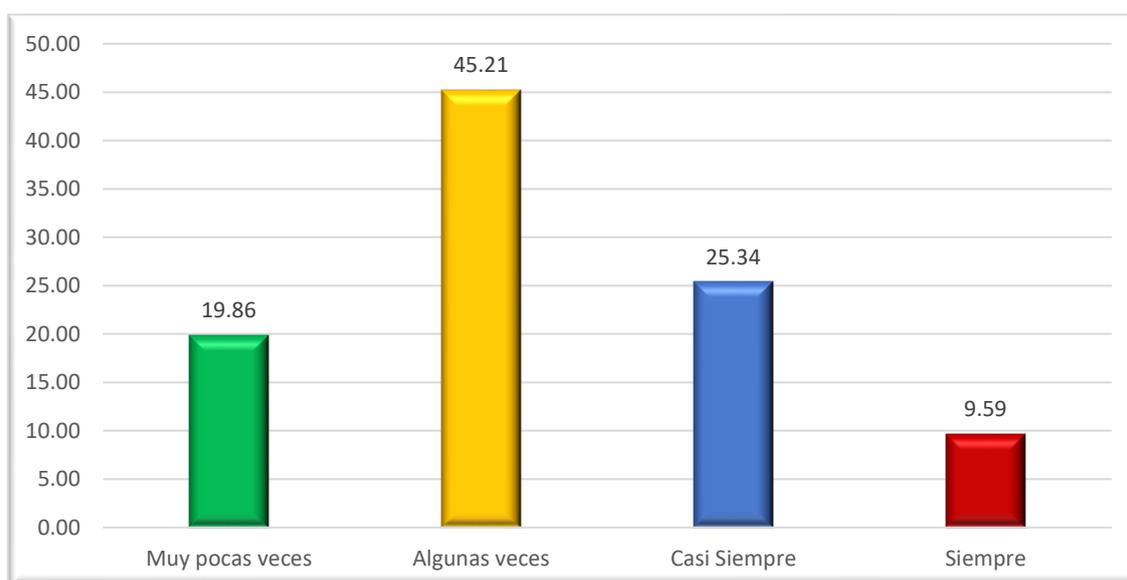


Figura 32: Percepción sobre la inversión en softwares empresariales para mejorar la toma de decisiones en las pymes

Figura 32: Percepción sobre la inversión en softwares empresariales para mejorar la toma de decisiones en las pymes

Fuente: Tabla

En la tabla 35 y figura 32, apreciamos que el 45.21% afirmaron que algunas veces las pymes invierten en softwares empresariales, el 25.34% indicaron que casi siempre las pymes invierten en softwares empresariales, el 19.86% señalaron que muy pocas veces las pymes invierten en softwares empresariales y el 9.59% señalaron que siempre las pymes invierten en softwares empresariales.

4.3. Contrastación de la Hipótesis de Investigación

4.3.1. Prueba de Hipótesis General

a. Prueba de Normalidad de varianzas

Como la muestra es mayor a 50 observaciones, entonces la prueba de normalidad a utilizar es la de Kolmogorov-Smirnov, para ello se plantea la siguiente hipótesis estadística:

Ho: Los datos tienen una distribución normal.

Ha: Los datos no tienen una distribución normal

Criterio:

- Si ($\text{sig} > 0.05$) se acepta la hipótesis nula, es decir las variables estudiadas se ajustan a una distribución normal se realiza la prueba Rho de Pearson al nivel de confianza del 95%.
- Si ($\text{sig} < 0.05$) se acepta la hipótesis alterna que indica que los datos de las variables estudiadas no siguen una distribución normal por lo tanto se realiza una prueba Rho de Spearman al nivel de confianza del 95%.

Tabla 36

Tabla 36: Prueba de normalidad

Prueba de normalidad

Detalle	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Crecimiento Empresarial	,234	146	,000
Factores Asociados a la Gestión Empresarial	,277	146	,000

Como el nivel de significancia es menor a 5% ($\text{Sig} < 0.05$), entonces se rechaza la hipótesis nula por lo tanto podemos afirmar que los datos no siguen una distribución normal, es decir para contrastar la hipótesis planteada se utilizó la prueba no paramétrica (Prueba de hipótesis Spearman).

b. Contrastación de la Hipótesis General

Hipótesis General

Existe relación significativa entre los Factores Asociados a la Gestión Empresarial con el Crecimiento Empresarial de las Pymes, en la ciudad de Tingo María

Prueba de la Hipótesis General

Ho: No existe relación significativa entre los Factores Asociados a la Gestión Empresarial con el Crecimiento Empresarial de las Pymes, en la ciudad de Tingo María

Ha: Existe relación significativa entre los Factores Asociados a la Gestión Empresarial con el Crecimiento Empresarial de las Pymes, en la ciudad de Tingo María

Tabla 37

Tabla 37: Correlación entre el Crecimiento y desarrollo de las Pymes y los Factores Asociados

Correlación entre el Crecimiento y desarrollo de las Pymes y los Factores Asociados

Detalle		Crecimiento Empresarial	Factores Asociados a la Gestión Empresarial
Crecimiento Empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,791**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	146	146
Factores Asociados a la Gestión Empresarial	Coefficiente de correlación	,791**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	28	28

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo con los resultados obtenidos se observa que existe una relación positiva ($r = 0.791$), y de significancia Bilateral ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternante, es decir existe una relación Positiva Alta entre el Crecimiento de las Pymes y los factores Asociados a la Gestión Empresarial.

4.3.2. Prueba de Hipótesis Específicas

Para llevar a cabo las pruebas de hipótesis específicas primero se realizó la prueba de normalidad dando el siguiente resultado:

Tabla 38

Tabla 38: Pruebas de normalidad de varianzas

Pruebas de normalidad de varianzas

Detalle	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Crecimiento Empresarial	,234	146	,000
Factores Administrativos	,288	146	,000
Factores Operativos	,250	146	,000
Factores Estratégicos	,238	146	,000
Factores Externos	,253	146	,000

Ho: Se ajustan a una distribución normal

Ha: No se ajustan a una distribución normal

Nivel de significancia: 5% ($\text{sig} > \alpha$)

Como el nivel de significancia es menor a 5% ($\text{Sig} < 0.05$), entonces se rechaza la hipótesis nula por lo tanto podemos afirmar que los datos no siguen una distribución normal, es decir para contrastar la hipótesis planteada se utilizó la prueba no paramétrica (Prueba de hipótesis Spearman).

i. **Contrastación de la Hipótesis Especifica N° 01**

Hipótesis Especifica N°01:

Existe relación significativa entre los factores Administrativos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Prueba de la Hipótesis Especifica N° 01

Ho: No Existe relación significativa entre los factores Administrativos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Ha: Existe relación significativa entre los factores Administrativos y el Crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Tabla 39

Tabla 39: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Administrativos

Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Administrativos

Detalle		Crecimiento Empresarial	Factores Administrativos
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,795**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	146	146
	Coeficiente de correlación	,795**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	146	146

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación positiva ($r = 0.795$), y de significancia Bilateral ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternante, es decir existe una relación positiva Alta entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Administrativos (Finanzas y Capital Humano).

ii. Contrastación de la Hipótesis Especifica N° 02

Hipótesis Especifica N° 02

Existe relación significativa entre los factores Operativos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Prueba de la Hipótesis Especifica N° 02

Ho: No Existe relación significativa entre los factores Operativos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Ha: Existe relación significativa entre los factores Operativos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Tabla 40

Tabla 40: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Operativos

Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Operativos

Detalle		Crecimiento Empresarial	Factores Operativos
Rho de Spearman	Crecimiento Empresarial	1,000	,909**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	146
	Factores Operativos	Coeficiente de correlación	,909**
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	146	146

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación positiva ($r = 0.909$), y de significancia Bilateral ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternante, es decir existe una relación Positiva Muy Alta entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Operativos.

iii. Contrastación de la Hipótesis Especifica N° 03

Hipótesis Especifica N° 03

Existe relación significativa entre los factores Estratégicos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Prueba de la Hipótesis Especifica N° 03

Ho: No Existe relación significativa entre los factores Estratégicos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Ha: Existe relación significativa entre los factores Estratégicos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Tabla 41

Tabla 41: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Estratégicos

Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Estratégicos

Detalle		Crecimiento Empresarial	Factores Estratégicos
Rho de Spearman	Crecimiento Empresarial	1,000	,798**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	146
	Factores Estratégicos	,798**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	146	146

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación positiva ($r = 0.798$), y de significancia Bilateral ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternante, es decir existe una relación Positiva Alta entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Estratégicos.

iv. Contrastación de la Hipótesis Especifica N° 04

Hipótesis Especifica N° 04

Existe relación significativa entre los factores Externos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Prueba de la Hipótesis Especifica N° 04

Ho: No existe relación significativa entre los factores Externos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Ha: Existe relación significativa entre los factores Externos y el crecimiento de las Pymes en la ciudad de Tingo María.

Tabla 42

Tabla 42: Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Externos

Correlación entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Externos

Detalle		Crecimiento Empresarial	Factores Externos
Rho de Spearman	Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,806**
		N	,000
	Factores Externos	Coeficiente de correlación	146
		Sig. (bilateral)	,806**
		N	,000

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una relación positiva ($r = 0.806$), y de significancia Bilateral ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternante, es decir existe una relación Positiva Alta entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Externos.

4.4. Relación entre variables

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la prueba Spearman al 95% de nivel de significancia, demostramos que la Hipótesis General y las cuatro hipótesis específicas planteadas son verdaderas. Por lo tanto, si existe relación positiva Alta y significativa entre el Crecimiento de las Pymes con los factores asociados a la Gestión Empresarial

4.5. Discusión de Resultados con los Antecedentes.

Como el trabajo de investigación es novedoso no se encontró trabajos similares en la región Huánuco, solo se encontraron trabajos que relaciona al crecimiento empresarial con algunos factores asociados a la gestión empresarial, como los factores administrativos (Finanzas y Capital Humano), y los factores externos (Tecnología), los cuales nos sirven para discutir los hallazgos de la presente investigación.

1. Crecimiento Empresarial y los Factores Administrativos:

Atenco (2014), Barbaran et al. (2018), Bravo, D. S. & Triful, D. J (2018) y Nuñez (2017), los autores indicaron que uno de los factores limitantes del crecimiento empresarial es el deficiente Capital Humano que poseen las pymes, y en nuestro trabajo los Factores Administrativos (Capital Humano) se relaciona significativa y positivamente con el crecimiento empresarial, esto nos indica que coincide con los hallazgos de la presente investigación.

En lo referente al indicador de Finanzas correspondiente a los factores Administrativos los autores Barbaran et al. (2018) y Núñez (2017) concluyen de que otra factor limitante del crecimiento empresarial es el inadecuado manejo de las finanzas y esta conclusión coincide con nuestro hallazgo ya que el factor administrativo (Finanzas) se relaciona significativamente y positivamente con el Crecimiento empresarial de las pymes lo que indica que si no se maneja adecuadamente el efectivo en las empresas estas fracasan por falta de solvencia y liquidez para afrontar su proceso productivo.

2. Crecimiento Empresarial y los Factores Externos:

Bernal-Domínguez (2019), Pardo & Rojas (2012), Barbaran et al. (2018), y Nuñez (2017), señalan que el factor limitante para el crecimiento empresarial de las pymes es el Factor Tecnológico, es decir si la empresa no invierte en tecnología actualizada no se lograra aumentar la productividad laboral y mayores

utilidades, estos hallazgos coinciden con nuestro trabajo ya que los factores externos (tecnología) se relaciona de forma positiva y significativa con el crecimiento empresarial.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados de las pruebas estadísticas realizadas a las hipótesis planteadas mediante la prueba spearman se llega a las siguientes conclusiones:

1. Existe relación Positiva Alta ($r = 0.791$), entre el Crecimiento de las Pymes y los factores Asociados a la Gestión Empresarial, y estadísticamente significativo ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.
2. Existe relación positiva Alta ($r = 0.795$), entre el Crecimiento de las Pymes y la Factores Administrativos, y estadísticamente significativo ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.
3. Existe relación Positiva Muy Alta ($r = 0.909$), entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Operativos, y estadísticamente significativo ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.
4. Existe relación Positiva Alta ($r = 0.798$) entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Estratégicos y estadísticamente significativo ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.
5. Existe relación Positiva Alta ($r = 0.806$) entre el Crecimiento de las Pymes y los Factores Externos y estadísticamente significativo ($0.00 < 0.05$), por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada.
6. De acuerdo con los resultados encontrados se puede concluir de manera general de que el limitado Crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María se debe a los factores asociados a la Gestión Empresarial (Capital Humano, Finanzas, Logística, Marketing, Planeamiento, Investigación de Mercados, Infraestructura y a la Tecnológico), por lo que si se descuida unos de estos factores llevarían a las pymes al fracaso empresarial.

Propuesta a Futuro

1. Se debe investigar el crecimiento empresarial con los factores estudiados según el corte longitudinal, con la finalidad de determinar el factor clave que limita el crecimiento empresarial en las pymes.
2. Siendo el Capital Humano uno de los factores que influye en el limitado crecimiento empresarial se recomienda a las pymes una capacitación constante y además implementar el salario emocional con la finalidad de aumentar la productividad laboral.
3. El gobierno peruano debe implementar cursos sobre manejo financiero en las pymes con la finalidad de que manejen adecuadamente el efectivo que poseen producto de sus ventas.

Referencia Bibliográfica

- Aillón, O. E, Daza, J A, & Pantoja , J L. (2018). Desarrollo empresarial, gestión ambiental y calidad de vida en el municipio de Sucre. Revista Investigación y Negocios, 13(21), 77-85. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372020000100007&lng=es&tlng=es.
- Andia, W (2015) Diccionario de Administración. 1ra edición. Lima: ediciones Arte y Pluma.
- Andrade, S. (2001) Evaluación de proyectos. 5ta edición. Lima: Editorial y Librería Lucero.
- Andrade, S. (2003) Diccionario de Economía y Finanzas. 2da edición. Lima: Editorial y Librería Andrade.
- Asobancaria (2020) Conozca cuáles son los tipos de finanzas recuperado de <https://www.sabermassermas.com/tipos-de-finanzas/>
- Aplimedia (2018) La importancia de la gestión empresarial recuperado de <https://aplimedia.com/la-importancia-de-la-gestion-empresarial/>
- Acatenco, S., Domínguez, S., Pérez, S. y Cruz, D. (2014). El riesgo estratégico y su impacto con el crecimiento en microempresas manufactureras hidalguenses, desde la perspectiva de la gestión de riesgos empresariales. Memorias 2do. Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Económico-Administrativas. Cambios e innovación: una visión estratégica para el desarrollo. México. UATx recuperado de <https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/6425/riesgoestrategi cocrecimientoempresarial.pdf>
- Audit Group Consulting (2020) Finanzas Corporativas recuperado de <https://auditconsulting.ec/finanzas-corporativas/#:~:text=El%20principal%20objetivo%20de%20las,maximizar%20el%20valor%20del%20accionista.&text=La%20toma%20de%20decisiones%20es,Decisiones%20a%20largo%20plazo>.
- Barbarán et al (2018) Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de Mypes: distritos de Coishco, Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa – 2017. Chimbote: Universidad de San Pedro. Recuperado de

<http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/57/PI1710171.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Bravo, D. S. & Triful, D. J (2018) Factores que limitan el crecimiento de la microempresa comercial exclusividades Jarumy situada en el distrito de Chiclayo. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1532/1/TL_BravoAcostaDany_TrifulCarranzaDanissa.pdf
- Blazquez, et al (2006) Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 16, núm. 28, julio-diciembre, 2006, pp. 43-56 Universidad Nacional de Colombia Bogotá, Colombia recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802804.pdf>
- Beetrack (2019) Qué es el área de operaciones y qué importancia tiene recuperado de <https://www.beetrack.com/es/blog/qu%C3%A9-es-el-%C3%A1rea-de-operaciones-importancia#:~:text=El%20%C3%A1rea%20de%20operaciones%20es,mayor%20competitividad%20y%20mayor%20productividad.>
- Bernal Dominguez D. (2019). Factores internos y externos de crecimiento empresarial en microempresas Mexicanas. Ciencias Administrativas. Teoría Y Praxis,14(2), 27 - 39. Recuperado a partir de <https://cienciasadmvastyp.uat.edu.mx/index.php/ACACIA/article/view/193>
- Chiavenato, I (2018) Administración proceso Administrativo Séptima edición; Bogotá: mc Graw Hill.
- Da Silva (2018) Significado e importancia de la planificación para una organización recuperado de <https://www.cuidatudinero.com/13168496/significado-e-importancia-de-la-planificacion-para-una-organizacion>
- Deloitte (2017) Diccionario de Economía y Negocios. 8va edición. Madrid: Espasa Calpe.
- Gómez, Marcos (2018) Las finanzas públicas y su importancia en el Estado recuperado de <https://blogs.eltiempo.com/palabras-mass/2018/04/02/las-finanzas-publicas-importancia-estado/>

- Grupo Cultural (2006) Diccionario de Contabilidad y finanzas. Madrid: Cultural S.A.
- Gutierrez, Ivan (2020) ¿Qué son las finanzas y cuál es su importancia? Recuperado de <http://www.muyfinanciero.com/conceptos/finanzas/>
- Gutiérrez (2014) La infraestructura, a la medida de los negocios recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/DR-870503>.
- Jiménez, D (2013). Tecnologías de la información y comunicación (TIC). Economipedia.com recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic.html>
- Llamas, J. (2019). Gastos de ventas. Economipedia.com recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/gastos-de-ventas.html>
- Lesmes, F (2021) Crecimiento de una empresa: ¡Ventajas y desventajas que debes saber! Recuperado de <https://blog.nubox.com/empresas/crecimiento-de-una-empresa>.
- López, V. (2020) Resumen crecimiento interno y externo empresarial. Recuperado de [https://www.econfinados.com/post/resumen-crecimiento-interno-y-externo-empresarial#:~:text=El%20crecimiento%20interno%2C%20a%20trav%C3%A9s,o%20parcial\)%20de%20otras%20empresas](https://www.econfinados.com/post/resumen-crecimiento-interno-y-externo-empresarial#:~:text=El%20crecimiento%20interno%2C%20a%20trav%C3%A9s,o%20parcial)%20de%20otras%20empresas).
- Marketingteli (2019) Marketing inspira recuperado de <https://www.marketinginteli.com/>
- Martínez, Verónica (2015) Concepto e importancia de la tecnología recuperado de <https://prezi.com/gllue7pu34wg/51-concepto-e-importancia-de-la-tecnologia/>
- Mercado, K.E (2016) La relación del crecimiento empresarial del sector comercial y el nivel de calidad de vida de los trabajadores del sector comercial, del distrito de Tacna año 2015. Tacna: Universidad Privada de Tacna. Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/79/1/mercado-flores-karen.pdf>
- Morante Asesores (2020) ¿Por qué es importante el marketing en una empresa? Recuperado de <https://www.moranteasesores.es/importante-marketing-una->

ategias%2C%20metas%20y,(filosof%C3%ADa%20de%20la%20orga
nizaci%C3%B3n).&text=Ampliar%20el%20foco%20de%20atenci%C3
%B3n%20hacia%20los%20cambios%20del%20entorno.&text=Desarr
ollar%20acciones%20con%20flexibilidad.

Sevilla A. (2017). Gastos financieros. Economipedia.com Recuperado de
<https://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>

Nicole P (2018). Infraestructura. Economipedia.com recuperado de
<https://economipedia.com/definiciones/infraestructura.html>

Significados.com. (2019) Tecnología. Recuperado de
<https://www.significados.com/tecnologia>.

Sy Corvo, Helmut. (2019). Infraestructura de una empresa: qué es y
componentes. Lifeder. Recuperado
de <https://www.lifeder.com/infraestructura-empresa/>.

Suárez, A.S. (2006) Diccionario de Economía y Administración. 1ra edición.
Madrid: Mc Graw Hill.

Tejada, Arístides (2013) Logística empresarial, Lima: Librería UAP.

Torres, C (2007) Orientaciones Básicas de Metodología de la Investigación
Científica. Lima: Libros y Publicaciones.

Turnero, Ivan José (2017) Finanzas públicas: concepto e importancia
recuperado de [https://www.monografias.com/docs114/finanzas-
publicas-concepto-e-importancia/finanzas-publicas-concepto-e-
importancia.shtml](https://www.monografias.com/docs114/finanzas-publicas-concepto-e-importancia/finanzas-publicas-concepto-e-importancia.shtml)

Vázquez, R. (2016). Finanzas corporativas. Economipedia.com recuperado de
[https://economipedia.com/definiciones/finanzas-
corporativas.html#:~:text=Las%20finanzas%20corporativas%20son%
20aquellas,crecer%20y%20adquirir%20m%C3%A1s%20negocios](https://economipedia.com/definiciones/finanzas-corporativas.html#:~:text=Las%20finanzas%20corporativas%20son%20aquellas,crecer%20y%20adquirir%20m%C3%A1s%20negocios).

Zorrilla, S. & Silvestre, J. (2008) Diccionario de Economía. 3ra edición. Mexico:
LIMUSA.

Anexos

Anexo 01. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
I. PROBLEMA GENERAL:	I. OBJETIVO GENERAL:	I. HIPOTESIS GENERAL:	VARIABLE INDEPENDIENTE {X}	1) CLASE DE INVESTIGACION Aplicada
¿Cuál es la relación existente entre los factores asociados a la gestión empresarial que limitan el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María?	Determinar la relación existente entre los factores asociados a la gestión empresarial que limitan el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	"Existe relación significativa entre los Factores Asociados a la Gestión Empresarial con el crecimiento empresarial de las pymes, en la ciudad de Tingo María".	X = Factores Asociados a la Gestión Empresarial de las MYPES.	2) NIVEL DE INVESTIGACION Correlacional
			INDICADORES	3) METODOS Descriptivo - Correlacional
II. PROBLEMAS ESPECIFICOS:	II. OBJETIVO ESPECIFICOS:	II. HIPOTESIS ESPECIFICAS:	X1 = Factores Administrativos	4) DISEÑO No experimental
¿Cuál es la relación entre los factores Administrativos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María?	Establecer la relación existente entre los factores Administrativos y el Crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	Existe relación significativa entre los factores Administrativos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	X2 = Factores Operativos	5) PROBLACION 355 Pymes
¿Cuál es la relación entre los factores Operativos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María?	Establecer la relación existente entre los factores Operativos y el Crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	Existe relación significativa entre los factores Operativos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	X3 = Factores Estratégicos	6) MUESTRA 146 Pymes
¿Cuál es la relación entre los factores Estratégicos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María?	Establecer la relación existente entre los factores Estratégicos y el Crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	Existe relación significativa entre los factores Estratégicos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	X4 = Factores Externos	7) UNIDAD DE ANALISIS 146 Pymes
¿Cuál es la relación entre los factores Externos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María?	Establecer la relación existente entre los factores Externos y el Crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	Existe relación significativa entre los factores Externos y el crecimiento de las pymes en la ciudad de Tingo María.	VARIABLE DEPENDIENTE {Y} Y = Crecimiento Empresarial de las MYPES.	8) TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS Análisis Bibliográfico, Encuesta Análisis Estadístico.
			INDICADORES	9) TECNICA DE PROCESAMIENTO DE DATOS Estadística Descriptiva
			Y1 = Ventas	10) FUENTE DE DATOS Tablas Tabuladas
			Y2 = Patrimonio	
			Y3 = Rentabilidad	

Anexo 02. Base de datos

N°	CRECIMIENTO EMPRESARIAL						FACTORES ADMINISTRATIVOS				FACTORES OPERATIVOS				FACTORES ESTRATEGICOS				FACTORES EXTERNOS								
	VENTAS		PATRIMONIO		RENTABILIDAD		PROMEDIO	FINANZAS		CAPITAL HUMANO		PROMEDIO	MARKETING		LOGISTICA		PROMEDIO	PLANEAMIENTO		INV.MCDOS		PROMEDIO	INFRAESTRUCTURA		A. TECNOLÓGICO		PROMEDIO
	Pgta 11	Pgta 12	Pgta 13	Pgta 14	Pgta 15	Pgta 16		Pgta 17	Pgta 18	Pgta 19	Pgta 20		Pgta 21	Pgta 22	Pgta 23	Pgta 24		Pgta 25	Pgta 26	Pgta 27	Pgta 28		Pgta 29	Pgta 30	Pgta 31	Pgta 32	
1	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
2	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
3	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
4	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
5	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
6	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
7	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
8	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
9	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
10	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
11	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
12	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
13	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
14	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
15	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
16	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
17	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
18	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
19	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
20	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
21	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
22	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
23	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
24	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
25	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
26	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
27	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
28	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
29	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
30	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
31	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
32	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
33	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
34	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
35	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
36	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
37	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
38	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
39	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
40	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
41	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
42	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
43	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
44	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
45	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
46	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
47	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
48	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
49	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
50	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
51	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
52	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
53	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3

N°	CRECIMIENTO EMPRESARIAL						FACTORES ADMINISTRATIVOS						FACTORES OPERATIVOS				FACTORES ESTRATEGICOS					
	VENTAS		PATRIMONIO		RENTABILIDAD		PROMEDIO	FINANZAS		CAPITAL HUMANO		PROMEDIO	MARKETING		LOGISTICA		PROMEDIO	PLANEAMIENTO		INV.MCDOS		PROMEDIO
	Pgta 11	Pgta 12	Pgta 13	Pgta 14	Pgta 15	Pgta 16		Pgta 17	Pgta 18	Pgta 19	Pgta 20		Pgta 21	Pgta 22	Pgta 23	Pgta 24		Pgta 25	Pgta 26	Pgta 27	Pgta 28	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
55	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
58	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
69	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
70	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
71	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
72	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
73	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
74	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
75	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
76	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
77	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
78	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
79	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
80	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
81	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
96	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
97	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
100	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
101	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
102	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
103	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
104	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
105	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
106	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4

Anexo 03. Cuestionario



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA

INSTRUCCIONES: El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la micro y pequeña empresa – MYPE para el desarrollo del trabajo de investigación denominado: **Factores que Limitan el Crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en la ciudad de Tingo María.** La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece por su valiosa colaboración. Responder todas las interrogantes que se plantean a continuación:

MARCAR CON X LA ALTERNATIVA O COMPLETAR SEGÚN CORRESPONDA.

I. DATOS GENERALES

EMPRESA

1. ¿Cuál es la actividad principal de la pyme? 2. ¿Cuántos años tiene operando la

- | | | | |
|----------------------------|-----|-----------------------|-----|
| a) Industrial | () | pyme? | |
| b) Comercio | () | a) De 0 a 1 año | () |
| c) Servicio | () | b) De 1 a 3 años | () |
| d) Construcción | () | c) De 3 años a 5 años | () |
| e) Otra (Especificar)..... | | d) De 5 a más años. | () |

3. ¿Cuál fue el motivo de formación de la pyme? 4. ¿Cuál es la personería Jurídica de la Pyme?

- | | | | | | |
|-----------------------------|-----|---|-----|-------------------|-----|
| a) Necesidad | () | Persona natural | () | Personal jurídica | () |
| b) Tradición familiar | () | 5. ¿Cuál es el Régimen Tributario de la Pyme? | | | |
| c) Genera ingresos | () | Régimen Simplificado | () | Régimen Especial | () |
| d) independencia Financiera | () | Régimen general | () | Otro: | |
| | | | | | |

TRABAJADORES

6. ¿Cuál es Sexo del gerente de la Pyme?

Hombre () Mujer ()

7. ¿Cuál es su Edad del Gerente de la Pyme?

.....

8. ¿Cuál es tu estado Civil del Gerente de la Pyme?

Soltero () Conviviente () Casado () Divorciado () Separado ()

9. ¿Cuál es su condición laboral del gerente de la Pyme?

Permanente Eventuales

10. ¿Cuál es el nivel de educación del Gerente de la Pyme?

- a) Ninguno () b) Primaria () c) Secundaria ()
 d) Técnica) () e) Superior universitaria ()

II. CRECIMIENTO EMPRESARIAL

VENTAS

11. ¿En los últimos años la empresa ha mostrado un crecimiento sostenido en las ventas?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

12. ¿La empresa cuenta con disponibilidad inmediata de mercaderías para atender al cliente?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

PATRIMONIO

13. ¿Se puede evidenciar que existe capital para realizar una expansión del servicio en otros locales?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

14. ¿La empresa en los últimos años ha adquirido nuevas maquinarias y equipos?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

RENTABILIDAD

15. ¿En los últimos años la empresa ha obtenido un crecimiento sostenido de su rentabilidad?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

16. ¿La suma de las deudas no pone en riesgo la estabilidad económica de la empresa?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

III. FACTORES ASOCIADOS AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

A. FACTORES ADMINISTRATIVOS

FINANZAS

17. ¿La empresa utiliza la planificación financiera para el uso adecuado del efectivo?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

18. ¿La empresa consigue financiamiento a bajos costos para ejecutar sus nuevos proyectos de inversión?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

RECURSOS HUMANOS

19. ¿Cree usted el Capital Humano del área de operaciones se desempeñan eficientemente?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

20. ¿La Inversión en la formación de Capital Humano reporta beneficios importantes a la organización?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

B. FACTORES OPERATIVOS

MARKETING

21. ¿Considera que la publicidad en las redes sociales realizadas por las pymes muestra adecuadamente los productos que ofrece?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

22. ¿Considera que los descuentos promocionales de la empresa son los adecuados?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

LOGISTICA

23. ¿Considera que las entregas de los bienes y servicios se realizan en el plazo de tiempo indicado?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

24. ¿Considera que las entregas de los bienes y servicios se realizan en el plazo de tiempo indicado?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

C. FACTORES ESTRATEGICOS

PLANEAMIENTO

25. ¿La pyme cuenta con un plan estratégico o hoja de ruta para lograr el crecimiento y desarrollo empresarial?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

26. ¿La empresa realiza el seguimiento de los objetivos y metas propuestas en el plan estratégico?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

INVESTIGACION DE MERCADOS

27. ¿Considera que la investigación de mercados realizada por la pyme es eficaz?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

28. ¿La empresa recopila información sobre las quejas y sugerencias diariamente para mejorar sus bienes y servicios producidos?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

D. FACTORES EXTERNOS

INFRAESTRUCTURA

29. ¿La pyme invierte en mejoras internas de la infraestructura?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

30. ¿Las oficinas centrales de las pymes cuentan con instalaciones adecuadas y atractivas para brindar su servicio y atraer a nuevos clientes?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

ACCESO TECNOLÓGICO

31. ¿La empresa invierte en Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) constantemente?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

32. ¿La pyme invierte en softwares empresariales para obtener información actualizada económica y financiera para la toma de decisiones?

Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

Muchas gracias por su colaboración