

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN**



TESIS

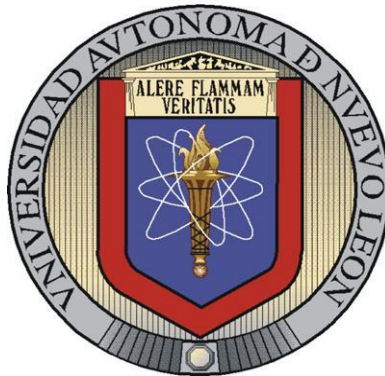
**FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS
PEQUEÑAS EMPRESAS EN LIMA METROPOLITANA, PERÚ**

**PRESENTADO POR:
HENRY ALBERTO NAVARRO CHÁVEZ**

**COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO DE:
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACIÓN**

2023

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
División de Estudios de Posgrado



**FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS
PEQUEÑAS EMPRESAS EN LIMA METROPOLITANA, PERÚ**

**Tesis Doctoral presentado por
M.A. Henry Alberto Navarro Chávez**

Monterrey, México

julio de 2,023

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN DE POSTGRADO**

Comité doctoral de Tesis:

**FACTORES QUE INCIDEN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS
PEQUEÑAS EMPRESAS EN LIMA METROPOLITANA, PERÚ**

Aprobación de la Tesis:

**Dr. Alfonso López Lira Arjona
Presidente**

**Dr. Elías Alvarado Lagunas
Miembro del Comité Tutorial
Secretario**

**Dr. Manuel Alexis Vásquez Zacarias
Miembro del Comité Tutorial
Vocal 1**

**Dr. Juan Ignacio González Espinoza
Profesor invitado
Vocal 2**

**Dr. Aldahir Caballero Campbell
Profesor invitado
Vocal 3**

Monterrey, N.L., México.

julio, 2023

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que a continuación presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde tengo conocimiento no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, a excepción de algunos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la referencias o bibliografía.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido admitido para el otorgamiento de cualquier otro diploma o grado de alguna institución o universidad.

Nombre: M.A Henry Alberto Navarro Chávez

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'H. A. Navarro', written over a horizontal line.

Fecha: julio de 2,023

ABREVIATURAS Y TÉRMINOS TÉCNICOS

CEPAL	: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
CEPLAN	: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
ENAHO	: Encuesta Nacional de Hogares.
INEI	: Instituto Nacional de Estadística e Informática
MYPE	: Micro y pequeña empresa.
OCDE	: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
PBI	: Producto bruto interno.
PEA	: Población económicamente activa.
PYME	: Pequeña y mediana empresa.
SUNAT	: Superintendencia de administración tributaria.
UIT	: Unidad impositiva tributaria.
TRC	: Teoría de recursos y capacidades.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
ABREVIATURAS Y TÉRMINOS TÉCNICOS	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO	4
1.1. Antecedentes del problema a investigar	4
1.1.1. Hechos actuales que contextualizan el problema	4
1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos	11
1.1.3. Gráfica de causas y consecuencia del problema a investigar	12
1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del problema	13
1.2.1. Antecedentes teóricos de la variable dependiente crecimiento empresarial..	16
1.2.2. Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente Y con respecto a las variables independientes propuestas.....	17
1.2.3. Gráfica de los antecedentes teóricos.....	20
1.3. Pregunta central de investigación	21
1.4. Objetivo general de investigación	22
1.4.1. Objetivos metodológicos de la investigación	22
1.5. Hipótesis general de la investigación	22
1.6. Metodología.....	23
1.7. Justificación de la investigación	23
1.8. Delimitaciones del estudio.....	24
1.9. Matriz de congruencia	25
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	27
2.1. Marco teórico de la variable dependiente crecimiento empresarial	27
2.1.1. Teorías y definiciones de la variable dependiente crecimiento empresarial ¡Error! Marcador no definido.	
2.1.2. Investigaciones aplicadas sobre la variable crecimiento empresarial.	27
2.2. Marco teórico y estudios de investigaciones aplicadas de las variables independientes	34
2.2.1. Variable independiente planeamiento estratégico	35

2.2.2.	Variable independiente capacitación.....	41
2.2.3.	Variable independiente innovación.....	42
2.2.4.	Variable independiente tecnología.....	50
2.2.5.	Variable independiente orientación a la calidad.....	52
2.3.	Hipótesis operativas.....	56
2.3.1.	Modelo gráfico de la hipótesis.....	56
2.3.2.	Modelo de relaciones teóricas con las hipótesis.....	57
CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....		59
3.1.	Tipo y diseño de la investigación.....	59
3.1.1.	Tipo de investigación.....	59
3.1.2.	Diseño de la investigación.....	60
3.2.	Métodos de recolección de datos.....	61
3.2.1.	Elaboración del instrumento.....	57
3.2.2.	Operacionalización de las variables de las hipótesis.....	61
3.2.3.	Métodos de evaluación de expertos.....	60
3.3.	Población, marco muestral y muestra.....	65
3.3.1.	Tamaño de la muestra.....	67
3.3.2.	Sujetos de estudio.....	67
3.4.	Métodos de análisis.....	67
3.5.	Prueba piloto.....	68
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		70
4.1.	Resultados finales de la estadística descriptiva.....	67
4.2.	Análisis estadístico (Regresión lineal multivariable).....	69
4.2.1.	Análisis de las medias estadísticas.....	70
4.2.2.	Correlación entre variables.....	73
4.3.	Comprobación de hipótesis.....	77
Conclusiones.....		81
Recomendaciones.....		87
Referencias.....		89
Anexo 1.....		106
Anexo 2.....		109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Criterios para clasificar a la empresas por tamaño en America Latina	6
Tabla 2. Tipo de empresa según UIT	7
Tabla 3. Empresas, Según segmento empresarial	7
Tabla 4. Pequeñas empresas según actividad económica	8
Tabla 5. Producción del sector comercio	9
Tabla 6. Produccion del subsector restaurantes	10
Tabla 7. Produccion del sector servicios prestados	11
Tabla 8. Matriz de congruencia	25
Tabla 9. Análisis interno y externo	28
Tabla 10. Heterogeneidad e inmovilidad de los recursos	30
Tabla 11. Definiciones de crecimiento de la empresa y crecimiento empresarial	31
Tabla 12. Definiciones de planeamiento estratégico	38
Tabla 13. Definiciones de capacitación	42
Tabla 14. Definiciones de innovación	46
Tabla 15. Definiciones de tecnología	49
Tabla 16. Definiciones de orientacion a la calidad.....	52
Tabla 17. Tabla de relación estructural hipótesis - Marco teórico	55
Tabla 18. Operacionalización de la variable dependiente crecimiento empresarial	61
Tabla 19. Operacionalización de las variables independientes	61
Tabla 20. Lima Metropolitana, número de empresas, según segmento empresarial	65
Tabla 21. Lima Metropolitana, número de empresas, según organización jurídica	65
Tabla 22. Alfa de Cronbach sin cambios.....	67
Tabla 23. Alfa de Cronbach con cambios realizados	68
Tabla 24. Estadísticos descriptivos	72
Tabla 25. Correlaciones entre variables	74
Tabla 26. Resumen de modelo	75
Tabla 27. ANOVA	76
Tabla 28. Coeficientes	76
Tabla 29. Ecuación de modelo	77
Tabla 30. Análisis de multicolinealidad	77
Tabla 31. Normalidad	78
Tabla 32. Resultados de la hipótesis.....	80

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1. Mapa conceptual del problema a investigar.....	13
Gráfica 2. Mapa de antecedentes teóricos.....	21
Gráfica 3. Mapa de Lima Metropolitana.....	24
Gráfica 4. Funciones administrativas.....	34
Gráfica 5. Proceso administrativo.....	35
Gráfica 6. Modelo grafico de variables.....	54
Gráfica 7. Genero de los propietarios – gerentes.....	67
Gráfica 8. Edad de los propietarios – gerentes	68
Gráfica 9. Nivel de estudios de los propietarios – gerentes.....	69
Gráfica 10. Tipo de pequeña empresa.....	.69
Gráfica 11. Regresión parcial de variable dependiente vs variables independientes.....	71
Gráfica 12. Dispersión (Homocedasticidad).....	77
Gráfica 13. Factores que desalientan la planificación estratégica.....	81

INTRODUCCIÓN

Podemos decir que sociedad, empresa y gobierno se aproximan e interactúan en diferentes niveles, ya sea porque trabajamos como empleados de una empresa, somos un cliente o consumidor de productos o servicios, o pagamos nuestros impuestos o aportamos con la creación de empleo, contribuyendo así al Producto Bruto Interno (PBI). En el mundo, ser empresario implica asumir un rol en la sociedad, el cual trae compromisos tales como la generación de empleo. Por lo tanto, el empresario debe contar con una consideración por parte del gobierno, Redacción, (2009).

De acuerdo con lo anterior, la aproximación o cercanía a la pequeña empresa es el objeto de nuestro interés de estudio. Para ello precisamos el concepto de lo que se considera como pequeña empresa. En la Unión Europea, la pequeña empresa es la que cuenta como máximo 49 colaboradores y factura un monto menor a 10 millones de euros; en el Perú, para ser considerada pequeña empresa, esta debe facturar entre 151 y 1700 UIT (unidades impositivas tributarias). Las micro y pequeñas empresas (MYPE) componen un progresivo sector de la economía, alcanzando a simbolizar en ciertos países inclusive el 90% de todas las organizaciones (Ponce y Zevallos, 2017). En ese sentido, estas empresas tienen gran capacidad en los países en vías de crecimiento, básicamente por su aportación al (PBI), a la creación de empleo y a la disminución de las brechas regionales, así como por su capacidad de incremento innovador.

No obstante, y pese a su importancia, las (MYPE) enfrentan a diario un conjunto de dificultades que limita su desarrollo con miras hacia el futuro (Aviolo et al, 2011). Estudios previos han indicado que la tasa de mortandad de las pequeñas empresas es mayor precisamente en los países en desarrollo (Arinaitwe, 2006), como Perú, agravando la posición de las pequeñas empresas en el entorno de estudio.

Los factores que obstaculizan el progreso de las MYPE guardan relación con diversas problemáticas, como el planeamiento estratégico y la capacitación correcta del personal (Moreta,2017; Larrañaga y Ortega, 2018) , debido a que se ha señalado que los empresarios de estas organizaciones son muy diferentes en aspectos de educación formal e informal, grado de

involucramiento en la empresa, capacidad financiera experiencia laboral y experiencia empresarial, nivel de contactos, entre otros (Ponce y Zevallos, 2017).

En ese sentido, las micro y pequeña empresa están viéndose presionadas para transformarse, ya sea en sus estrategias, en su marketing o su gestión de recursos humanos y tecnológicos, y de esas transformaciones va a depender su éxito y permanencia en el mercado (Soto y Dolan, 2003 citado en Cervantes y Gallardo, 2012). Por lo que la pregunta central de investigación es ¿qué factores inciden en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana? El objetivo general de este estudio es determinar qué factores inciden en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas, con el propósito de que, al mantenerse y lograr un crecimiento, este tipo de empresa genere nuevos puestos de trabajo, aporte al Estado con impuestos y, por ende, contribuya al PBI. Para lograr este objetivo, se desarrollan cuatro capítulos, que resumimos a continuación.

En el capítulo 1 se aborda la situación histórica y actual de la pequeña empresa tanto alrededor del mundo como, de forma delimitada, en el Perú, y en específico en Lima Metropolitana. Asimismo, se ahonda en el conocimiento del contexto de las pequeñas empresas y la problemática que enfrentan debido a su corto periodo de vida. Se mostrarán las teorías más relevantes para la problemática del crecimiento o éxito de las pequeñas empresas y la teoría que guarda relación con las variables en estudio. También, se indaga sobre conceptos que tienen que ver con el tema analizado. Finalmente, se realiza la exposición de la justificación y relevancia del estudio a nivel teórico, práctico y metodológico, y se plantea la pregunta de investigación, los objetivos, la hipótesis y la metodología que rigen este estudio.

El capítulo 2 se ahondará en las diversas teorías e investigaciones realizadas acerca de la variable dependiente crecimiento empresarial y de las variables independientes planeamiento estratégico, capacitación, innovación, tecnología y orientación a la calidad. Para finalizar, se muestran las hipótesis operativas o específicas y el modelo gráfico que las resume.

El capítulo 3 se encuadra la estrategia metodológica; se aclara el tipo de investigación, el procedimiento de acopio de datos, la población y el marco muestral, así como el método de análisis empleado en la investigación.

En el capítulo 4 se analizan los resultados de estadísticos básicos, los resultados preliminares y la comprobación de hipótesis. Se empleó el análisis de regresión lineal múltiple, se verificaron los supuestos o condiciones básicas del modelo de regresión lineal;

- Linealidad; test de correlación de Pearson.
- No autocorrelación; por medio de las pruebas de Durbin-Watson
- Multicolinealidad; el cálculo del valor de tolerancia y el índice de factor de inflación de varianza (VIF)
- Normalidad; con la prueba de Kolmogorov - Smirnov.

CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

En este primer apartado, se da contexto a la problemática en estudio, a través de los antecedentes que circunscriben a la pequeña empresa y su importancia en Perú para la creación de empleo y aporte al Producto Bruto Interno (PBI). Asimismo, se presenta la teoría ya existente y relacionada con la variable dependiente crecimiento empresarial. Se expone también la justificación y la relevancia del problema, así como la pregunta, el objetivo, la hipótesis y la delimitación de la investigación.

1.1. Antecedentes del problema a investigar

Como se mencionó en la Introducción, la MYPE conforma un sector económico que está en crecimiento, y que llega a simbolizar hasta el 90% de las organizaciones de algunos países (Ponce y Zevallos, 2017). Estas empresas cuentan con grandes posibilidades para los países en crecimiento, sobre todo por su aporte al PBI, a la creación de empleo y a la disminución de las brechas en diferentes regiones, y también destaca su potencial de crecimiento innovador.

Con relación al crecimiento de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana, cabe precisar que este modelo de empresas tiene un rol muy importante en la economía de todo el mundo, y ello no es ajeno a la realidad del Perú. No obstante, como señalo antes, existen obstáculos que no fomentan su crecimiento, lo que deriva en su pronta mortalidad. Todo ello hace que sea relevante analizar los antecedentes y la teoría relacionada con las pequeñas empresas, que tanto influyen en la economía y que, sin embargo, tienen un periodo de vida reducido.

1.1.1. Hechos actuales que contextualizan el problema

Robles et al. (2001), en su estudio “Estrategias y racionalidad de la pequeña empresa”, publicado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre pequeñas empresas en el Perú, mostraron las conclusiones que se refieren a continuación.

Primero. Determinaron la existencia de cuatro modelos de pequeña empresa: i) el prototipo o modelo japonés, en el que las empresas de mayor envergadura son abastecidas con bienes y servicios intermedios por medio de la subcontratación de medianas empresas, las que, a su vez, subcontratan a pequeñas empresas; ii) el prototipo italiano, en el que las pequeñas empresas se desenvuelven sobre un diseño de colaboración para considerar demandas en el mercado de bienes finales, estableciendo un prototipo de integración horizontal; iii) el prototipo americano, respaldado en las franquicias y en el que varias pequeñas empresas conforman una red, la cual es dirigida por la casa matriz, y iv) el prototipo canadiense, basado en el respaldo del Estado a las organizaciones de menor tamaño o envergadura. En el Perú, no se distingue alguno de estos modelos, sino que predominan las micro y pequeñas empresas con una débil coordinación, sea vertical u horizontal, lo que se refleja en una exigua presencia de medianos y pequeños empresarios y en una grande y desproporcionada existencia de microempresas con mínimo potencial de crecimiento.

Segundo. Respecto al tamaño de empresa, existen cuatro corrientes a tomar en cuenta: i) la tecnológica, en la que el tamaño perfecto de la empresa es definido por la interrelación de economías de escala en la tecnología de producción; ii) la institucional, que se basa en admitir la presencia de costos vinculados al proceso de cuota de recursos para un proceso productivo, que son las que aplican al Perú; iii) la de competencia perfecta, y iv) la de enfoque dinámico. La pequeña empresa tiene limitaciones de acercamiento a los servicios de incremento empresarial (SDE) para efectuar sus actividades con regularidad, como son los servicios de información de mercados y tecnología, asistencia técnica, entre otros, con lo que podemos decir que existe una escasez de recursos en este tipo de empresas.

Tercero. Considerando la escasez de recursos en la pequeña empresa, tenemos el recurso humano. Al respecto, estudios muestran la concentración de menor escala de la mano de obra menos calificada, lo que determina la baja productividad de las pequeñas empresas, de manera que todo apunta a la poca o nula capacitación de su personal. En la misma línea de recursos tenemos la tecnología empleada por las pequeñas empresas, las cuales actúan con mínimos porcentajes de tecnología que se alejan de los niveles empleados por medianas y grandes empresas.

La OIT (1986), en su Informe IV La promoción de las pequeñas y medianas empresas, sobre empuje de las pequeñas y medianas empresas, presentado en la 72.º Reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, que se realizó en Ginebra en 1986,

En otro informe, titulado “Pequeñas empresas, grandes brechas”, la OIT (2015) manifiesta que las MYPE generan el 47% del empleo en América Latina. Asimismo, Ferraro y Rojo (2018) precisan que, en la región, las micro y pequeñas empresas son los representantes económicos con mayor amplitud para crear empleo, sin embargo, estas presentan mínimos niveles de productividad y una alta informalidad.

En América Latina, los criterios para catalogar a las empresas difieren según las ventas o el número de empleados, entre otros; el 90% de los países considera el número de trabajadores y el 60%, las ventas, según Cardozo et al. (2012) (ver Tabla 1).

Tabla 1. Criterios para clasificar a las empresas por tamaño en América Latina

País/Criterio	Número de trabajadores	Ventas anuales	Activos totales	Inversión
Argentina	✓	✓		
Belice	✓	✓		✓
Bolivia	✓	✓	✓	
Brasil	✓	✓		
Chile	✓	✓		
Colombia	✓		✓	
Costa Rica	✓	✓	✓	
Ecuador	✓	✓	✓	
El Salvador	✓	✓		
Guatemala	✓	✓	✓	
Honduras	✓			
México	✓	✓		
Nicaragua	✓	✓	✓	
Panamá	✓	✓		
Paraguay	✓	✓	✓	
Perú	✓	✓		
República Dominicana	✓	✓		
Uruguay	✓	✓	✓	
Venezuela	✓	✓		

Fuente: elaboración propia con base en Cardozo et. al. (2012)

El Ministerio de la Producción (2012) del Perú señaló que se califica como MYPE a la unidad económica, sea jurídica o no, cualquiera sea su configuración de organización, con la finalidad de desarrollar actividades de extracción, conversión, producción, comercialización de

productos o servicios. Pese a los diversos principios existentes para caracterizar a las MYPE, en el Perú la legislación que se ha inclinado a reglamentarla o promocionarla ha utilizado, usualmente, las ventas anuales y/o el número de empleados para establecer sus límites.

En específico, en la legislación actual el Decreto Supremo N.º 013-2013-PRODUCE (2013), determino las particularidades de las MIPYME (micro, pequeña y medianas empresas), según el cual una MIPYME debe comprender el principio de ventas anuales escalonadas considerando la unidad impositiva tributaria (UIT), la cual se actualiza cada año. (Ver Tabla 2)

Tabla 2. Tipo de empresa según UIT

Tipo de empresa	Equivalente a ventas máximas anuales en UIT
Microempresa	Hasta 150
Pequeña empresa	De 151 a 1700
Mediana empresa	De 1701 a 2300

Fuente. elaboración propia basado en Decreto Supremo N°013-2013-PRODUCE (2013)

Las MYPE son muy importantes para la movilidad de la economía peruana. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2019), las microempresas simbolizan un 95.3% del 100% de empresas en el país, mientras que las pequeñas empresas, un 3.80%. Asimismo, el 90.7% de estas se sitúan en las ciudades y el 32.4% se ubican en la capital Lima Metropolitana. (Ver Tabla 3)

Tabla 3. Empresas, Según segmento empresarial en Perú

Tipo de empresa	Porcentaje
Microempresa	95.30%
Pequeña empresa	3.8%
Gran y mediana empresa	0.6%
Administración pública	0.3%
	100%

Fuente: elaboración propia basado en INEI (2019).

Asimismo, la relevancia de las MYPE no solo se debe a la gran cantidad que conviven en la capital y en el país, sino porque además se afianza como una de las principales generadoras de empleo y de ingresos para los ciudadanos del Perú, pues en el 2017 ocuparon a 8.23 millones de trabajadores. Esto representó casi la mitad (46.5%) de la PEA (población económicamente

activa) de ese año. En cuanto a las horas - hombre, un 27.2% de los trabajadores de las MYPE laboraron sobre las 40 horas por semana, en cambio un 4.2% lo realizaron por sobre las 60 horas por semana.

Cabe mencionar dentro de las características de las MYPE peruanas que una de estas empresas tiene, en promedio, alrededor de siete años de haber sido creada y considera solo 10 meses al año. Además, un 24.3% de estas organizaciones emplea su casa particular como local comercial y en un 61.5% de los casos la casa es propia.

A su vez, el domicilio cuenta, por lo general, con energía eléctrica (58.6%), y con menor porcentaje, con agua potable (24.2%) y alcantarillado (12.6%), y en la mayoría no cuentan con telefonía fija (4.2%) sin dejar de lado el internet (4.1%), herramienta clave para la conectividad. Asimismo, según Paredes et al. (2019), estas empresas están integradas comúnmente por miembros de una familia, quienes no siempre tienen lo mínimo requerido para hacer crecer los negocios, como son aspectos de motivación, recursos administrativos u orientación y capacitación (Ramírez y Utrera, 2019).

Respecto a la actividad económica, un aproximado de 36 mil pequeñas empresas desarrollaron la función de venta y mantenimiento de vehículos automotores, que simbolizo el 4.9%; le siguen servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial (-1.1%); servicios de transporte y almacenamiento (14%), y las industrias manufactureras con el 3.8% del 100% de pequeñas empresas, entre las más destacadas (INEI, 2017). (ver Tabla 4).

Tabla 4. Pequeñas empresas según actividad económica

Actividad	
Labores de construcción	-12.3
Minas y canteras	-2.8
Servicios en general y de apoyo empresarial	-1.1
Otros servicios	-1.1
Labores industriales y manufactureras	3.8
Servicios publicos	3.8
Actividades agricolas, ganadería, silvicultura y pesca	4.4
Venta y mantenimiento de vehículos automotores	4.9
Información y comunicaciones	10.6
Servicios turisticos	12.8
Servicios de transporte y almacenamiento	14.0
Servicios de alimentos y bebidas	15.8
	-15 -10 -5 0 5 10 15 20

Fuente: elaboración propia basado en INEI (2017)

Sin embargo, las MYPE confrontan una infinidad de inconvenientes que limita su desarrollo y conservación en un futuro próximo. Antecedentes han indicado que la tasa de mortandad de los pequeños negocios es superior en los países en vías de desarrollo (como Perú) que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2006). Así, el crecimiento y permanencia a largo plazo es el fundamental problema al que confronta las empresas, según Brenes et al. (2008), debido a que esta afronta no solo impedimentos de su labor económica, sino también disputas que aparecen de la naturaleza del negocio.

Elementos como la estructura organizacional; la cultura de planificación estratégica, implementada tanto para el incremento interno como para su crecimiento en otras áreas geográficas; la transformación en innovación y tecnología; y la forma de liderazgo y gestión, la cual está muy relacionada con las características o aspiraciones del fundador, son determinantes en este problema (Alva et al., 2019).

Además, estas unidades económicas denominadas micro y pequeñas empresas se ven forzadas a desdoblar estrategias detalladas de corto y largo plazo para protegerse de la mortandad, debido a que emprender una empresa involucra un nivel de riesgo y las expectativas de que esta perdure más de cinco años son mínimas (Aviolo et al., 2011). Durante el último año esta realidad se vio reflejada de forma extrema por una sucesión de factores sociales, económicos y de salud. Así, INEI (2021) de Perú indicó que respecto a la producción del sector comercio (Ver Tabla 5), para noviembre de 2020 se exploró un descenso de -2.46%, en semejanza con el mismo mes del año anterior, ocasionada por la baja en el comercio mayorista y minorista.

Tabla 5. Producción del sector comercio

	2018	2019	2020
Enero	2.29	2.41	2.72
Febrero	2.44	1.75	2.57
Marzo	3.01	3.02	-25.12
Abril	4.77	3.01	-63.56
Mayo	3.12	2.39	-49.56
Junio	1.45	2.79	-27.84
Julio	2.5	3.79	-10.45
Agosto	2.36	3.27	-7.68
Septiembre	1.27	3.22	-6.14
Octubre	2.44	3.53	-3.81
Noviembre	2.29	3.63	-2.46
Diciembre	2.45	3.73	
Producción promedio mensual	2.53%	3.05%	-17.39%

Fuente: elaboración propia basada en INEI (2021)

En tanto el subsector restaurantes se redujo en 33.01% en el mismo mes y año (noviembre de 2020), según reportes de todos los rubros de alimentos y bebidas a la baja. Las ventas en estos negocios se vieron afectadas por las restricciones temporales de la situación de emergencia sanitaria. (Ver Tabla 6).

Tabla 6. Producción del subsector restaurantes

	2018	2019	2020
Enero	2.1	4.49	4.25
Febrero	2.67	3.44	4.78
Marzo	3.77	3.53	-44.39
Abril	3.04	3.67	-93.63
Mayo	3.11	5.6	-89.49
Junio	1.86	4.75	-81.45
Julio	2.56	5.38	-67.22
Agosto	5.14	6.82	-54.69
Septiembre	4.03	4.24	-42.27
Octubre	4.89	5.97	-36.49
Noviembre	5.33	5.6	-33.01
Diciembre	3.6	4.6	
Producción promedio mensual	3.51%	4.84%	-48.51%

Fuente: elaboración propia basada en INEI (2021)

Una situación semejante ocurrió en el sector de servicios a empresas, ya que este exploró una reducción de 11.96% correspondiente al mismo mes del año anterior, determinada por la disminución de las labores profesionales, técnicas y hasta científicas; de agencias de turismo; de servicios administrativos y de apoyo, y de publicidad e investigación de mercados. Estos

servicios se extendieron en un ambiente de escalonada reanudación de las labores económicas, pero aún se han visto afectados por la extensión del estado de emergencia. (Ver Tabla 7).

Tabla 7. Producción del sector servicios prestados

Meses	2018	2019	2020
Enero	2.43	3.44	2.73
Febrero	2.61	2.92	2.15
Marzo	2.98	3.89	-10.61
Abril	3.59	3.96	-56.33
Mayo	3.81	2.68	-40.84
Junio	3.23	2.95	-37.12
Julio	3.64	3.54	-27.68
Agosto	3.47	4.04	-18.58
Septiembre	3.11	3.51	-16.59
Octubre	3.77	3.07	-14.97
Noviembre	3.28	3.24	-11.96
Diciembre	3.09	3.48	
Producción promedio mensual	3.25%	3.39%	-20.89%

Fuente. elaboración propia basada en INEI (2021)

Si bien los hechos y la información presentada corresponden a las MYPE peruanas, nuestro objeto de estudio es la pequeña empresa, que representa el 4% del total de empresas a nivel nacional y juega un rol muy notable en la economía. El dominio donde las pequeñas empresas se desarrollan todavía es muy endeble, pues se contemplan baja clasificación de crecimiento y de afianzamiento en este tipo de empresas.

1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos

Según Zevallos (2003) y Obando et al. (2008), este tipo de unidad económica consideradas micro y pequeñas empresas en su mayor porcentaje no favorecen innovaciones, o si lo hacen, no se dan cuenta de ello. Esta carencia de innovación se basa en la apreciación de que, para innovar, hay que invertir grandes sumas de dinero y requiere de conocimientos técnicos modernos. Aunque igualmente se contempla que existe poca entrada a información sobre el tema y de alguna manera las empresas viven y se manejan en un dominio que no busca cambios.

Es necesario considerar que la capacitación es un elemento que define la vida, crecimiento, permanencia y supervivencia de las MYPE; sin embargo, muchas veces los empresarios no tienen en cuenta que el recurso humano que contratan carece de los conocimientos requeridos para el desarrollo de sus labores ya que la mayoría tiene un nivel de educación básica (Sánchez et al., 2018). Otro de los problemas, y factores, que más se ha presentado, sobre todo en el último año (Baldwin & Weder, 2020), es la ocurrencia de eventos inesperados para los que las micro y pequeñas empresas no están listas para enfrentar. Esto se ha reflejado por completo con la llegada de la COVID-19.

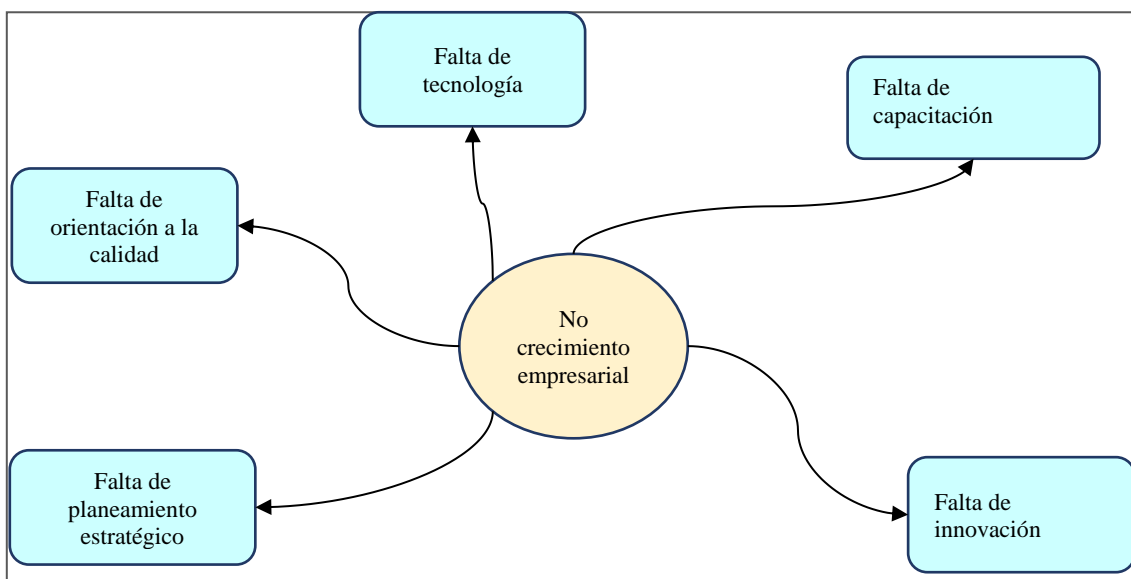
Como se ha mencionado, entre las particularidades de las pequeñas empresas se ha visto la presencia de dueños y colaboradores que, por lo general, pertenecen al entorno familiar, incluso los locales de los negocios son viviendas, lo que puede ser un motivo para la poca durabilidad de estas empresas. Ello se debe a la falta de capacitación tanto de los empleados como de la gerencia, falta de nivel en los trabajadores, falta de innovación, tecnología y calidad en sus productos y servicios, entre otras falencias en la gestión.

En consecuencia, de continuar por ese camino, las cifras mostradas respecto a la mortandad de las pequeñas empresas, así como los hechos del año pasado en los que una gran cantidad de empresas dejó de existir debido a un solo fenómeno que las descolocó, permiten inferir una tendencia negativa precisamente respecto a la supervivencia y, por ende, al crecimiento de este modelo de empresas. Asimismo, es posible que las pequeñas empresas que sobrevivan a eventos como la pandemia de COVID-19 no cuenten con recursos suficientes ni capacidad para crecer más allá de sus procesos, y seguirán siendo MYPE cuando lo que se requiere es una evolución, un progreso.

1.1.3. Gráfica de causas y consecuencia del problema a investigar

El crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana se ve afectado por la carencia de un planeamiento estratégico (análisis interno y externo), escasez de capacitación (habilidades y capacidades para desarrollar sus labores), innovación y orientación a la calidad. (Ver Gráfica 1).

Gráfica 1. Mapa conceptual del problema a investigar



Fuente: elaboración propia.

1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del problema

Las pequeñas empresas representan el 3.8% del firmamento de empresas en el Perú y crean empleo a cerca de la mitad de la población trabajadora (48%). Su aniquilación origina una sucesión de inconvenientes económicos y hasta sociales al país. Al respecto, la gestión de la micro y pequeña empresa es uno de los asuntos por tratar en la transformación de las operaciones en los múltiples departamentos donde esta se desenvuelve, para provecho de la economía nacional.

Las MYPE cuentan con innumerables factores que las hacen superiores, como su capacidad de ductilidad gracias a que cuentan con una estructura cambiante, su probabilidad de especializarse en cada nicho de mercado prometiendo un modelo de atención directa y, por último, su aptitud comunicativa. El mayor beneficio de la micro y pequeña empresa es su amplitud para cambiar de manera rápida su estructura productiva en caso de alterar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más arduo en una empresa de gran envergadura con un importante número de trabajadores y capital invertido.

No obstante, según Alva (2017) y Tello (2014), los bajos índices de productividad de las MYPE limitan su crecimiento. Esto se relaciona con la necesidad de superar las barreras de la exportación y obtener mejores hallazgos internacionales, para lo cual estas organizaciones deben invertir en recursos humanos, financieros y gerenciales (Macha, 2018). El acercamiento a mercados tan determinados incrementa el peligro de quiebra de las MYPE, por lo que es fundamental que amplíen y diversifiquen su mercado o sus clientes en la medida en que busquen tener éxito y sobrevivir al entorno económico.

Sobre la financiación, las pequeñas empresas tienen mayores dificultades de hallar préstamos a un costo bajo y plazos flexibles, debido a su mayor riesgo. Para solucionarlo, recurren a las microfinanzas con altas tasas de intereses y capital riesgo. Choy (2011) precisa que la MYPE peruana tiene limitaciones de ingreso en la banca formal y de costo cuando puede permitir a una línea de financiamiento. En cuanto al factor empleo, son empresas con estricta firmeza laboral y con inconvenientes para encontrar mano de obra calificada. La formación previa del trabajador es elemental para estas unidades económicas (Wilsoft, 2018).

La misma fuente señala que en cuanto a la tecnología, debido al pequeño rendimiento que muestran estas empresas, no logran destinar capital a la investigación, por lo que tienen que vincularse con universidades o con otras unidades económicas, como organizaciones no gubernamentales, vinculación que no es común en el Perú. Respecto a los mercados internacionales, el tamaño de las pequeñas empresas complica su entrada en otros espacios. En esa línea, desde las entidades públicas se vienen realizando esfuerzos para formar a las empresas en las culturas de otros países; ello es primordial, como dice la experiencia internacional con relación a la búsqueda de alianzas estratégicas.

Asimismo, cabe mencionar que existen variados elementos que perjudican la celeridad y consistencia de las denominadas micro y pequeñas empresas en la estructura actual de la economía de libre mercado. Estas causales transgreden en su agrandamiento y sostenibilidad, a la vez que impactan en su baja del mercado. Las cifras de revés de las MYPE son agobiantes en cualquier país que se estudie. Como es razonable, las cifras varían, pero se sostienen en altos índices como factor común de los países. Así, por ejemplo, en Europa y específicamente España

el 80% de las empresas quiebra en los cinco primeros años. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010), en los países en desarrollo entre un 50% y un 75% dejan de existir durante los primeros tres años. Al año 2015, esa proporción de salida de empresas se mantiene y para fines de 2020, la inclinación continúa.

Ello se apoya en que la propuesta de la pequeña empresa está dirigida al mercado interno y su desembargo está fuertemente afectado por las circunstancias macroeconómicas reales, por lo que el desembargo macroeconómico y/o disminución del PBI perjudica la producción y el empleo, de manera intensa. En México, al llegar los 10 años, solo el 10% de las empresas ha crecido, madurado y conseguido el éxito. En el Perú la situación es similar, pero aumentando la complejidad; ello se refleja en el rango que señala que, de 10 MYPE nuevas, 7 salen del mercado al año. En ese sentido, la aniquilación de todas las unidades económicas en el Perú escaló a 5.6% en el 2014. Las microempresas al 100% mostraron una tasa de 5.9% en el mismo año; sin embargo, aquellas con ventas de entre 0 y 2 UIT logran una tasa de 13.3%; las que venden entre 3 y 5 UIT consiguen una tasa de 5.2%; las que presentan ventas de entre 6 y 13 UIT, una tasa de 4.5%, y las otras obtienen tasas de hasta 0.9%, según Ministerio de la Producción, (2015). MACROCONSULT (2016), referenciando la Encuesta Nacional de Hogares (2014), contempla que el 60% de las MYPE tiene una antigüedad menor de cinco años, y según ComexPerú (2018), el 90% de aquellas que cuentan con un número de trabajadores inferior a 50 subsisten tan solo 10 meses.

De lo anterior, se puede prevenir que, a menores ingresos, mayor mortandad de las microempresas en el Perú, con lo cual se demuestra que las de continuidad son las que sufren una alta mortandad. En el país, las denominadas micro y pequeñas empresas son básicamente de continuidad o sobrevivencia, al mostrar muy bajos índices de productividad e ingresos (Chávez, 2004).

La recesión y la desaceleración de la ocupación económica incluso apoyan en la tasa de mortandad de organizaciones. Esto presenta una conducta recíprocamente distributiva al tamaño de pequeña empresa, y, a su vez, diagnostica la entrada de nuevas empresas, sobre todo en el caso de unidades económicas formales. Asimismo, conviven distintos factores que trasgreden

en la mortalidad y en la entrada de empresas, entre los que encontramos los de capital inicial, gestión, financiamiento, ventas y política comercial, el alto sistema impositivo, el costo fijo y la informalidad.

1.2.1. Antecedentes teóricos de la variable dependiente crecimiento empresarial

Para colocarnos en el entorno de las pequeñas empresas, que son el objeto de estudio, y de acuerdo con varios autores y entidades, se determinó que este tipo de empresas tiene baja productividad, decrecimiento e, incluso, hasta salida del mercado. Por lo tanto, es fundamental encontrar o establecer qué factores inciden en el crecimiento empresarial, de manera que a continuación abordaremos los antecedentes teóricos acerca del crecimiento empresarial.

Crecimiento empresarial

Basu y Goswami (1999), en su análisis multivariante sobre los determinantes del crecimiento empresarial del sur de Asia en Gran Bretaña, tienen como objetivo identificar la contribución de factores económicos, sociales y culturales al crecimiento empresarial, para lo cual se fundamentan en la literatura de economía de pequeñas empresas y de su supervivencia y crecimiento firme, aspectos que demuestran en términos de la capacidad del empresario para adquirir competencias a través del aprendizaje. En su estudio, estos autores citan a Jovanovic (1982) y Audretch (1991).

Por otro lado, se manifiesta que el crecimiento firme está vinculado con la antigüedad y el tamaño de la empresa, como señalan Evans (1987) y Phillips y Kirchhoff (1989). Por último, se menciona la gran importancia de la inversión de capital humano en la supervivencia y el crecimiento de la pequeña empresa (Casson, 1991; Campbell, 1992). Este análisis se realizó a 118 empresarios de una base de 530 que poseen empresas medianas y grandes con ventas anuales mínimas de 2 millones de libras esterlinas; en sus conclusiones, se encontró que la determinación de invertir en la formación o capacitación del cliente interno tuvo una marca positiva y reveladora en el crecimiento de las empresas.

1.2.2. Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente crecimiento empresarial con razón a las variables independientes propuestas

- **Planeamiento estratégico**

Está comprobado que, si los gerentes determinan de modo eficiente su planeamiento, se encontrarán en deseables circunstancias de dar gestión y consejo a sus labores (Cohen, 2002). Las entidades operan mejor gracias a ello y se tornan más susceptibles ante un entorno de persistente permuta.

Llevar a cabo el planeamiento no es una tarea sencilla. Weinberger (2009) apuntó que ello compromete un gran sacrificio añadido del empresario y con muchas horas de trabajo de todo un equipo. Pero aseveró que este afán podría diagnosticar la disimilitud entre el éxito y el fracaso de una decisión empresarial y, sin lugar a duda, previene a la empresa para incorporarse a rivalizar con mayor probabilidad de crecimiento y desarrollo.

De igual forma, Aviolo et al. (2011) precisaron que existe una serie de factores que destacan respecto a la falta de permanencia y desarrollo de las MYPE, específicamente en el Perú. Entre estos elementos señalaron la dificultad para acceder a capital, la falta de investigación y conocimiento de mercados y, sobre todo, la ausencia de una percepción de largo plazo y de planeamiento. En su estudio, del 100% de participantes solo uno contaba con un plan estratégico para su empresa que le sirvió de guía para dirigir su empresa; se indicó que los demás empresarios administraban sus empresas sin contar con una visión, misión clara y objetivos de largo alcance. Su empuje de corto plazo, en particular, planifican cómo considerar sus campañas durante un año, y no se observan estrategias ambiciosas que empujen el crecimiento de sus negocios. En la realidad, la mayoría de las organizaciones contemplan lo primordial de la planeación estratégica para su crecimiento y conveniencia a largo plazo (Hill y Jones, 2011).

Campos (2013) identificó y describió de forma cuantiosa los motivos por los cuales las MYPE fallan en un periodo parcialmente corto. A la razón, indica que una de las causas es el desconocimiento de los principios elementales de administración, entre los cuales se encuentra el planeamiento, que por lo general acoge la apariencia de planeamiento estratégico.

- **Capacitación**

La gestión de los recursos humanos se orienta a dar solución a las incógnitas cruciales de la unidad económica enlazados con la gente y, además, a secundar la determinación de los propósitos estratégicos de las empresas.

En ese sentido, uno de los aspectos más importantes es la capacitación. Este es un proceso de incremento de capacidades que brinda diseños curriculares, procesos pedagógicos y recursos con base en competencias. Además, a través de metodologías de aprendizaje y estrategias de creación, desafía el resultado de perfiles de personal formado de manera integral (SENCE, 2006 citado en Albújar et al., 2008). Es necesario considerar que la capacitación es un elemento que define la vida y supervivencia de las MYPE, y muchas veces los empresarios no consideran que el capital humano carece de conocimientos, pues, en su mayoría, los trabajadores que contratan tienen educación elemental y carecen del conocimiento necesario para el desarrollo de sus labores (Sánchez et al., 2018).

La mayoría de las MYPE, para el mejor empleo de los recursos, requieren que sus trabajadores se encuentren preparados, y ello, como se menciona, se obtiene con la capacitación, el cual es un proceso evolutivo de enseñanza-aprendizaje mediante el cual se desarrollan las destrezas, habilidades y competencias necesarias para una labor específicas que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales y/o específicas (Centurión, 2015). En ese sentido, Miranda (2005) señala que el eje central de la proposición de mejora debe partir del potencial y capital humano, es decir, a través del desarrollo de las capacidades gerenciales y de colaboradores. También, existe un nexo altamente revelador entre el avance de la formación y el incremento de la productividad. La existencia de mano de obra competente y formada es un elemento significativo para tomar decisiones de innovación en las empresas (OIT, 2005).

Asimismo, se ha indicado que las organizaciones que capacitan a sus trabajadores producen un valor añadido superior al 25%, que las organizaciones que no lo hacen (Chacaltana y García, 2001). Ello coincide con lo indicado por Vizcarra (2009), quien aseguró que la capacitación es una evolución que dirige a la mejora continua y, con esto, a instaurar nuevas configuraciones de trabajo, por lo que la micro y pequeña empresa que lo acoge creará un valor

añadido. Esto se secunda con lo indicado por Bohórquez et al. (2017), quienes aseveraron que las empresas generan mejores resultados a través de la capacitación, una actividad que debe entenderse como una inversión que adiciona valor tanto para el inversionista como para los trabajadores al establecer en uno de los orígenes de mejora del desempeño.

- **Innovación**

Abdukhoshimov y Durmuş-özdemir (2016) precisan que la innovación es la amplitud de una organización para instaurar con éxito nuevas ideas, procesos o productos, ya que es la clave para obtener una ventaja competitiva. Dini y Stumpo (2011) además enfatizan que, dadas las características del proceso de innovación en las MYPE, se debe inclinar las políticas de innovación hacia el empleo de mecanismos que permitan aumentar la capacidad de estas organizaciones para vincularse con las empresas de mayor envergadura, participar en redes productivas, así como establecer vínculos con el contexto social y productivo local.

En ese sentido, según enfatizan Ponce y Zevallos (2017), el desafío del empresario frente a la innovación es aumentar la calidad y productividad, y con ello, los ingresos de su unidad económica y la sostenibilidad de su negocio. Sin embargo, la clave en la innovación es que pueda pasar la «prueba del mercado», es decir, que tenga demanda.

- **Tecnología**

López (2013) sostiene que las MYPE necesitan contar con un modelo tecnológico no solo en equipo, sino orientado a la gestión estratégica, lo que les va a proporcionar información apropiada que ayude en la toma de las decisiones fundamentales que influirán en sus productos y/o servicios hacia el futuro, a partir de información histórica generada por la oferta y la demanda. En ese sentido, se requiere contar con una herramienta que proporcione ventaja competitiva de manera inteligente, basándose en información verídica y confiable.

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC), en la nueva economía, se hacen protagonistas del cambio y la innovación, considerando al empresario con nuevos desafíos. De

hecho, las TIC se desarrollan nuevos modelos de negocios en donde son las pequeñas empresas las que juegan un rol destacado y cada vez más crucial (Ponce y Zevallos, 2017).

La fuente previa enfatiza que, para aplicar o implementar una estrategia de liderazgo de costos, se deben amparar mejoras tecnológicas que permitan ser competitivos con altos niveles de calidad. También replantea de inicio la redefinición de los enfoques orientados al desarrollo del empresario en las MYPE. Obtener una integración estratégica con proveedores y clientes y reducir riesgos y distribución de costos con la competencia. Por un lado, el apoyo para desarrollar y consolidar empresas que tienen opción de ser sostenibles y, por el otro, la asistencia a estas organizaciones de subsistencia para tratar de establecer oportunidades, llevándolas en lo posible a un comienzo de crecimiento.

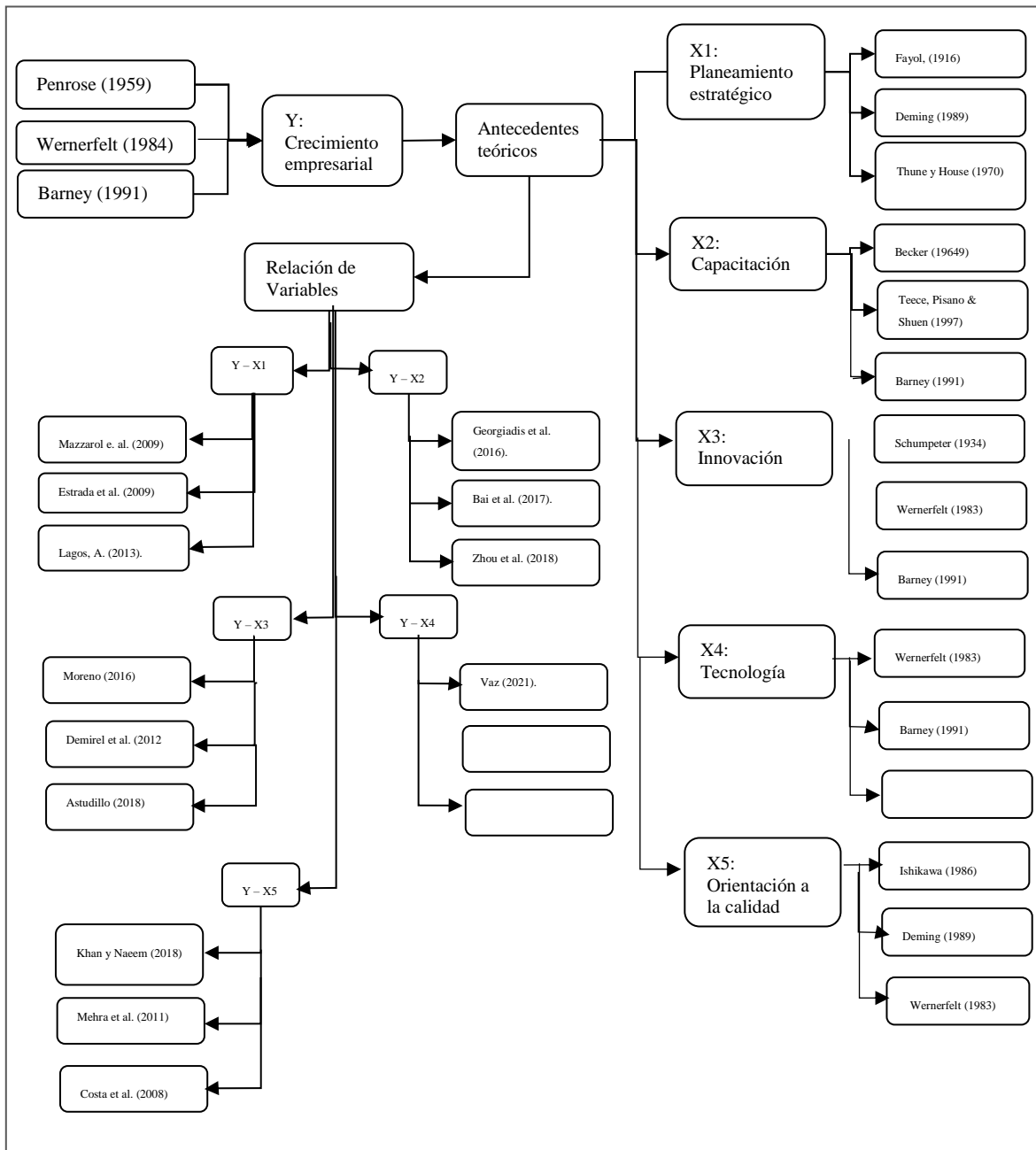
- **Orientación a la calidad**

En la década de 1990, cuando los mercados se volvieron globales y la competencia se intensificó, la calidad tuvo un papel predominante, convirtiéndose en una prioridad para las empresas u organizaciones. Para Deming (1989), la calidad radica en satisfacer los requisitos de los clientes. Por otro lado, Garvín (1987) manifiesta que la calidad es un concepto multidimensional que depende de la percepción de las personas respecto a la satisfacción de los requisitos del cliente. Según Robson et al. (2002), la cultura orientada a la calidad de una entidad u organización se debe considerar como un medio para un rendimiento mejorado y sostenible. Por último, Lakhali (2008), en su artículo “Impacto de la calidad en la ventaja competitiva y el desempeño organizacional”, concluye que existe evidencia empírica de que la calidad está directamente relacionada con el beneficio organizacional y la ventaja competitiva.

1.2.3. Gráfica de los antecedentes teóricos

En el presente apartado mostramos los precedentes teóricos de crecimiento empresarial como de planeamiento estratégico, capacitación, innovación y por último la orientación a la calidad. (Ver Gráfica 2)

Gráfica N°02 Mapa de antecedentes teóricos



Fuente: elaboración propia

1.3. Pregunta central de investigación

Procedemos a mostrar la pregunta central de investigación:

¿Qué factores inciden en el crecimiento de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana, Perú?

1.4. Objetivo general de investigación

El objetivo general de la investigación es:

Determinar los factores que permiten tener una incidencia en el crecimiento de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana.

1.4.1. Objetivos metodológicos de la investigación

Respecto a los objetivos metodológicos, se busca:

Indagar y analizar los antecedentes de investigaciones y experiencias empresariales existentes alrededor de los factores que inciden en el crecimiento de la pequeña empresa a nivel nacional e internacional.

- a) Articular los fundamentos teóricos que serán la base para el análisis teórico-conceptual de las variables de estudio (planeamiento estratégico, capacitación, innovación y orientación a la calidad).
- b) Construir instrumentos que permitan la recolección de datos en función de las variables de estudio.
- c) Validar el instrumento de recolección de información a través del juicio de expertos en la materia y con experiencia en la ejecución de las variables de estudio.
- d) Realizar procesamiento y análisis estadístico que evidencien la comprobación de la hipótesis y la correlación de las variables de estudio.
- e) Construir las conclusiones y recomendaciones de conformidad con los hallazgos encontrado en el proceso de investigación.

1.5. Hipótesis general de la investigación

El planeamiento estratégico, la capacitación, la innovación, la tecnología y la orientación a la calidad son factores que inciden en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana.

1.6. Metodología

Se ha optado por la aplicación de una metodología cuantitativa, la cual permitirá la recolección y el análisis de datos para responder las preguntas de investigación y comprobar la hipótesis establecida previamente (Hernández Sampieri 2014), lo que facilitará la identidad de elementos que aporten a precisar el impacto de los factores en el modelo de permanencia. Asimismo, se ha decidido que el tipo de estudio sea correlacional, en el que se precisa la posible correlación entre las variables examinadas, con un diseño no experimental.

Como instrumento, se aplicarán encuestas a propietarios y/o gerentes de pequeñas empresas, agremiados en la Asociación de Pequeños Empresarios de Lima (APELIMA). Los participantes de la investigación serán seleccionados utilizando, primero, un conglomerado para los distritos; luego, un estratificado para el género de empresario, y, por último, un muestreo aleatorio simple. Para el procesamiento de la encuesta, se utilizará el software SPSS, versión 25.0, y como parte del análisis se aplicará la regresión lineal.

1.7. Justificación de la investigación

En la presente sección, se describen las justificaciones práctica, teórica y metodológica que soporta el presente estudio

- **Justificación práctica**

Los resultados de la presente investigación tienen relevancia en la práctica debido a que van a contribuir con las pequeñas empresas, así como con sus gerentes y/o propietarios y, por extensión, con todo el personal que trabaja en dichas entidades, en la medida en que aportarán información sobre un modelo aplicable a sus casos que favorecerá su periodo de vida y, por ende, su productividad y rentabilidad. Además, los resultados suponen un aporte para las pequeñas empresas, de gran importancia para el país, debido a que harán posible cambiar y mejorar su funcionamiento, lo que tendrá repercusión en los estilos de vida de sus colaboradores y directivos, quienes conviven en una misma comunidad. Asimismo, los resultados van a permitir mejorar la economía de la sociedad, en general, y del país.

- **Justificación teórica:**

La presente investigación tiene una justificación teórica debido a que ahonda en los conocimientos existentes que guardan relación con la disciplina de la administración y las teorías más relevantes respecto al crecimiento empresarial de las pequeñas empresas. También, es importante porque el estudio busca profundizar en dichas teorías y relacionarlas con la realidad actual del tipo de empresas de relevancia mundial, como son las pequeñas empresas, las cuales tienen gran presencia e influencia en la economía del Perú y, específicamente, de Lima, espacio geográfico de estudio.

- **Justificación metodológica:**

Se desarrolla una metodología no experimental cuantitativa, que permita a las pequeñas empresas de Lima Metropolitana obtener un crecimiento empresarial basado en factores que inciden en su crecimiento.

1.8. Delimitaciones del estudio

A continuación, se presentan las delimitaciones de la presente investigación, con la finalidad de esclarecer por completo su campo de acción y alcance.

Delimitación espacial. Los instrumentos de recolección de datos para la muestra serán aplicados de forma digital, pero estarán dirigidos a personas que vivan en la capital de Perú: Lima, específicamente, Lima Metropolitana, la cual está conformada por cincuenta distritos, de los cuales cuarenta y tres corresponden a la Lima. (Ver Gráfica 3).

Gráfica 3. Mapa de Lima Metropolitana



Fuente: elaboración propia con referencia en Mapa de Lima.com

2) **Delimitación demográfica:** El objeto de estudio son empresas, en particular, aquellas que son consideradas pequeñas empresas en Lima Metropolitana, y el sujeto de estudio son los propietarios - gerentes de las pequeñas empresas, que estén agremiados en la Asociación de Pequeños Empresarios de Lima.

3) **Delimitación temporal:** La investigación se realizará durante el año 2022, siendo este el periodo de tiempo para la búsqueda de información. Y se confirma que esta investigación es transaccional, por lo que no hay demarcaciones temporales.

1.9. Matriz de congruencia

En el presente apartado mostramos la pregunta y el objetivo general de la investigación, así como la hipótesis central. Ver Tabla 8.

Tabla 8. Matriz de congruencia

Pregunta de investigación	Objetivo general	Hipotesis central	Constructos
¿Cuáles son los factores que inciden en el crecimiento de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana departamento de Lima, Perú?	Analizar los factores que inciden en el crecimiento de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, en el departamento de Lima, Perú. a efecto de establecer estrategias que permitan consolidar el crecimiento de las pequeñas empresas en el mercado.	Los factores de planeamiento estratégico, innovación, capacitación, innovación, tecnología y orientación a la calidad inciden en el crecimiento de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, en el departamento de Lima, Perú.	Y1: Crecimiento empresarial
		Hipótesis específicas	Independientes
		a) El planeamiento estratégico incide en el crecimiento de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, en el departamento de Lima, Perú.	X1: Planeamiento estratégico
		b) La capacitación incide en el crecimiento de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, en el departamento de Lima, Perú.	X2: Capacitación
		c) La innovación incide en el crecimiento de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, en el departamento de Lima, Perú.	X3: Innovación
		d) La tecnología incide en el crecimiento de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, en el departamento de Lima, Perú.	X4: Tecnología
		e) La orientación a la calidad incide en el crecimiento de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, en el departamento de Lima, Perú.	X5: Orientación a la calidad

Fuente: elaboración propia

A lo largo del presente capítulo se ha conocido la situación histórica y actual de la pequeña empresa tanto alrededor del mundo como, de forma delimitada, en el Perú, y en específico en Lima Metropolitana. Asimismo, se ahondó en el conocimiento del contexto de las pequeñas empresas y la problemática que enfrentan debido a su corto periodo de vida. Se mostraron las teorías más relevantes para la problemática del crecimiento o éxito de las pequeñas empresas y la teoría que guarda relación con las variables en estudio. También, se indagó sobre conceptos que tienen que ver con el tema analizado. Finalmente, se realizó la exposición de la justificación y relevancia del estudio a nivel teórico, práctico y metodológico, y se planteó la pregunta de investigación, luego los objetivos, posteriormente la hipótesis y por último la metodología que rigen este estudio.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se profundizará en las diferentes teorías e investigaciones realizadas acerca de la variable dependiente de crecimiento empresarial, así como las variables independientes de planeamiento estratégico, capacitación, innovación, tecnología y orientación a la calidad. Además, se exhibe las hipótesis operativas junto con el modelo gráfico que resume estas relaciones.

2.1. Marco teórico de la variable dependiente crecimiento empresarial

En el presente apartado abordaremos las diferentes teorías sobre crecimiento de la empresa o crecimiento empresarial a lo largo del tiempo.

2.1.1. Teorías y definiciones de la variable dependiente crecimiento empresarial.

El crecimiento empresarial, como factor crucial para el desarrollo económico, ha sido objeto de estudio en diversos contextos debido a la relevancia que las empresas tienen en cada país en términos de generación de empleo y contribución al Producto Interno Bruto (PBI). Este estudio se apoya en la teoría de recursos y capacidades

a) Teorías sobre el crecimiento empresarial

- **Teoría de crecimiento**

Al abordar el tema del crecimiento empresarial, es importante mencionar la obra clásica de Penrose (1959), su enfoque se apoya en la existencia de recursos ociosos y en las capacidades de gestión estratégicas de crecimiento. Penrose desarrolla una teoría sobre la gestión efectiva de los recursos de la organización, las oportunidades de diversificación y la gestión estratégica. Además, establece conexiones entre los recursos disponibles y la concepción de nuevas ocasiones para el crecimiento y la innovación.

Al respecto, Rugman y Verbeke (2002) señalan cuatro contribuciones significativas de Penrose (1959): 1) creación de una ventaja competitiva, 2) sostener la ventaja competitiva, 3) engranaje de aislamiento y 4) ventaja competitiva y alquileres económicos.

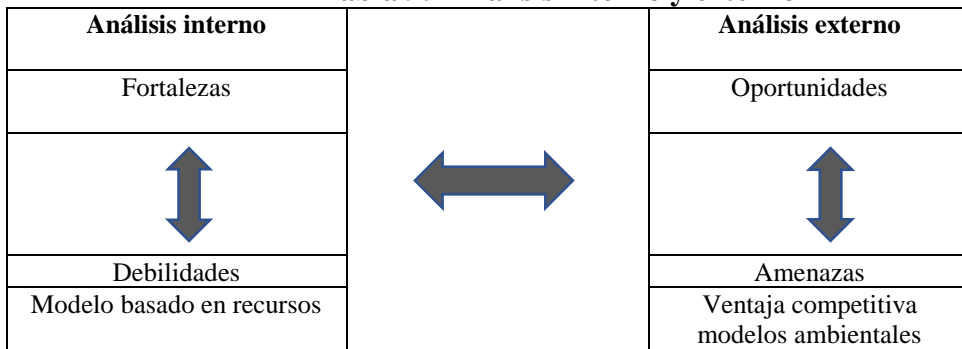
- **Teoría de recursos y capacidades**

El principio fundamental de la teoría de recursos y capacidades (TRC) se ubica en 1984, con la investigación del profesor Binger Wernerfelt, titulada “Una visión de la empresa basada en recursos”. En este estudio, Wernerfelt examina los recursos de una empresa en conjunto con su rentabilidad. En este sentido, se entiende como recurso a cualquier activo tangible o intangible que se considere una fortaleza o debilidad de la empresa (nombre de marca, tecnología, personal calificado, procedimientos, etc.). Wernerfelt cita la investigación de Porter (1980), titulada “La estructura de la industria y estrategia competitiva”, de la cual nos dice que las características económicas y las tecnologías de la industria determinan cinco fuerzas competitivas básicas: 1) amenaza de nuevos competidores, 2) poder de negociación de los clientes, 3) rivalidad entre competidores, 4) amenaza de productos sustitutos y 5) poder de negociación de los proveedores.

El objetivo de la estrategia competitiva de una empresa es identificar una posición dentro de su sector en el cual las fuerzas competitivas generen el mayor beneficio o el menor daño posible. La estrategia determina también los pasos para predecir el poder adquisitivo de una empresa, los cuales son: 1) realizar una evaluación del entorno competitivo en el que opera y 2) realizar una evaluación de la propia estrategia.

Por su parte, Barney (1991) en su investigación sobre recursos firmes y ventaja competitiva menciona que esta teoría se divide en dos corrientes; la primera, corresponde al crecimiento basado en los recursos firmes y considera la realización de un análisis interno de la organización (fortalezas y debilidades). La segunda corriente es un modelo ambiental de ventaja competitiva y por medio de ella se efectúa un análisis externo de la organización (oportunidades y amenazas). Ver Tabla 9.

Tabla 9. Análisis interno y externo

Análisis interno		Análisis externo
Fortalezas		Oportunidades
Debilidades		Amenazas
Modelo basado en recursos		Ventaja competitiva modelos ambientales

Fuente: elaboración propia con referencia en Barney (1991).

Asimismo, el autor define: a) recursos firmes, b) ventaja competitiva y c) ventaja competitiva sostenida. Los recursos firmes, también conocidos como recursos internos abarcan todos los activos, capacidades, procesos organizacionales, información, conocimiento y otros elementos que la empresa tiene bajo su control y puede desarrollar y adoptar en estrategias para aumentar su eficiencia y eficacia. Estos recursos se pueden clasificar en tres categorías principales:

- a) Recursos de capital físico, que consideran la tecnología física empleada en la empresa, las maquinarias, los equipos y la obtención de materia prima.
- b) Recursos de capital humano, que consideran la capacitación (variable independiente) y la experiencia de los directivos y empleados de la empresa.
- c) Recursos de capital organizacional, que consideran la estructura formal, la planificación, la organización, la dirección y el control de la empresa y su entorno.

La ventaja competitiva se refiere a la situación en la que una empresa está implementando una estrategia de creación de valor que no está siendo simultáneamente adoptada por ninguno de sus competidores actuales o potenciales.



Por último, la ventaja competitiva sostenida es similar a la ventaja competitiva, adicionando que las otras empresas no pueden imitar o duplicar la estrategia de creación de valor ya implementada y mucho menos obtener sus beneficios.

Para enmarcar el estudio en la ventaja competitiva sostenida, es necesario considerar que el recurso firme debe tener cuatro aspectos:

1. Debe ser valioso. los recursos valiosos proporcionan a una empresa la capacidad de formular y establecer estrategias que acrecienten su eficiencia y eficacia, al tiempo que le permiten identificar las oportunidades que debe aprovechar y las amenazas que debe eliminar o neutralizar. Para lograr esto, es esencial realizar un análisis externo adecuado.
2. Debe ser raro entre los mercados actuales y potenciales. Algunas estrategias requieren la combinación de los recursos de capital físico, capital humano y capital organizacional para ser aplicadas de manera efectiva, así como también para que un recurso sea valioso o, de forma absoluta, único entre el conjunto de empresas competidoras y potencialmente competidoras. Estos recursos generarían una ventaja competitiva sostenida.
3. Debe ser imperfectamente imitable. Los recursos organizacionales y valiosos pueden ser innovadores y estratégicos para algunas empresas ya que les permite aplicar estrategias que otras empresas no pueden replicar fácilmente. Estos recursos pueden ser fuentes de ventaja competitiva sostenida debido a su carácter único y a la dificultad que tienen otras empresas para obtenerlos o imitarlos.
4. No puede haber sustitutos de forma estratégica equivalentes. Para que un recurso firme se convierta en una ventaja competitiva sostenida, es fundamental que no existan recursos valiosos estratégicamente análogos que sean singulares o fácilmente imitables.

En relación con la heterogeneidad y la inmovilidad de los recursos, donde el valor, la rareza, la imitabilidad y la sustituibilidad proporcionan una ventaja competitiva sostenida, a continuación, se muestra la Tabla 10.

Tabla 10. Heterogeneidad e inmovilidad de los recursos

Heterogeneidad de los recursos de la unidad económica		Valores raros		Ventaja competitiva sostenida
		Imitabilidad imperfecta		
		Historia dependiente		
Inmovilidad de recursos firmes	Ambigüedad casual			
	Complejidad social			
	Sustituible			

Fuente: Elaboración propia con referencia en Barney (1991).

Respecto a las capacidades de una empresa, varios investigadores como Robins y Wiserma (1995), Henderson y Cockburn (1994) y Makadok (1999), entre muchos otros (Barney & Arian, 2001), evidencian que las empresas que construyen sus estrategias sobre activos dependientes del camino, causalmente ambiguos, socialmente complejos e intangibles superan a las empresas que construyen su estrategia solo en activos tangibles (Barney, 1991).

Por lo tanto, la organización que se guíe por la teoría de recursos y capacidades (TRC) debe contemplar que tiene que estar concentrada en el interior a fin de constituir cuáles de sus recursos y capacidades son complicados de reconocer y reincidir para que se establezcan en generadores de competencias céntricas. Además, debe tener en consideración que, de acuerdo con investigadores como Bueno et al. (2005), “no son las ventajas sino la generación de competencias la que debe ser sostenible para asegurar el dominio constante de ventajas competitivas”.

b) Definiciones

En el presente apartado mostramos las diferentes definiciones de crecimiento de la empresa como crecimiento empresarial, y describimos este último concepto. Ver Tabla 11.

Tabla 11. Definiciones de crecimiento de la empresa y crecimiento empresarial

Variable Y	Autor	Definición
Crecimiento de empresa	Penrose (1962)	El crecimiento es consecuencia de un proceso de mejora, que, a su vez, es espontáneo y de no darse, la empresa puede perecer por la entrada de nuevos competidores.
	Canals (2000)	El crecimiento es la ampliación que realiza la empresa hacia nuevos mercados y clientes.
	Pettus (2001)	El crecimiento de la empresa es un progreso ordenado en el que esta conjuga el aprovechamiento de recursos con el desarrollo de nuevos recursos.
	Charan (2004)	El crecimiento faculta que una organización consiga los mejores cuadros en recursos humanos, manteniéndolos y obteniendo una ventaja competitiva con referencia a sus capacidades, habilidades y competencias.
	Cardona y Cano (2005)	Es un proceso intangible que depende de elementos tangibles (acumulación de capital físico y humano), y, sobre todo, de una adecuada organización y estructura interna.
Crecimiento empresarial	Fernández, García y Ventura (1988)	Es un indicador de conducta proactivo de la empresa que mide su aptitud para extender sus posibilidades comerciales, financieras y técnicas en mercados con alto dinamismo tecnológico.
	Blázquez, Dorta y Verona (2006)	Es un proceso de acondicionamiento a los cambios requeridos por el contexto o promovidos por la esencia del emprendedor o del directivo, según el cual, la organización desarrolla y amplía su capacidad productiva mediante la creación o obtención de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que sustenten las modificaciones realizadas.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con las anteriores definiciones, consideramos el crecimiento empresarial en los términos referidos a continuación.

El crecimiento empresarial es un proceso de mejora continua, en el que la empresa busca incrementar su rendimiento y lograr una ventaja competitiva sostenible. Para lograrlo, la empresa realiza un estudio interno y externo que evalúa sus (fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades). con la finalidad de establecer la creación o adquisición de recursos necesarios que se conjugan para alcanzar una ventaja competitiva que la diferencie de su competencia y le permita crear valor. Para mantener dicha ventaja, la empresa debe mejorar sus procesos de forma constante (Penrose, 1962; Canals, 2000; Pettus, 2001; Charan, 2004; Blázquez et al. 2006).

2.1.2. Investigaciones aplicadas sobre la variable crecimiento empresarial

A continuación, mostraremos los estudios de algunos autores que han investigado la variable crecimiento empresarial.

Davidsson et al. (2002) en su estudio empírico de los factores de crecimiento empresarial, cuyo propósito es buscar los factores que contribuyen al crecimiento de las pequeñas empresas en Suecia, realizan un análisis de regresión en el que la variable dependiente es el crecimiento empresarial y las dependientes son el tamaño de la empresa, la edad del negocio y el sector. Los resultados de dicho análisis muestran que cuanto más joven es la empresa, más crece (edad), y que las empresas pequeñas crecen más (tamaño).

Kirkwood, J. (2009) elaboró una investigación sobre el crecimiento de pequeñas empresas de servicios, con el objetivo de examinar si los propietarios lograron cumplir sus aspiraciones de crecimiento de sus empresas en un periodo de cinco años. La investigación se realizó en Nueva Zelanda con 26 empresarios que fueron entrevistados en el año 2001 y re entrevistados en el 2006 en un estudio longitudinal. Los resultados revelaron que la mayoría de los propietarios lograron experimentar un crecimiento en las ventas., este crecimiento exitoso se asoció con factores como una buena reputación, atención al servicio al cliente, diversificación y empleo de personal competente.

En otro estudio sobre capacidades gerenciales y caminos hacia el crecimiento como determinantes de pequeñas y medianas empresas de alto crecimiento, Barbero et al. (2011) El objetivo principal fue determinar qué capacidades de administración eran relevantes y su impacto en la forma de crecimiento, desde una perspectiva basada en recursos. La muestra utilizada en el estudio fue seleccionada de la base de datos SABI, Que recopila las cuentas anuales de todas las compañías en España durante un período específico, en este caso de (2001-2005), Esto permitió llevar a cabo un estudio longitudinal y analizar la evolución de a lo largo del tiempo. La consecuencia del análisis muestra que, a la hora de seleccionar el tipo de estrategia para lograr un alto crecimiento, no todas las capacidades de gestión son importantes.

Para continuar con más investigadores, referimos a Gill y Biger (2012) y su estudio acerca de los obstáculos para el crecimiento de las pequeñas empresas en Canadá, El objetivo principal del estudio fue examinar las barreras que enfrentan estas empresas en su camino hacia el crecimiento, utilizando datos correspondientes a dicho país. En el estudio se utilizó un método de muestreo de conveniencia (no aleatorio) para seleccionar y reclutar a los participantes y

concluyeron que la falta de financiamiento, los desafíos del mercado y las cuestiones regulatorias son barreras importantes para el crecimiento de las pequeñas empresas.

En otra investigación sobre los determinantes del crecimiento de las PYME (pequeñas y medianas empresas), Rafiki (2019) el objetivo principal fue examinar que factores están relacionados con el crecimiento de las PYME en el Reino de Arabia Saudita. El autor empleó un análisis de regresión multivariante con una muestra de 119 gerentes, en el que encontró que la dimensión y la longevidad de la empresa, así como la experiencia y formación del gerente tienen relación significativa con el crecimiento empresarial. Y considera a la capacitación como una subdivisión de la educación, lo que se ve revelado en el incremento de ventas bajo la teoría de recursos.

Por su parte, El Shoubaki et al. (2020) en su investigación sobre capital humano y crecimiento de las PYME buscan establecer si dicho capital es factor importante en el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, para lo cual emplean datos de la Oficina Nacional de Estadísticas de Francia (INSEE). La investigación longitudinal se realizó en los años 2002 a 2007 y sus resultados muestran que el capital humano de los propietarios - gerentes es un factor importante en el crecimiento de las pequeñas empresas en ese país.

Por otro lado, Vaz (2021), en su investigación sobre crecimiento empresarial, revisa y unifica la literatura sobre los factores determinantes para dicho crecimiento; como base de su revisión, consideró 165 artículos que proporcionan diferentes aspectos, encontrando que el recurso humano y la planificación estratégica (factores internos), así como la tecnología (factor externo) son factores determinantes en el crecimiento de las empresas.

2.2. Marco teórico y estudios de investigaciones aplicadas de las variables Independientes

En el presente apartado abordaremos las variables independientes como planeamiento estratégico, capacitación, innovación, tecnología y orientación a la calidad.

2.2.1. Variable independiente planeamiento estratégico

En este apartado nos centraremos en el planeamiento estratégico como un factor que influye en el crecimiento de las pequeñas empresas, adoptando un enfoque administrativo para aterrizar en la teoría de recursos y capacidades

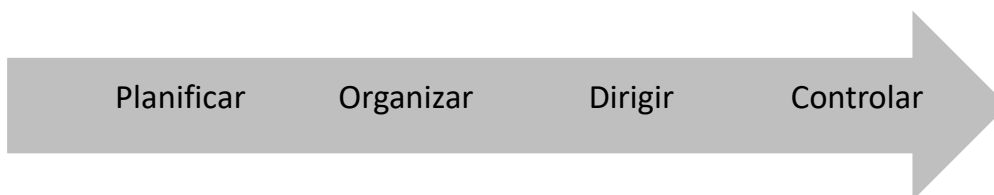
a) Teorías de la variable planeamiento estratégico

b) Desde el enfoque mencionado anteriormente, el planeamiento estratégico inicia con las funciones de la administración para después ser parte importante del proceso administrativo. A su vez, este proceso ha recibido una contribución significativa a través del modelo propuesto por el profesor Deming (1989).

- **La planeación desde el enfoque administrativo**

Según Henri Fayol (1916), en la teoría clásica de la administración se consideran las funciones: 1) planificar, 2) organizar, 3) dirigir y 4) controlar. Ver Gráfica 4.

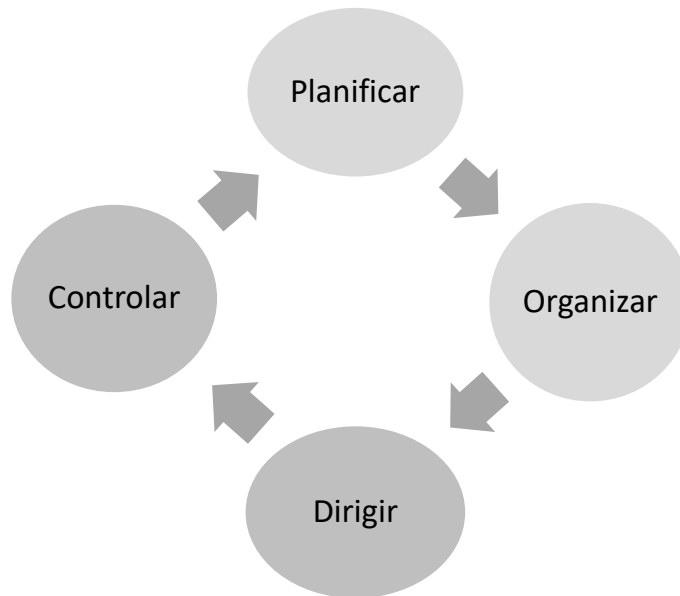
Gráfica 4. Funciones administrativas



Fuente: elaboración propia con referencia en Fayol (1916).

Posteriormente, este autor manifiesta que las funciones relacionadas en un proceso secuencial nos dan como resultado el proceso administrativo, el cual es cíclico, dinámico e interactivo. Ver Gráfica 5.

Gráfica 5. Proceso administrativo



Fuente: elaboración propia con referencia.

Deming (1989) Incluyo en el Japón el ciclo Planear, Hacer, Verificar y Actuar (PHVA) como un instrumento para acrecentar la calidad y diligenciar las labores de las empresas. Este ciclo, originalmente atribuido a Walter Shewhart, es un programa que promueve el enfoque basado en procesos, al organizar de manera secuencial el proceso de mejora continua. Se puede describir de manera concisa de la siguiente manera:

Planificar: Consiste en instaurar los objetivos y procesos requeridos para lograr hallazgos que cumplan con las necesidades del cliente y las políticas de la empresa.

Hacer: Instaurar los procesos.

Verificar: Se centra en el monitoreo y la evaluación de los procesos y productos en relación con las políticas y requisitos establecidos (seguimiento constante).

Actuar: tomar medidas para mejorar continuamente el rendimiento del proceso.

Como podemos apreciar, la planificación es considerada una función fundamental en la administración y ha sido reconocida como tal desde los primeros enfoques de la administración moderna. Henri Fayol, considerado uno de los padres de la administración, destacó la importancia de la planificación como una de las funciones clave de la administración.

- **La planeación desde el enfoque económico**

Mintzberg y Quinn (1995) exponen una serie de premisas relacionadas al planeamiento estratégico, que se describen a continuación.

1) La formulación del planeamiento estratégico se considera un proceso lógico, controlado y juicioso; por tanto, no están conducidas a la acción, sino que se precisan en el pensamiento, lo que denota falta de fusión entre modelar y actuar.

2) El compromiso con el control y la intención estratégica en una organización está estrechamente relacionado con el líder ejecutivo más alto. En cualquier parte de la organización puede haber un estratega que en cualquier momento está en condiciones de planear, porque ha desarrollado una mentalidad estratégica y tiene pericia. Esto se relaciona con la teoría previa en la que se resaltó el rol del director.

3) El planeamiento estratégico es un proceso particular que requiere un enfoque creativo de diseño. De esta manera, el hallazgo final será único. Lo mejor no deriva del estudio a conciencia. Tener en consideración que una estrategia requiere que quien la propone demuestre una decidida determinación y compromiso para llevarla a cabo. Mintzberg y Quinn señalan que quien planea debe estar en condiciones de moldear la situación para que la situación esté a su favor.

- **Teoría de recursos y capacidades**

Hay un amplio y creciente interés en el análisis de la planificación estratégica como ventaja competitiva sostenida de las empresas. Uno de los estudios relevantes en este campo es el realizado por Thune & House (1970), quienes señalan que la planificación formalizada a largo plazo en sectores farmacéuticos y de maquinaria brindó ventajas competitivas significativas sobre las que no implementaron dicho enfoque estratégico. Otros autores, como Pearce et al. (1987), estudiaron la planeación estratégica como recurso firme. Por otro lado, Se ha observado que cada vez más empresas están adoptando la práctica de la planeación estratégica, lo que esta no es un recurso raro como lo afirmaban Kudla (1980) y Steiner (1983). Estos autores sostenían que el origen de la planeación estratégica se remonta a la década de 1950, cuando predominaban la dirección y la planeación operativa centrada en la gestión de problemas a corto y mediano plazo en áreas específicas.

Por otro lado, es importante destacar que el tipo de dirección que se llevaba a cabo por parte de los niveles directivos de la empresa se consideraba estratégico.; esta proporcionaba una guía, dirección y límites para todos los procesos operativos de la organización y se caracterizaba por tener una visión a largo plazo. Esto no significa que las organizaciones que realizan la planeación estratégica no obtienen una ventaja competitiva sostenida, lo que se debe a que identifican otros recursos después de su evaluación interna y externa.

Posteriormente, Kaplan y Norton (1992) manifiestan que, si algo no puede ser medido, no puede ser mejorado. En la planeación estratégica, se establecen objetivos corto, mediano y largo plazos y la evaluación y el control son fundamentales para conducir y evadir las alteraciones del comportamiento del entorno, así como para realizar los ajustes pertinentes en las estrategias que permitan alcanzar los resultados. Estos autores introdujeron el cuadro de mando integral (CMI), lo que permitió que los gerentes pudieran medir y mejorar la gestión de sus activos intangibles.

Para Cantú et al. (2009), señala en su estudio sobre generación y transferencia de conocimiento de las PYME, que la planeación estratégica ha evolucionado junto con la teoría de gestión del conocimiento. Los autores fundamentan su investigación en las ideas de Nonaka (1995), quien sostiene que el conocimiento de la empresa es el recurso excepcional, único e inigualable y una fuente de ventaja competitiva, bajo Partiendo del supuesto de que las empresas están constituidas en torno al conocimiento.

b Definiciones

En el presente apartado mostramos las definiciones de planeamiento estratégico de los distintos autores revisados (ver Tabla 12) y elaboramos el concepto de planeamiento estratégico a partir de ellas.

Tabla 12. Definiciones de planeamiento estratégico

Variable Y	Autor	Definición
Planeamiento estratégico	Steiner (1983)	El planeamiento estratégico es el sacrificio metódico formal de una empresa para implantar sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias fundamentales para desarrollar planes minuciosos con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias logrando así los objetivos y propósitos centrales de la organización.
	Ossorio (2003)	Es un proceso continuo de adecuación de la aplicación de la energía social a los cambios situacionales esforzándose por sostener la direccionalidad en la confusión de las circunstancias que se presentan en el camino trazado hacia los objetivos propuestos.
	Bateman y Snell (2005)	Es un conjunto de procedimientos con el objetivo de tomar decisiones respecto de los objetivos y estrategias de largo plazo de la empresa.
	Centro Nacional de Planeamiento Estratégico - CEPLAN (2015)	Es el proceso sistemático edificado sobre el análisis continuo de la situación actual y del pensamiento canalizado al futuro, el cual origina información para la toma de decisiones con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos establecidos.

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con lo anterior, definimos el planeamiento estratégico como un proceso sistemático, flexible y evolutivo en el que una organización determina su propósito y dirección futura, en qué ámbito geográfico y cómo se ve en un futuro específico, para que, con base en un análisis interno y externo, establezca las estrategias a futuro con el objetivo de alcanzar resultados esperados, y con una mejora continua (Steiner, 1983; Ossorio, 2003; Bateman y Snell, 2005; CEPLAN, 2015).

c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente planeamiento estratégico con la variable dependiente crecimiento empresarial

Mazzarol et al. (2009), en su investigación “Planeación estratégica en pequeñas empresas orientadas al crecimiento”, se centra en examinar la gestión de los propietarios/gerentes que buscan hacer crecer sus empresas. Se trata de un estudio de tipo cuantitativo, realizado con 204 personas en Australia, con una escala de Likert de 5, en el que revelaron que las empresas que tenían un plan formal de planeación estratégica tenían más probabilidades de contar con sistemas formales de calidad y mayor confianza en los sistemas financieros, en comparación con aquellas que no tenían un plan formal.

Por su parte, Estrada et al. (2009) realizan una investigación sobre las barreras que dificultan la planeación estratégica en la PYME, con el propósito de identificar qué factores obstaculizan la implementación de la planeación estratégica en las pequeñas empresas. La muestra se realizó con 130 empresas manufactureras del estado de Hidalgo, en México, y las conclusiones apuntaron que las empresas que dieron mayor consideración a la planificación estratégica lograron una ventaja superior.

En un artículo sobre capacitación en planificación estratégica, Lagos (2013) tiene como objetivo resaltar la relevancia de este tipo de planificación como una herramienta de sostenibilidad y de desarrollo de microempresas. El autor utiliza una metodología de revisión documental, basada en Martínez (2000), y se concreta que la planificación estratégica es elemental para el desarrollo en todos los niveles.

Bermeo y Cordero (2018) en su investigación sobre la competitividad de las microempresas de la zona de muebles de madera del Cantón Cuenca, provincia de Azuay, en el Ecuador, examinan la influencia de la planificación estratégica en la competitividad. El estudio se realizó con 199 microempresas de fabricación de muebles, utilizando ecuaciones estructurales como método de análisis. Los resultados fueron que la planificación estratégica influye de manera positiva sobre la competitividad.

Otro estudio sobre la incidencia de la planificación estratégica en la gestión de empresas es el de Gonzáles y Claros (2018), tienen como finalidad definir la relación entre estos dos aspectos. El estudio adopta un enfoque no experimental, con diseño correlacional de corte transversal y un método de estudio aplicado a 42 empleados de la empresa Pakatnamu, en el que se concluyó que existe una relación positiva y significativa entre la planificación estratégica y la gestión de la empresa.

Por último, referimos la investigación de Vaz (2021) sobre crecimiento empresarial, la cual fue descrita en el apartado 2.1.2.

2.2.2. Variable independiente capacitación

En el presente apartado nos centraremos en el análisis de la capacitación como un factor que influye en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana.

a) Teorías de la variable capacitación.

En esta sección comenzaremos con el tema de la capacitación con la teoría de capital humano, para luego continuar con la teoría de recursos y capacidades, y concluir con la teoría de gestión del conocimiento.

- **Teorías**

Teoría del capital humano

Según Becker (1964/1973), existe una ajustada relación entre el capital humano y el desarrollo económico, la cual se basa en el conocimiento científico y técnico que incrementa la productividad de la mano de obra. La capacitación en el trabajo guarda relación en los países que durante décadas lograron un crecimiento y que realizaron grandes inversiones en educación y capacitación de la fuerza laboral. Según el autor, la capacitación ofrecida por las empresas se puede dividir en dos categorías: capacitación genérica y capacitación específica y/o concreta. La capacitación genérica se centra en resultados generales, como la obtención de un título de posgrado o el desarrollo de habilidades y conocimientos amplios. Por otro lado, la capacitación específica está diseñada para un trabajo o tarea en particular, como el dominio de un programa de computación o el manejo de una máquina específica.

Asimismo, Becker manifiesta que el beneficio del entrenamiento general recae principalmente en el trabajador ya que adquiere habilidades y conocimientos que puede utilizar en diferentes contextos laborales a lo largo de su carrera, mientras el entrenamiento concreto está más enfocado en las necesidades y requerimientos de una empresa en particular, tiende a incrementar la productividad en la empresa que pagó por dicha capacitación, y no le sirve a otra empresa. Por esta razón, las empresas se inclinan por la capacitación específica en lugar de la general.

Para Blundell et al. (1999), la teoría del capital humano en formación o capacitación sea general o específica, incrementa el rendimiento de los empleados, por ende, incrementa la productividad de la empresa, lo cual se ve reflejado en todos los niveles de la economía

Teoría de recursos y capacidades

Penrose (1959), en su libro respecto a la teoría del crecimiento de la empresa, manifestó que esta última es una participación de recursos productivos que conllevan a un crecimiento debido a la existencia de una estructura interna ociosa o recursos subutilizados.

La teoría de recursos y capacidades (TRC) fundamenta el logro de las organizaciones en los recursos y capacidades que estas controlan. Además, los recursos y las capacidades generan rentas, y una adecuada combinación de recursos conlleva al logro y mantenimiento de la ventaja competitiva, según Teece et al. (1997).

Por otro lado, referimos de nuevo la investigación de Barney (1991) sobre recursos firmes y ventaja competitiva, explicada en el apartado 2.1.1., y en la cual el autor menciona que este tipo de recursos considera todos los activos, capacidades, procesos organizacionales, información, conocimiento, entre otros, que, bajo el control de la empresa, pueden ser desarrollados y adoptados en estrategias que aumenten su eficiencia y eficacia. Estos recursos firmes se pueden catalogar en tres clases:

- a) Recursos de capital físico, que incluyen la tecnología (variable independiente) física empleada en la empresa, las maquinarias, equipos y la obtención de materia prima.
- b) Recursos de capital humano, que incluye la capacitación (variable independiente), la experiencia de la alta dirección y empleados de la organización, etcétera.
- c) Recursos de capital organizacional, que incluyen la estructura formal, así como la planificación, organización, dirección y control de la empresa y su entorno.

De la clasificación elaborada por Barney, de los recursos firmes como 1) recursos de capital físico, 2) de capital humano y 3) de capital organizacional, consideramos los segundos, recursos de capital humano o gestión del talento, y en específico la capacitación, los cuales son materia de estudio del presente apartado.

De acuerdo con lo anterior, dentro de las estrategias que la gestión de talento en las organizaciones debe acoger, una de las más destacadas es la capacitación, la cual vislumbra el desarrollo de habilidades que el cliente interno requiere para desempeñarse, en el presente y en su entrenamiento para el desempeño futuro (Calderón y Álvarez, 2006).

La capacitación del personal es un elemento que influye en la renta de las empresas, ya que todo empresario de micro y pequeña empresa debe ser entrenado para encarar con mayores posibilidades de éxito los retos de la competitividad y la globalización (Rodríguez y Gonzáles, 2015).

b) Definiciones

En el presente apartado mostramos las diferentes definiciones de capacitación y referimos la propia. Ver Tabla 13.

Tabla 13. Definiciones de capacitación

Variable Y	Autor	Definición
Capacitación	Blundell et al. (1997)	Se define en términos de cursos diseñados para asistir a las personas a desarrollar habilidades que podrían ser útiles en su trabajo.
	Kitching & Blackburn (2002)	Se puede definir ampliamente como todas las experiencias a través de las cuales las personas aumentan sus conocimientos y habilidades relacionadas con el trabajo.
	Calderón & Álvarez (2006)	Es el desarrollo de habilidades que el cliente interno requiere para desempeñarse en el presente y en su preparación para el desempeño futuro.
	Vizcarra (2009)	La capacitación es un proceso que dirige a la mejora continua y, con esto, a instaurar nuevas formas de trabajo, por lo que la micro y pequeña empresa que lo adopte generará un valor añadido.
	Centurión (2015).	Es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje mediante el cual el cliente interno desarrollan destrezas y capacidades que les permitan un mejor desempeño en sus labores cotidianas.
	Chiavenato (2017)	Es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual el cliente interno alcanza conocimientos, incrementan habilidades y competencias en función de objetivos definidos.

Fuente: elaboración propia.

En consecuencia, con las anteriores definiciones, la capacitación se concibe como un proceso de mejora continua en el que los trabajadores, de forma sistemática y evolutiva, adquieren conocimientos y desarrollan habilidades y competencias para desempeñar o desarrollar actividades laborales específicas (Blundell et al., 1997; Kitching & Blackburn, 2002; Calderón & Álvarez, 2006; Vizcarra 2009; Centurión 2015; Chiavenato, 2017).

c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente capacitación con la variable dependiente crecimiento empresarial

Georgiadis y Pitelis (2016), en su investigación sobre el impacto de la capacitación de empleados y gerentes en el desempeño de pequeñas y medianas empresas, realizaron una encuesta en 430 pequeñas empresas del sector servicios de alojamiento y alimenticios del Reino Unido. Los resultados empíricos del estudio sugieren que dicha capacitación tuvo el impacto positivo más fuerte en la productividad y en la rentabilidad laboral de las empresas.

Bai et al. (2017), en el estudio “Por qué las PYME en las economías emergentes son reacias a brindar capacitación a los empleados: Evidencia de China”, determinaron las motivaciones de la intención de los directores de proporcionar capacitación a sus empleados, en la investigación se empleó una muestra de 533 PYME chinas, se consideraron dimensiones como incremento de la productividad, mejora del rendimiento de la empresa y hacer frente al crecimiento de la empresa, y se realizó un análisis de factores confirmatorios. Los hallazgos muestran que los beneficios de las empresas son una motivación para realizar capacitaciones.

En la investigación “Determinantes del crecimiento de las pequeñas empresas”, Zhou et al. (2018) proporcionan un análisis sobre los determinantes del crecimiento de este tipo de organizaciones en Holanda, aplicando un análisis factorial en el que se consideró como variable dependiente el crecimiento en función de niveles de empleo en los años 2003 a 2005. Se encontró una tasa de crecimiento relativo promedio de la muestra del 36% y un valor medio del 9.8%. Entre las variables independientes, se considera el capital humano, tomando como base

la TRC como un recurso fundamental para el crecimiento de la pequeña empresa, lo que guarda relación con el presente estudio.

Nuel y Chika (2022), en su estudio “Descubriendo la relación entre la formación y el crecimiento empresariales entre las PYME en el sudeste de Nigeria”, examinan la relación entre capacitación y crecimiento empresarial de las PYME en dicha región. El análisis se efectuó con 250 pequeñas empresas, empleando la regresión ordinaria de mínimos cuadrados. Como resultado, se obtuvo que la capacitación tiene un impacto positivo en el crecimiento empresarial de las PYME del sudeste de Nigeria.

2.2.3. Variable independiente innovación

En el presente apartado abordaremos la innovación como factor que incide en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas.

a) Teorías de la variable innovación.

- **Teoría de Schumpeter**

En el libro La teoría del desarrollo económico, Schumpeter (1934) brinda las primeras definiciones de innovación. El autor considera al empresario como un sujeto consciente de elaborar nuevas combinaciones para el crecimiento económico de la organización, por lo que es la persona que innova. Los empresarios son los que, con su propia iniciativa, crean nuevas empresas, nuevos productos o servicios, y se les puede atribuir el mantener la economía capitalista.

Para el autor, el término innovación refiere la fuerza motriz del desarrollo y contempla los siguientes cinco puntos en el panorama de crear nuevas combinaciones:

- a) Inclusión de nuevos bienes o servicios. Un nuevo producto o servicio o una nueva calidad de ambos que ninguna empresa haya dado a conocer. La originalidad se caracteriza en el hecho de que la organización implemente actividades para que los clientes se familiaricen con el nuevo bien o servicio.

- b) Introducción de un nuevo procedimiento de producción. Es un procedimiento en producción o comercialización de productos o servicios que otras empresas de la competencia no tienen.
- c) Apertura de un nuevo mercado. Ocurre cuando la empresa crea un nuevo mercado al que ninguna otra empresa ha ingresado.
- d) Conseguir una nueva fuente de materias primas. Se refiere a la obtención de una nueva fuente de suministro de materia prima.
- e) Establecer una nueva organización de cualquier tipo. Implica la creación de un nuevo negocio o giro que no tenga competencia alguna.

Por consiguiente, para Schumpeter, la innovación es la creación de nuevos productos o servicios, así como la inclusión de nuevos procesos de producción o comercialización, el comienzo de nuevos mercados, la obtención de nuevas fuentes de suministros de recursos y la creación de un nuevo negocio, que ninguna otra empresa ha probado o implementado o en los cuales no ha ingresado aún.

- **Teoría de recursos y capacidades**

Como se vio en el apartado 2.1.1, la teoría de recursos y capacidades (TRC) data de 1984 con la investigación “Una visión de la empresa basada en recursos”, de Binger Wernerfelt.

Si bien la TRC comenzó en ese año, debemos retroceder y citar la obra clásica de Penrose (1959), también ya referida, la cual brinda una teoría acerca de la diligencia efectiva de los recursos de la organización, las oportunidades de diversificación y la gestión estratégica, así como de los vínculos entre los recursos y la generación de nuevas ocasiones para el crecimiento y la innovación.

Por su parte, recurrimos una vez más a Barney (1991) y su investigación sobre recursos firmes y ventaja competitiva, ya desarrollada. establece su teoría en dos corrientes. La primera se refiere al crecimiento basado en los recursos firmes y se realiza en un análisis interno de la organización (fortalezas y debilidades), y la segunda es un modelo ambiental de ventaja competitiva y se efectúa un análisis externo de la organización (oportunidades y amenazas).

La ventaja competitiva es cuando una organización se encuentra implementando una estrategia de creación de valor, la cual no está siendo instaurada en paralelo por ningún competidor actual o potencial.

La ventaja competitiva sostenida, es similar a la ventaja competitiva adicionando que las otras empresas no pueden imitar o duplicar la estrategia y mucho menos obtener los beneficios de esta. Para enmarcarnos en la ventaja competitiva sostenida, el recurso firme debe tener cuatro aspectos:

1. Debe ser valioso. Los recursos valiosos permiten a una empresa formular y establecer estrategias que mejoren su eficiencia y eficacia, donde deben aprovechar sus oportunidades y eliminar o neutralizar sus amenazas, para lo cual realizar un análisis externo es fundamental.
2. Debe ser raro entre los mercados actuales y potenciales. Algunas estrategias requieren la combinación del recurso de capital físico, recurso de capital humano y recurso de capital organizacional para aplicarse, para que un recurso sea valioso o absolutamente único entre el conjunto de empresas competidoras y potencialmente competidoras. Estos recursos generarían una ventaja competitiva sostenida.
3. Debe ser imperfectamente imitable. Los recursos organizacionales y valiosos pueden ser, para algunas empresas, innovadores y estratégicos, porque pueden crear y aplicar estrategias que otras empresas no pueden; ser la primera en moverse o en aplicar una estrategia, y que otras empresas no pueden obtener dichos recursos, determina que la empresa sea imperfectamente imitable.
4. No puede haber sustitutos estratégicamente equivalentes, para que se considere un recurso firme de ventaja competitiva sostenida, es que no exista recurso valioso estratégicamente análogo que sea raro o imitable.

Para Ponce y Zevallos (2017), en su estudio titulado “La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible”, la innovación en las MYPE de Costa Rica y Perú se evidencia en sus procesos y/o modelos de gestión, lo que demuestran con análisis estadístico de esos países. El liderazgo y el entorno de innovación en el que estas empresas se desarrollan hacen visibles las competencias y capacidades necesarias y el tipo de

innovación que generan (más en procesos y prototipo de gestión y menos en productos o en tecnología).

b) Definiciones

En el presente apartado referimos las distintas aportaciones al término de innovación y con base en ellas establecemos una definición propia. Ver Tabla 14.

Tabla 14. Definiciones de innovación

	Variable Y	Autor	Definición
Innovación		Schumpeter (1934)	Es la creación de nuevos bienes o servicios, la implementación de nuevos procesos de producción o comercialización, la apertura de nuevos mercados, la obtención de nuevas fuentes de suministros de recursos o la creación de un nuevo negocio, que ninguna otra empresa ha probado o implementado o en los cuales no ha ingresado aún.
		OCDE (2005)	Es el lanzamiento de un nuevo producto o servicio o proceso mejorado que otra organización de la competencia no tenga.
		Koc & Ceylan (2007)	Es la competencia de una organización para acoger e implementar con éxito nuevas ideas, procesos y productos.
		Therrien, Doloreux y Chamberlin (2011)	Es un proceso engorroso estrechamente relacionado con los cambios en las funciones y diferentes procesos de una organización, con la finalidad de buscar adquirir y/o transformar los recursos en capacidades innovadoras que la diferencien de su competencia.
		Ponce y Zevallos (2017)	Se entiende desde una nueva idea que va a tener valor para el público, puede ser mejorar un proceso, lanzar al mercado un nuevo producto o la mejora de uno existente.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con lo anterior, la innovación es un proceso de creación de nuevos bienes o servicios en el que la organización busca y/o transforma sus recursos en capacidades innovadoras que la diferencien de la competencia (Schumpeter, 1934; OCDE, 2005; Koc & Ceylan, 2007; Therrien et al. 2011; Ponce y Zevallos, 2017).

c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente innovación con la variable dependiente crecimiento empresarial

Demirel y Mazzucato (2012), en su estudio sobre innovación y crecimiento empresarial, investigan el impacto de la primera en el crecimiento de las pequeñas y grandes empresas que cotizan en bolsa. En el estudio utilizan la base de datos COMPUSTAT para considerar los gastos de ventas anuales, empleo e I+D de todas las empresas farmacéuticas que cotizan en bolsa en los Estados Unidos. La investigación es longitudinal entre los años 1950 y 2008, y los hallazgos muestran que, en el caso de la industria farmacéutica, la I+D ha sido efectiva para impulsar el crecimiento empresarial.

Moreno (2016) en su tesis doctoral “El papel de la innovación en el desempeño de las MYPE familiares vs las no familiares” tuvo como objetivo referir el papel de la innovación como medio del logro de la organización familiar comparado con las empresas no familiares y medido a través del crecimiento en ventas totales y la utilidad en los últimos años de permanencia de la empresa, así como la impresión que el empresario tiene del desempeño de la compañía. La investigación fue cualitativa y cuantitativa. La unidad de análisis se conformó por MYPE familiares y no familiares del sector industrial en la zona de la Laguna, la cual se ubica en el centro-norte de México. Los resultados de la investigación señalaron que la competencia global, especificaciones de clientes y la necesidad de incluir tecnología de última generación que represente una ventaja competitiva para las MYPE son factores que impulsan a dichas empresas a la búsqueda de diferenciadores que las hagan permanecer en el mercado con éxito.

Ponce y Zevallos (2017), en la investigación ya referida sobre innovación en la micro y pequeña empresa, muestran evidencia de la generación de innovaciones en las empresas sin que estas tengan que destinar fuertes cantidades de dinero o desarrollar tecnología de última generación, y analizan resultados estadísticos de Costa Rica y Perú. Para Costa Rica, los autores consideraron las estadísticas del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) del 2014; para el Perú, del Ministerio de la Producción (PRODUCE) del 2013. Los resultados muestran que la innovación sí impacta positiva y significativamente en el crecimiento de las pequeñas empresas.

Astudillo (2018), en la tesis doctoral “La innovación en las MIPYMES manufactureras: estudio comparativo entre el Ecuador y la Argentina”, tuvo como propósito realizar un balance

de las actividades de innovación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPYMES) manufactureras ecuatorianas y argentinas, a partir de la sección de innovación y competitividad de la encuesta empresarial que realiza el Banco Mundial. La muestra se considera de la base de datos de esa encuesta, panel 2006-2010. La etiqueta del panel “2006 y 2010” indica empresas entrevistadas en los años 2006 y 2010 solamente. Así, la muestra está compuesta por 56 MIPYMES, las cuales fueron estudiadas mediante el *software* estadístico Stata. Por último, el sector industrial argentino presenta, a sugerencia de esta investigación, un recorrido mayor en el desarrollo de sus procesos innovadores (*inputs, outputs y performance*) en la tipología de la innovación en el producto y en el proceso, con una clara política de apoyo a la infraestructura de ciencia y tecnología. Sin embargo, en el Ecuador se manifiesta un reciente ánimo encaminado a esta cultura innovadora, con un movimiento lento en los últimos años hacia este reto, y con mínimas herramientas para desarrollarla.

2.2.4. Variable independiente tecnología

En el presente apartado abordaremos la tecnología como factor que incide en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas.

a) Teorías y definiciones de la variable tecnología.

Teorías

Teoría de recursos y capacidades

Hace más de 60 años que Penrose (1959) aportó una mejora esencial en la percepción de la envergadura de los recursos internos de una empresa u organización, pero no fue hasta la década de 1980 que Wernerfelt (1984), en su investigación ya referida sobre recursos y rentabilidad, que se entiende como recurso a cualquier activo, tangible o intangible, que se considere como una fortaleza o debilidad de la empresa, como sería nombre de marca, tecnología, personal calificado, procedimientos, entre otros.

Asimismo, la aportación de Barney (1991) sobre recursos firmes y ventaja competitiva, ya referida también, es de importancia para este apartado. El inicio de partida de la teoría de recursos es la necesidad continua de generar tales recursos con base en las circunstancias cambiantes. Para Barney (1991), Wernerfelt (1984) y Powell (1992), el crecimiento óptimo de las organizaciones requiere la utilización de los recursos existentes y la creación y el desarrollo

de nuevos, con la intención de construir una ventaja competitiva que les signifique poseer y desarrollar recursos distintivos: humanos, físicos y organizacionales. Es aquí donde la tecnología y la suma de los conocimientos y habilidades de una empresa u organización proporcionan un medio destacado para que estas construyan recursos distintivos que les permitan obtener ventajas competitivas.

b) Definiciones

En el presente apartado mostramos las diferentes definiciones de tecnología y a partir de ellas establecemos la propia. Ver Tabla 15.

Tabla 15. Definiciones de tecnología

	Variable Y	Autor	Definición
Tecnología		Zahra, Nielsen y Bogner (1999)	La tecnología “determina la capacidad de las nuevas empresas para ofrecer los productos (servicios), obtener la aceptación del mercado, sobrevivir y lograr el éxito financiero”.
		Christensen y Raynor (2003)	El proceso que cualquier empresa utiliza para transformar los insumos, la mano de obra, materiales, capital, energía e información en bienes de mayor valor, con el propósito de generar crecimiento de forma predecible.
		Burgelman et al. (2004)	Los conocimientos teóricos y prácticos, habilidades y maquinarias que se pueden emplear para desplegar productos y servicios, así como sus sistemas de producción y distribución.
		Moorhead y Griffin (2013)	La tecnología se refiere a los métodos utilizados para crear el producto, tanto productos físicos como servicios.

Fuente: elaboración propia.

Con base en estas aportaciones, definimos tecnología como un proceso evolutivo en el que una organización conjuga conocimientos teóricos y prácticos, así como habilidades, equipos y maquinarias que se pueden emplear para desarrollar productos y servicios, con una mejora continua (Zahra et al. 1999; Christensen y Raynor, 2003; Burgelman et al., 2004; Moorhead y Griffin, 2013).

c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente tecnología con la variable dependiente crecimiento empresarial

Para Villacís y Pazmino (2018). En su investigación contribución de la tecnología a la productividad de las pymes de la industria textil en Ecuador. Con el objeto de determinar si la tecnología y el capital son factores de productividad en las empresas textiles, el estudio es longitudinal con un promedio de 70 empresas por año, las pymes del sector manufacturero requieren utilizar maquinaria y tecnología de última generación en la elaboración de sus productos, con la finalidad de que estos tengan un alto estándar de calidad De los hallazgos obtenidos de analizar las pymes pertenecientes al CIU C13 del Ecuador a lo largo del periodo de tiempo entre 2000 y 2014 se demuestra que la productividad se ve más influenciada por el uso de la tecnología.

En su investigación sobre crecimiento empresarial, Vaz (2021) revisa y unifica la literatura sobre los factores determinantes para el crecimiento de las empresas, como se describió en el apartado 2.1.2 y se refirió en el apartado 2.2.1.

2.2.5. Variable independiente orientación a la calidad

a) Teorías y definiciones de la variable orientación a la calidad

Teoría de procesos y calidad

Como se mencionó anteriormente, Deming (1989), alojó en Japón el ciclo Planear, Hacer, Verificar y Actuar (PDCA) como instrumento para mejorar la calidad y diligenciar las actividades de las organizaciones. Este ciclo consiste en una metodología que posibilita la aplicación del enfoque basado en procesos, al organizar el mejoramiento continuo de manera secuencial. También, el Dr. Deming presentó el ciclo del diseño, producción, ventas e investigación de mercados, una proximidad al ciclo de producto en el que se argumenta la cadena de valor.

A ello se suma Ishikawa (1986), quien realizó diversos aportes en su estudio “¿Qué es el control total de la calidad? La modalidad japonesa”, en el que manifestó que la calidad debe adherirse dentro de cada proceso, con la participación de cada empleado de cada división, integrando a los sistemas de costos, el control de inventarios, los despachos y el trabajo cotidiano de las oficinas.

- **Teoría de recursos y capacidades**

Teoría de recursos y capacidades

Referimos, una vez más, la investigación “Una visión de la empresa basada en recursos”, de Wernerfelt (1984), quien analiza los recursos y la rentabilidad, considerando los primeros como un activo tangible (maquinaria, equipos y obtención de materia prima) o intangible (nombre de marca, personal calificado, procedimientos, cultura, habilidades organizativas, liderazgo, etc.) Para la presente variable independiente, orientación a la calidad, consideramos los activos intangibles que se tornan de importancia para obtener resultados. También consideramos que la empresa basa su éxito en los recursos y capacidades controlados por la organización, los cuales dan una ventaja competitiva.

Y para este apartado, reiteramos la teoría de los recursos firmes y la ventaja competitiva, de Barney (1991).

Los activos intangibles o los recursos de capital organizacional son la fuente de donde provienen las capacidades que, a su vez, se establecen en el origen de las ventajas competitivas. Estas capacidades, nombradas competencias distintivas, se determinan como aprendizaje colectivo, habilidades productivas e integración de múltiples herramientas y procedimientos.

Costa y Lorente (2008), en su investigación sobre sistemas de gestión de calidad y resultados empresariales, profundizan en el estudio del efecto de la norma ISO 9001 y la gestión de la calidad total (GCT) en los hallazgos empresariales. La investigación se basa en la TRC y considera como recursos intangibles el liderazgo, las habilidades organizativas y la cultura, entre otras. La población estudiada corresponde a la mayoría de las empresas españolas con más de 100 trabajadores, incluidas en la base de datos del sistema de análisis de balances ibérico (SABI). Se aplicó una encuesta a 2938 empresas y el número de cuestionarios válidos fue de

713; se empleó un análisis longitudinal y los resultados arrojaron que las empresas que implementaron la GCT mejoraron su rentabilidad (ROA) a un 5% de significatividad y su productividad, a un 10% de significatividad.

b) Definiciones

En el presente apartado mostramos las diferentes definiciones de calidad y orientación a la calidad que han ido evolucionando a lo largo del tiempo, y definimos el último término, basándonos en ellas. Ver Tabla 16.

Tabla 16. Definiciones de orientación a la calidad

Variable Y	Autor	Definición
Calidad	Garvín (1987)	La calidad se puede considerar como una noción multidimensional que depende de la percepción de las personas y que cumple con los requisitos del cliente.
	Forza & Filippini (1998)	La orientación a la calidad se define como un órgano-cultura de la calidad en todos los niveles de la empresa para prevenir problemas y producir mejoras continuas en las situaciones existentes.
Orientación a la calidad	Mohr-Jackson (1998)	La orientación a la calidad total es la obligación de toda la organización con la mejora continua para la entrega de la calidad distinguida por el cliente y, en última instancia, la satisfacción del cliente.
	Marinova, Ye y Singh (2008)	Definimos la orientación a la calidad como prácticas de gestión orientadas a lograr altos niveles de calidad de servicio y satisfacción del cliente.
	Mehra, Joyal y Rhee (2011)	La orientación a la calidad representa un compromiso filosófico para incrementar y mantener una ventaja competitiva sostenible basada en la calidad que conduzca a un mayor rendimiento empresarial.

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con lo anterior, definimos la orientación a la calidad como un compromiso de toda la organización con la mejora continua para lograr altos niveles de calidad de servicio y satisfacción del cliente (Forza & Filippini, 1998; Mohr-Jackson, 1998; Marinova et al. 2008; Mehra et al. 2011).

c) Investigaciones aplicadas de la variable independiente orientación a la calidad con la variable dependiente crecimiento empresarial

En el estudio de Costa y Lorente (2008) antes referido, la población válida fue de 713 empresas, que constituyó el 23.25% de tasa de respuesta. El tipo de investigación fue longitudinal de cinco años; se consideró como variable independiente la rentabilidad de las empresas empleando el ROA y se realizó un análisis factorial. Los resultados mostraron que las organizaciones o empresas que aplicaron la gestión de la calidad mejoraron su rentabilidad en un 5% de significancia.

Mehra et al. (2011), en su investigación acerca de la orientación a la calidad como filosofía de operaciones para la mejora del desempeño comercial en los servicios bancarios, buscaron el impacto de la adopción de la orientación a la calidad para incrementar el rendimiento de una empresa. La muestra fue de 530 bancos minorista de Estados Unidos; se realizó un análisis factorial y se consideró el ROA como variable independiente de rentabilidad de las empresas. Los resultados muestran que la orientación a la calidad puede mejorar dicho rendimiento.

Por último, Khan y Naeem (2018), en el estudio “El impacto de la orientación estratégica de calidad en la innovación capacidades y crecimiento sostenible del negocio”, manifiestan que en el mundo globalizado existe una competencia muy intensa de los mercados y las expectativas de los clientes son cada vez más elevadas. Por lo tanto, el entorno empresarial se ha vuelto muy competitivo y para mantenerse y crecer, las empresas deben mejorar la calidad de sus productos y/o servicios, ser innovadoras y satisfacer las necesidades del cliente. Los autores muestran que la orientación estratégica de calidad tiene un impacto positivo significativo en el crecimiento sostenible del negocio (H3), indicando la importancia de la calidad estratégica para el éxito del sector servicios.

2.3. Hipótesis operativas

En el caso de investigaciones con enfoque positivista y de manera predominante cuantitativo, las hipótesis son explicaciones tentativas con relación al problema planteado. Por lo que la hipótesis general de este estudio es:

Los factores planeamiento estratégico, capacitación, innovación, tecnología y orientación a la calidad inciden en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana.

Las hipótesis operativas:

H1 = El planeamiento estratégico es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana

H2 = La capacitación es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana

H3 = La innovación es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana

H4 = La tecnología es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana

H5 = La orientación a la calidad es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana

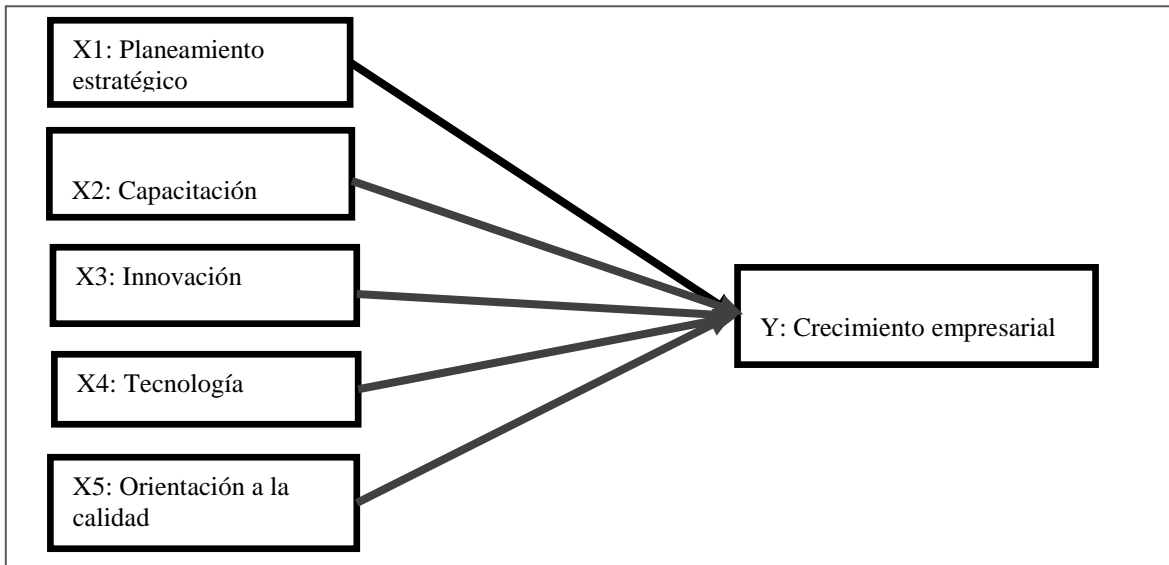
Modelo esquemático de la hipótesis.

$$Y = f (X1, X2, X3, X4, X5,)$$

2.3.1. Modelo gráfico de la hipótesis

En el presente apartado mostramos en modelo grafico de las variables independientes planeamiento estratégico, capacitación, innovación y orientación a la calidad que inciden en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas. Ver Gráfica 6

Gráfica 6. Modelo gráfico de variables



Fuente: elaboración propia

2.3.2. Modelo de relaciones teóricas con las hipótesis

En la presente tabla mostramos la relación que sustenta el vínculo teórico de la variable crecimiento empresarial, así como de las variables independientes, además de las diferentes investigaciones que lo sustentan. Ver Tabla 17.

Tabla N°17. Tabla de relación estructural hipótesis - Marco teórico

Referencia (Autor- año)	Planeamiento estratégico (X1)	Capacitación (X2)	Innovación (X3)	Tecnología (X4)	Orientación a la Calidad (X5)	Crecimiento empresarial (Y)
Davidsson et al. (2002)						X
Costa y Lorente. (2008).					X	
Kirkwood (2009).						X
Mazzarol et al. (2009)	X					X
Estrada et al. (2009).	X					X
Barbero et al. (2011)						X
Mehra et al. (2011).					X	
Gill y Biger (2012),						X
Demirel y Mazzucato (2012)			X			X
Lagos (2013).	X					X
Moreno (2016)			X			
Ponce y Zevallos (2017).			X			X
Astudillo (2018)			X			
Rafiki (2019).		X				X
El Shoubaki et al. (2020).						X
Vaz (2021).	X			X		X
Lagos, A. (2013).	X					X
González y Claros (2018).	X					
Georgiadis y Pitelis (2016).		X				X
Bai et al. (2017).		X				X
Zhou et al. (2018)		X				X
Bermeo y Cordero (2018).	X					X
González et al. (2018).	X					X
Khan y Naeem (2018).					X	X
Nuel et al. (2022).		X				X

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

En el presente capítulo, se muestra la estrategia metodológica que se utilizó para llevar a cabo el estudio. En primera instancia se explica el tipo y el diseño de investigación empleados; posteriormente, se conocerá el enfoque, el diseño y su alcance, así como la población objetivo y los métodos de análisis de datos empleados en este estudio.

3.1. Tipo y diseño de la investigación

A continuación, se explica el enfoque, tipo y diseño del presente estudio, lo cuales han sido elegidos considerando los objetivos e hipótesis de investigación.

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación se desarrolla en diferentes niveles, exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo.

Este estudio es exploratorio porque se inicia en un escenario poco investigado en Lima Metropolitana, en el Perú. Es descriptivo porque pormenoriza el comportamiento de las personas y pequeñas empresas, brindando un conocimiento de los hechos reales. Es correlacional porque mide el grado de relación que existe entre dos o más variables y muestra la causa – efecto del fenómeno, las propiedades y particularidades de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana. Encontrar la correlación y grado de asociación (Hernández et al., 2014). El análisis descriptivo y correlacional se presenta en trabajos como el de Ibarra al. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California, en el que se mide la asociación de las variables X (planeación estratégica, aseguramiento de la calidad, recursos humanos, entre otros) sobre la variable Y (competitividad) considerando estadísticas descriptivas y asociaciones. Por último, el estudio es explicativo porque busca encontrar la casualidad y el porqué de las variables mediante los resultados de análisis.

El presente estudio es de enfoque cuantitativo debido a que se lleva a cabo por fases secuenciales y se emplea el acopio de datos para probar estadísticamente las hipótesis estableciendo la relación o grado de asociación que existe entre las variables (Creswell, 2013;

Hernández et al. 2014). Y, una vez analizados e interpretados los hallazgos se generalizan dichos resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población (Pita & Pertegas, 2002), con el fin de establecer patrones de comportamiento. Según su finalidad, la investigación es aplicada, ya que busca resolver problemas de una realidad empresarial y busca proponer nuevas herramientas para el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas y disminuir el alto nivel de bajas a nivel Lima Metropolitana.

3.1.2. Diseño de la investigación

La presente investigación es de diseño no experimental, ya que las variables no fueron manipuladas deliberadamente; es decir, no se modificaron de manera intencional las variables independientes. Lo que se realizó, elementalmente fue un análisis de percepción con resultados cuantitativos de los datos obtenidos (Hernández et al. 2014). Este tipo de diseño no experimental lo encontramos en el trabajo “Barreras de crecimiento de las pequeñas empresas en Canadá”, de Gill et al. (2012).

El estudio es de tipo transversal porque se acopiaron datos en un solo momento, en un rango de tiempo único o periodo específico, el cual se llevó a cabo entre enero a octubre del 2022. Su finalidad fue describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. En ese sentido, se midió la relación entre cada una de las variables independientes y su consecuencia causal en la variable de crecimiento empresarial de las pequeñas empresas (Creswell, 2013). La investigación de tipo transversal es muy empleada, como en el estudio de De Jong et al. (2006). Determinantes de la innovación de productos en pequeñas empresas.

Asimismo, en esta investigación se empleó técnica documental, porque se realizó una búsqueda de información relevante. La técnica bibliográfica, porque se recopiló las citas de autores en APA. Y la técnica de campo, con el objeto de recoger la información de la realidad.

3.2. Métodos de recolección de datos

En la presente investigación se consideró el método de acopio de datos la encuesta, propuesto por Hernández et al. (2014). Seguidamente se definió la población, marco muestral, muestra, unidad de análisis y sujetos de análisis.

3.2.1. Operacionalización de las variables de las hipótesis

El proceso requiere realizar una definición conceptual cada variable para evitar la confusión y, así, darle un sentido concreto dentro de la investigación. Luego se procede a realizar la definición operacional para reconocer los indicadores que permita efectuar su medición de forma empírica. Ver Tabla 18 y Tabla 19

Mostramos los Ítems de las variables y la confiabilidad. La consistencia y confiabilidad la medimos con el Alpha de Cronbach, que mide el coeficiente que refleja que tanto se correlacionan positivamente los elementos de un conjunto.

El Alpha de Cronbach para las variables dependiente y las variables independientes estuvo por encima de 0.7, por lo que los datos que se emplearon en esta investigación son estables y coherentes.

Tabla 18. Operacionalización de la variable dependiente crecimiento empresarial

Variable dependiente	Definición de la variable	Ítems	Citas
Crecimiento empresarial	El crecimiento empresarial es un proceso de mejora continua, para lo cual la empresa realiza un análisis interno y externo (fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades) con la finalidad de establecer la creación o adquisición de recursos necesarios que se conjugan para obtener una ventaja competitiva que la diferencie de su competencia y le permita crear valor. Para mantener dicha ventaja, la empresa debe mejorar sus procesos de forma constante (Penrose, 1962; Canals, 2000; Pettus, 2001; Charan, 2004; Blázquez, Dorta y Verona, 2006).	<p>Hay un alto crecimiento de la rentabilidad.</p> <p>Hay un alto crecimiento en los ingresos.</p> <p>Hay una mejora en términos de ventas y participación de mercado.</p> <p>Hay un aumento en el número de clientes.</p> <p>Crecimiento de empleados.</p> <p>Crecimiento de las ventas.</p>	<p>Khan, B. A., & Naeem, H. (2018). El impacto de la orientación estratégica de la calidad en las capacidades de innovación y el crecimiento empresarial sostenible. <i>Revista Internacional de Gestión de Calidad y Confiabilidad</i>.</p> <p>Escala de Likert de 1 a 5, con un Alpha de Cronbach de 0.813</p> <p>Kraiczy, N. D., Hack, A., & Kellermanns, F. W. (2015). Orientación de los directores ejecutivos a la innovación e intensidad de la I + D en las pequeñas y medianas empresas: el papel moderador del crecimiento empresarial. <i>Revista de economía empresarial</i>, 85 (8), 851-872.</p> <p>Escala de Likert de 1 a 5, con un Alpha de Cronbach de 0.74</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla 19. Operacionalización de las variables independientes

Variable independiente	Definición de la variable	Ítems	Citas
Planeamiento estratégico	Definimos el planeamiento estratégico como un proceso sistemático, flexible y evolutivo en el que una organización determina a qué se va a dedicar, en qué ámbito geográfico y cómo se ve en un futuro específico, para que, con base en un análisis interno y externo, establezca las estrategias a futuro con el objetivo de alcanzar resultados esperados, y con una mejora continua (Steiner, 1983; Ossorio, 2003; CEPLAN, 2015).	<p>Tengo una visión clara para el futuro de mi negocio.</p> <p>Constantemente estoy identificando amenazas y oportunidades para mi negocio.</p> <p>La empresa en la actualidad cuenta con un PE.</p> <p>El PE cuenta con una misión realista, capaz de lograrse con los esfuerzos solamente del equipo de la organización.</p> <p>El PE cuenta con una visión alcanzable, capaz de lograrse con los esfuerzos solamente.</p> <p>El PE cuenta con un diagnóstico situacional adecuado.</p> <p>Se ha realizado un FODA.</p> <p>El FODA se encuentra correctamente realizado.</p> <p>El PE cuenta con estrategias derivadas del cruce del FODA.</p>	<p>Mazzarol, T., Reboud, S. y Soutar, GN (2009). Planificación estratégica en pequeñas empresas orientadas al crecimiento. <i>Revista internacional de investigación y comportamiento empresarial</i>. Escala de Likert de 1 a 5</p>
Capacitación	La capacitación se concibe como un proceso de mejora continua en el que los trabajadores, de forma sistemática y evolutiva, adquieren conocimientos y desarrollan habilidades y competencias para desempeñar o desarrollar actividades laborales específicas (Blundell et al., 1997; Calderón & Álvarez, 2006; Kitching & Blackburn, 2002; Chiavenato, 2017).	<p>Hacer frente al crecimiento del negocio.</p> <p>Aumento del compromiso del cliente interno con la empresa.</p> <p>Aumento de la productividad laboral.</p> <p>Mejorar el rendimiento del negocio o ayudar al negocio.</p> <p>'La alta dirección de nuestra empresa enfatiza el valor de los empleados competentes.</p> <p>La alta dirección en nuestra empresa muestra una visión clara del desarrollo de los recursos humanos.</p> <p>La alta dirección en nuestra empresa está altamente dedicada al desarrollo de empleados altamente competentes.</p>	<p>Bai, Y., Yuan, J., & Pan, J. (2017). Las pymes de las economías emergentes se muestran reacias a brindar capacitación a sus empleados: evidencia de China. <i>Revista internacional de pequeñas empresas</i>, 35 (6), 751-766. Con un Alpha de Cronbach de 0.93</p> <p>Zhao, Y. y Thompson, P. (2019). Inversiones en capital humano gerencial: Explicaciones de las teorías prospectivas y de enfoque regulatorio. <i>Revista internacional de pequeñas empresas</i>, 37 (4), 365-394.</p> <p>Escala de Likert de 1 a 5, con un Alpha de Cronbach de 0.89</p>

Variable independiente	Definición de la variable	Ítems	Citas
Innovación	ES un proceso de creación de nuevos productos o servicios en el que la organización busca y/o transforma sus recursos en capacidades innovadoras que la diferencien de la competencia (Schumpeter, 1934; OCDE, 2005; Koc & Ceylan, 2007; Therrien, Doloreux y Chamberlin, 2011; Ponce y Zevallos, 2017).	<p>Implementamos regularmente pequeñas adaptaciones a los productos y servicios.</p> <p>Introducimos productos y servicios mejorados para nuestro mercado local.</p> <p>Ampliamos los servicios para los clientes existentes.</p> <p>Innovación se considera como una mejora eficiente de la provisión de productos/servicios.</p> <p>Respeto la capacidad de los miembros del equipo para funcionar creativamente.</p> <p>Trato de ser flexible y adaptarme continuamente al cambio estoy abierto y sensible al cambio.</p> <p>Trato de ayudar en el desarrollo de nuevas ideas.</p> <p>Quiero proporcionar recursos adecuados a la innovación.</p> <p>Quiero dar tiempo adecuado para perseguir ideas creativas y reconozco públicamente a aquellos que son innovadores.</p> <p>Nuestra empresa es creativa en sus métodos de operación.</p> <p>La administración busca activamente ideas innovadoras.</p> <p>En nuestra empresa, estamos muy abiertos a innovaciones (por ejemplo, relacionadas con productos o procesos).</p>	<p>Khan, B. A., & Naeem, H. (2018). El impacto de la orientación estratégica de la calidad en las capacidades de innovación y el crecimiento empresarial sostenible. <i>Revista Internacional de Gestión de Calidad y Confiabilidad</i>. Escala de Likert de 1 a 5, con un Alpha de Cronbach de 0.84</p> <p>Kraiczky, N. D., Hack, A., & Kellermanns, F. W. (2015). Orientación de los directores ejecutivos a la innovación e intensidad de la I + D en las pequeñas y medianas empresas: el papel moderador del crecimiento empresarial. <i>Revista de economía empresarial</i>, 85 (8), 851-872. Escala de Likert de 1 a 5,</p> <p>Milfelner, B., Dlačić, J., Snoj, B., & Selinšek, A. (2019). Importancia de los recursos de innovación para el vínculo entre la orientación al mercado y el desempeño financiero: papel mediador de la orientación proactiva al mercado. <i>Naše gospodarstvo / Our economy</i>, 65 (4), 1-13. Escala de Likert de 1 a 7.</p>
Variable independiente	Definición de la variable	Ítems	Citas
Tecnología	Definimos tecnología como un proceso evolutivo en el que una organización conjuga conocimientos teóricos y prácticos, así como habilidades y artefactos que se pueden utilizar para desarrollar productos y servicios, con una mejora continua (Zahra y Bogner, 1999; Christensen y Raynor, 2003; Burgelman et al., 2004; Moorhead y Griffin, 2013).	<p>Utilizamos tecnologías sofisticadas en nuestro nuevo desarrollo de productos</p> <p>Nuestros nuevos productos están siempre en el estado de la técnica</p> <p>La innovación tecnológica, basada en resultados de investigación, es fácilmente aceptada en nuestra organización</p> <p>La innovación tecnológica es fácilmente aceptada en nuestro programa/proyecto management.</p> <p>Nuestros principales competidores emplean tecnología de ultima generacion.</p> <p>La tecnología que empleamos es la misma que la de la mayoría de las firmas en el sector, y sólo invertimos cuando verificamos que los competidores obtengan buenos resultados.</p> <p>La tecnología adquirida por la firma o su uso posiciona a la firma por delante de los competidores.</p> <p>Desarrollo interno de la tecnología que utilizamos con el fin de obtener mejores resultados que la competencia.</p>	<p>Leng, Z., Liu, Z., Tan, M., & Pang, J. (2015). Líderes de velocidad y campeones de calidad. <i>Decisión de gestión</i>. Escala de Likert de 1 a 7, con un Alpha de Cronbach de 0.945</p> <p>Rubio, A., & Aragón, A. (2009). Comportamiento competitivo de las pymes: recursos y estrategias estratégicas. <i>Investigación en Gestión: Revista de la Academia Iberoamericana de Gestión</i>.</p>
Variable independiente	Definición de la variable	Ítems	Citas
	Es un compromiso de toda la organización con la mejora continua para lograr altos niveles de calidad de servicio y satisfacción del cliente (Forza & Filippini, 1998; Mohr-Jackson, 1998;	<p>Nuestra empresa invierte y promueve la calidad educación y formación de forma regular que apoya los objetivos de calidad y rendimiento de la empresa</p> <p>Los gerentes de todos los departamentos inician y participan activamente en actividades de mejora de la calidad</p>	<p>Khan, B. A., & Naeem, H. (2018). El impacto de la orientación estratégica de la calidad en las capacidades de innovación y el crecimiento empresarial sostenible. <i>Revista Internacional de Gestión de Calidad y Confiabilidad</i>. Escala de Likert de 1 a 5, con un Alpha de Cronbach de 0.918</p>

Orientación a la calidad	Marinova y Singh, 2008; Mehra, Joyal y Rhee, 2011).	<p>Nuestra empresa se compromete a mejorar continuamente, mejora de la calidad a todos los niveles organizativos,</p> <p>Los objetivos corporativos medibles y de calidad basada en el tiempo se incluyen en la cultura de calidad y en el desarrollo de planes a largo plazo</p> <p>Nuestra empresa evalúa el grado de satisfacción del cliente de forma regular</p> <p>El personal trabaja en equipo con indicadores de resultados asociados a los objetivos e indicadores de desempeño.</p> <p>El personal mantiene su compromiso constante por mantener y aportar soluciones para aportar estándares de calidad esperados.</p> <p>Los jefes inmediatos realizan seguimiento y control sobre sus actividades desarrolladas y la de sus trabajadores.</p> <p>Entiendo la definición de calidad en términos de un sistema de calidad documentado ISO 9000.</p> <p>Mi negocio ya tiene procedimientos documentados para áreas clave de operación.</p>	Mazzarol, T., Reboud, S. y Soutar, GN (2009). Planificación estratégica en pequeñas empresas orientadas al crecimiento. Revista internacional de investigación y comportamiento empresarial. Escala de Likert de 1 a 5
--------------------------	---	---	---

Fuente: elaboración propia

3.2.2. Elaboración del instrumento

El instrumento de medición empleado en la presente investigación es una encuesta, la cual consta de 50 ítems, y cuenta con tres secciones (ver Anexo 1). La primera sección corresponde al perfil del sujeto de estudio, la segunda sección al perfil del objeto de estudio y, por último, la tercera sección es sobre las variables de estudio.

- La primera sección, es el perfil del sujeto de estudio, son los datos personales y consta de cuatro preguntas sobre: sexo, edad, estado civil y estudios.
- La segunda sección es el perfil de la empresa, y consta de cinco preguntas sobre la relación con esta, así como tipo, tamaño, ubicación y razón social de la empresa.
- La tercera sección es sobre las variables de estudio y consta de 41 preguntas; La variable dependiente, crecimiento empresarial (Y), consta de seis preguntas. Las variables independientes constan cada una, del siguiente número de preguntas: planeamiento estratégico (X1), siete preguntas, capacitación (X2), siete preguntas, innovación (X3), siete preguntas, tecnología (X4), seis preguntas, y por último, orientación a la calidad (X5) ocho preguntas.

Para medir cada una de las variables se utilizó la escala Likert de 6 puntos, con la finalidad de evitar el sesgo que se encontró con (la opción “no estoy de acuerdo ni en desacuerdo”), al emplear escala impar, según Dawis (2000). La escala empleada es: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = Muy en desacuerdo, 3 = En desacuerdo, 4 = De acuerdo, 5 = Muy de acuerdo y 6 = Totalmente de acuerdo.

3.2.3. Métodos de evaluación de expertos

Con el objetivo de aplicar la validez de contenido al instrumento de medición (encuesta), elaborado con base en los artículos de investigación obtenidos, se solicitó la revisión y validación de tres doctores expertos, dos de ellos son residentes en el Perú, y un doctor es de México; los formatos de validación se adjuntan a este estudio (ver Anexo 2). Los resultados permitieron corregir y mejorar algunos ítems, y se cambió la escala de Likert de 5 a 6, para evitar el sesgo en la escala 3.

3.3. Población, marco muestral y muestra

En la presente investigación, el objeto de estudio es la pequeña empresa ubicada en Lima Metropolitana y el sujeto de estudio son los propietarios/gerentes. Para determinar la población, consideramos la última estructura empresarial de Lima del 2018, en la que se indica que el 46% de las empresas formales se encuentran ubicadas en Lima Metropolitana, 93.6% son microempresas, y el 5.4% son pequeñas empresas (INEI, 2019). Por lo que el total de pequeñas empresas en Lima Metropolitana es de 59,326. Ver Tabla 20. De este total, solo se consideran las pequeñas empresas que cuenten con algún tipo de organización jurídica, excluyendo las personas naturales y otros, lo que resulta en una población de 51,601 pequeñas empresas.

Tabla 20. Lima Metropolitana; número de empresas según segmento empresarial

Segmento empresarial	2018	
	Absoluto	Relativo
Total	1106853	100%
Microempresa	1036176	93.6%
Pequeña empresa	59326	5.4%
Gran y mediana empresa	10307	0.9%
Administración pública	1044	0.1%

Fuente: elaboración propia, con base en INEI (2018).

Las pequeñas empresas se encuentran segmentadas por su organización jurídica, de modo que consideramos empresas formales con organización jurídica y registro único de contribuyente (RUC). Ver Tabla 21.

Tabla 21. Lima Metropolitana, número de empresas según organización jurídica

Organización jurídica	Pequeña empresa	
	Absoluto	Relativo
Total	59326	100%
Persona natural	6594	11.10%
Sociedad Anónima	36327	61.20%
Sociedad Civil	719	1.30%
Sociedad Comercial de R.L.	4517	7.60%
Empresa Individual de R.L.	9399	15.80%
Asociaciones	639	1.10%
Otros	1131	1.90%

Fuente: elaboración propia. Con base en INEI (2018).

3.3.1. Tamaño de la muestra

En la presente investigación determinamos el tamaño de la muestra considerando las pequeñas empresas por organización jurídica según Tabla 20.

La población (N) es de 51601 pequeñas empresas.

Para determinar la muestra, empleamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NPQ}{(N - 1) \left(\frac{e}{Z}\right)^2 + PQ}$$

Ecuación 1. Cálculo de la muestra para una población finita N.

A continuación, se muestran los valores en cada uno de los significados de la fórmula y el resultado al final del desglose:

Donde:

N	Tamaño de la población	51601
n	Tamaño de la muestra	251
P	Proporción del evento de interés	0.5
Z	Confianza	1.96
Q	Complemento de P	0.5
e	Error tolerado en porcentaje estimado	0.1

3.3.2. Sujetos de estudio

El sujeto de estudio son los propietarios - gerentes de las pequeñas empresas de Lima Metropolitana, del departamento de Lima - Perú, que se encuentran agremiados en la Asociación de Pequeños Empresarios de Lima (APELIMA). Se seleccionó este sujeto porque el propietario/gerente es la persona con mayor interés, conocimiento y poder de decisión en la pequeña empresa, por un lado, y, por otro, porque encontramos investigaciones sobre este tema, como la de Gill y Biger (2012) antes referida.

3.4. Métodos de análisis

En esta investigación se empleó el análisis de regresión lineal múltiple, se verificaron los supuestos básicos del modelo de regresión lineal ;

- Linealidad; test de correlación de Pearson.
- No autocorrelación; por medio de las pruebas de Durbin-Watson

- Multicolinealidad; el cálculo del valor de tolerancia y el índice de factor de inflación de varianza (VIF)
- Normalidad; con la prueba de Kolmogorov - Smirnov.

3.5. Prueba piloto

Con el objetivo de descubrir y subsanar posibles errores, se realizó una prueba piloto a 30 propietarios/gerentes de pequeñas empresas en Lima Metropolitana, evidenciando los resultados en los siguientes párrafos. Para el análisis de la fiabilidad se empleó el *software* SPSS. versión 25.0.

La variable dependiente crecimiento empresarial (Y), compuesta por seis elementos, muestra un coeficiente Alpha de 0.702, un valor considerado aceptable, por lo que se procedió a retirar el ítem CE1. La variable independiente tecnología (X4), compuesta por seis elementos, muestra un coeficiente Alpha de 0.602, un valor considerado cuestionable, por lo que se procedió a retirar un ítem TE4. Las variables independientes planeamiento estratégico (X1), capacitación (X2), innovación (X3) y orientación a la calidad (X5), muestran coeficientes entre 0.7 y 0.8, valores considerados aceptables, por lo que no se retiró ningún ítem. (Ver Tabla 22)

Tabla 22. Alpha de Cronbach sin cambios

Estadísticos de fiabilidad		
Variables	Núm. de ítem con cambios	Alfa de Cronbach
Crecimiento empresarial (Y)	6	0.719
Planeamiento estratégico (X1)	7	0.836
Capacitación (X2)	7	0.736
Innovación (X3)	7	0.759
Tecnología (X4)	6	0.602
Orientación a la calidad (X5)	8	0.848
Total, ítems	41	

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados

Según Magnusson (1978), la validez tiene que ver con qué se mide y lo que se quiere medir, mientras la confiabilidad se refiere a la precisión con que el instrumento mide lo que se quiere medir. George y Mallery (2003) manifiestan las siguientes sugerencias para tener en cuenta a la hora de evaluar los coeficientes de Alpha de Cronbach:

- Alpha de Cronbach > 0.9 es excelente
- Alpha de Cronbach > 0.8 es bueno
- Alpha de Cronbach > 0.7 es aceptable
- Alpha de Cronbach > 0.6 es cuestionable
- Alpha de Cronbach > 0.5 es pobre
- Alpha de Cronbach < 0.5 es inaceptable

Por otro lado, Carmines y Zeller (1979) manifiestan que, como regla general, la confiabilidad no debe ser inferior a 0.80. Y de acuerdo con Huh, Delorme y Reid (2006), el valor de consistencia interna en una investigación exploratoria debe ser igual o mayor a 0.6, y en estudios confirmatorios debe estar entre 0.7 y 0.8.

Como podemos apreciar, la variable dependiente crecimiento empresarial y las variables independientes planeamiento estratégico, capacitación, innovación, tecnología y orientación a la calidad se encuentran entre 0.7 y 0.8. Ver Tabla 23.

Tabla 23. Alpha de Cronbach con cambios realizados

Estadísticos de fiabilidad		
Variables	Núm. de ítem con cambios	Alfa de Cronbach
Crecimiento empresarial (Y)	5	0.813
Planeamiento estratégico (X1)	7	0.836
Capacitación (X2)	7	0.736
Innovación (X3)	7	0.759
Tecnología (X4)	5	0.750
Orientación a la calidad (X5)	8	0.848
Total, ítems	39	

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo daremos a conocer los resultados finales, donde mostraremos, estadística descriptiva, análisis estadístico y la comprobación de la hipótesis planteada en esta investigación.

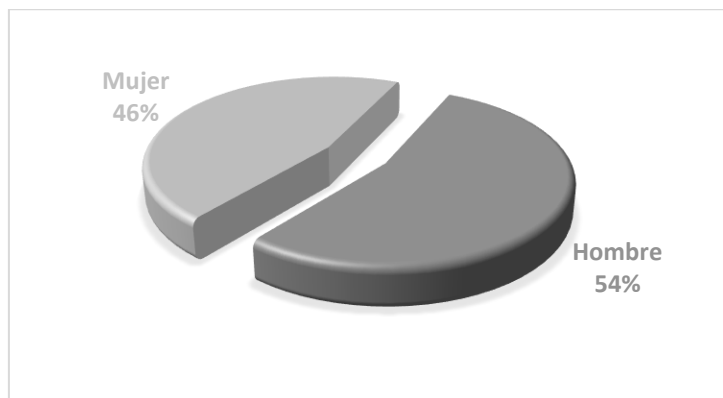
4.1. Resultados finales de la estadística descriptiva del perfil del encuestado

Para la presente investigación se consideró a los propietarios/gerentes de pequeñas empresas de Lima Metropolitana, con la finalidad de obtener información relevante para el estudio, por la razón de que el propietario y/o gerente conoce el funcionamiento de la pequeña empresa.

A continuación, procederemos a mostrar los resultados de las preguntas control:

- Con relación al género, el 45.83% de los gerentes/ propietarios de pequeñas empresas son mujeres, y el porcentaje restante está compuesto por hombres (54.17%). Ver Gráfica 7. Guzmán & Rodríguez (2008), en su investigación sobre comportamiento de las mujeres empresarias, encontraron que la intervención de las mujeres en las empresas difiere según el nivel de desarrollo de los países, pero en ningún caso supera la participación masculina. Por otro lado, la Comisión Europea estima que en la mayoría de los países, regiones y sectores de la Unión Europea los porcentajes de mujeres empresarias se encuentra entre el 25% y el 35% del total (Comisión Europea, DG Empresas, 2002).

Gráfica 7. Género de los propietarios/gerentes

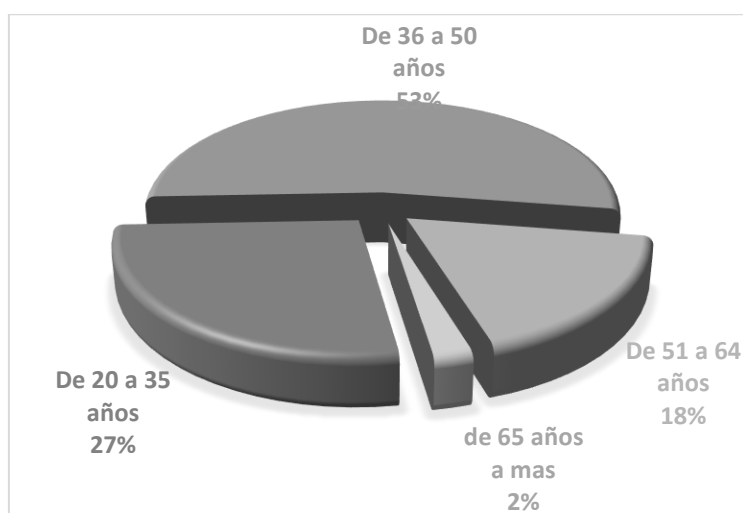


Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

- Con referencia a la edad, el 17.80% de los gerentes/propietarios de pequeñas empresas se sitúa en un rango de 51 a 64 años, y el 53.03%, en un rango de 36 a 50 años, el 26.89% se encuentra en el rango de 20 a 35 años y, por último, el 2.27% está conformado por quienes superan los 65 años. Ver Gráfica 8.

García, Crespo Espert, Pablo Martí & Crecente (2007), en su investigación Perfil de los empresarios y resultados de sus empresas, empleando como base de datos el Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI), encontraron que la mayor parte de los empresarios tiene entre 40 y 50 años y que la edad media con la que inician su actividad empresarial es de 30 años, en la presente investigación no difiere mucho en lo encontrado en España, y se puede decir que el rango de edad de empresarios en las pequeñas empresas en Lima Metropolitana es de 36 a 50 años.

Gráfica 8. Edad de los propietarios/gerentes

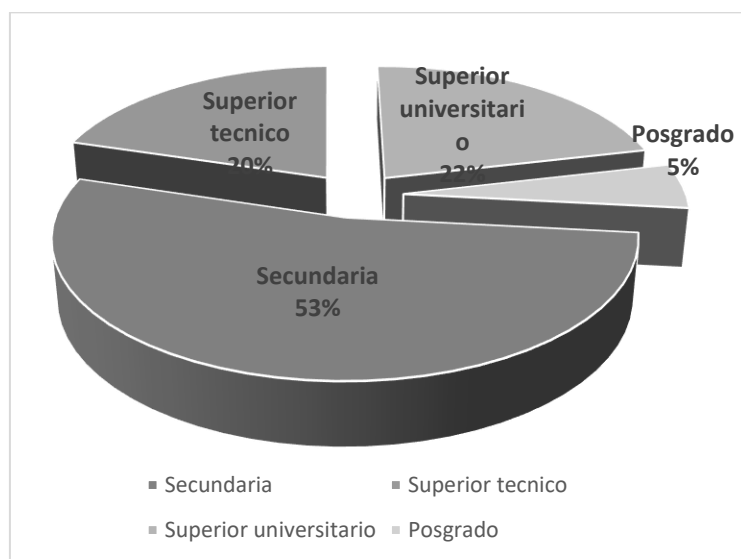


Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

- Con referencia al nivel de estudios de los propietarios/gerentes, el 21.59% cuenta con una formación superior universitaria, el 20.08% tiene una formación superior técnica, el 53.03% está conformado por formación secundaria, y el 5.30% está conformado por estudios de posgrado (Ver Gráfica 9).

Los autores antes referidos encontraron en el mismo estudio que el 40% de los empresarios solo tiene una formación primaria y el otro 40% formación universitaria. Como podemos apreciar, los resultados difieren en los diferentes niveles y resaltamos que el 53.03% solo cuentan con estudios secundarios, lo que podría explicar el desconocimiento de algunas variables independientes.

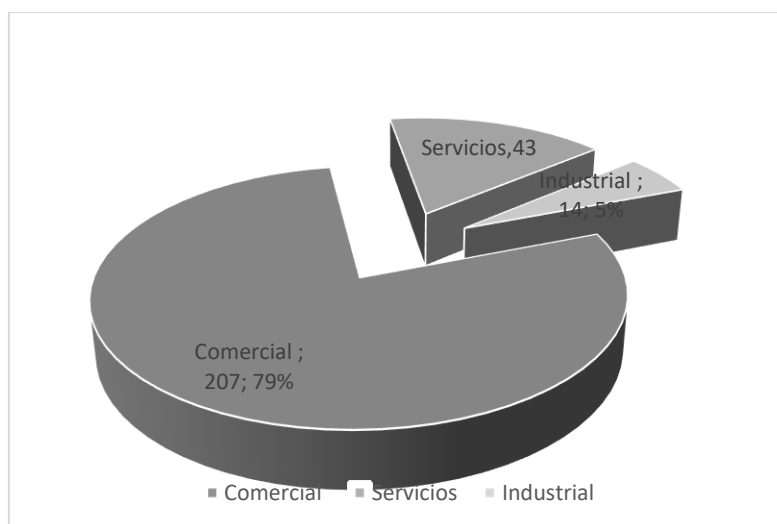
Gráfica 9. Nivel de estudios de los propietarios/ gerentes



Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

- Con respecto al tipo de pequeña empresa, se muestra que el 16.29% de las pequeñas empresas son de servicios, el 78.41% son de tipo comercial y el 5.30% son industriales. Se puede apreciar que las empresas comerciales son más del 78% se debe a que las empresas industriales están desapareciendo esto se debe al incremento de las importaciones por el TLC con algunos países como CHINA. Ver Gráfica 10

Gráfica 10. Tipo de pequeña empresa



Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados

4.2. Análisis estadístico (Regresión lineal multivariable)

4.2.1. Análisis de las medias estadísticas

En su investigación de métodos cuantitativos para un modelo de regresión lineal con multicolinealidad, aplicación a rendimientos de letras del tesoro, Salmerón y Rodríguez (2017) manifiestan que la regresión lineal es una herramienta estadística muy empleada para analizar cómo influye un conjunto de variables en otro, permitiendo la estimación numérica de los signos y magnitudes de los coeficientes en una relación lineal anticipadamente establecida. Ver Tabla 24. Para el presente estudio, se procedió a ingresar los datos recolectados, se empleó el *software* SPSS, versión 25.0, y se obtuvieron los resultados que se muestran a continuación.

Podemos apreciar que de acuerdo con los resultados la variable independiente planeamiento estratégico (X_1) es la que mostro mayor media de 4.7275, y la variable con menor media es orientación a la calidad (X_5), con una media de 4.6084. Con referencia a la desviación, la variable crecimiento empresarial (Y) tiene una desviación estándar de 0.53755, con mayor dispersión, y la variable tecnología (X_4) tiene una desviación estándar de 0.45988, con menor dispersión.

Tabla 24. Estadísticos descriptivos

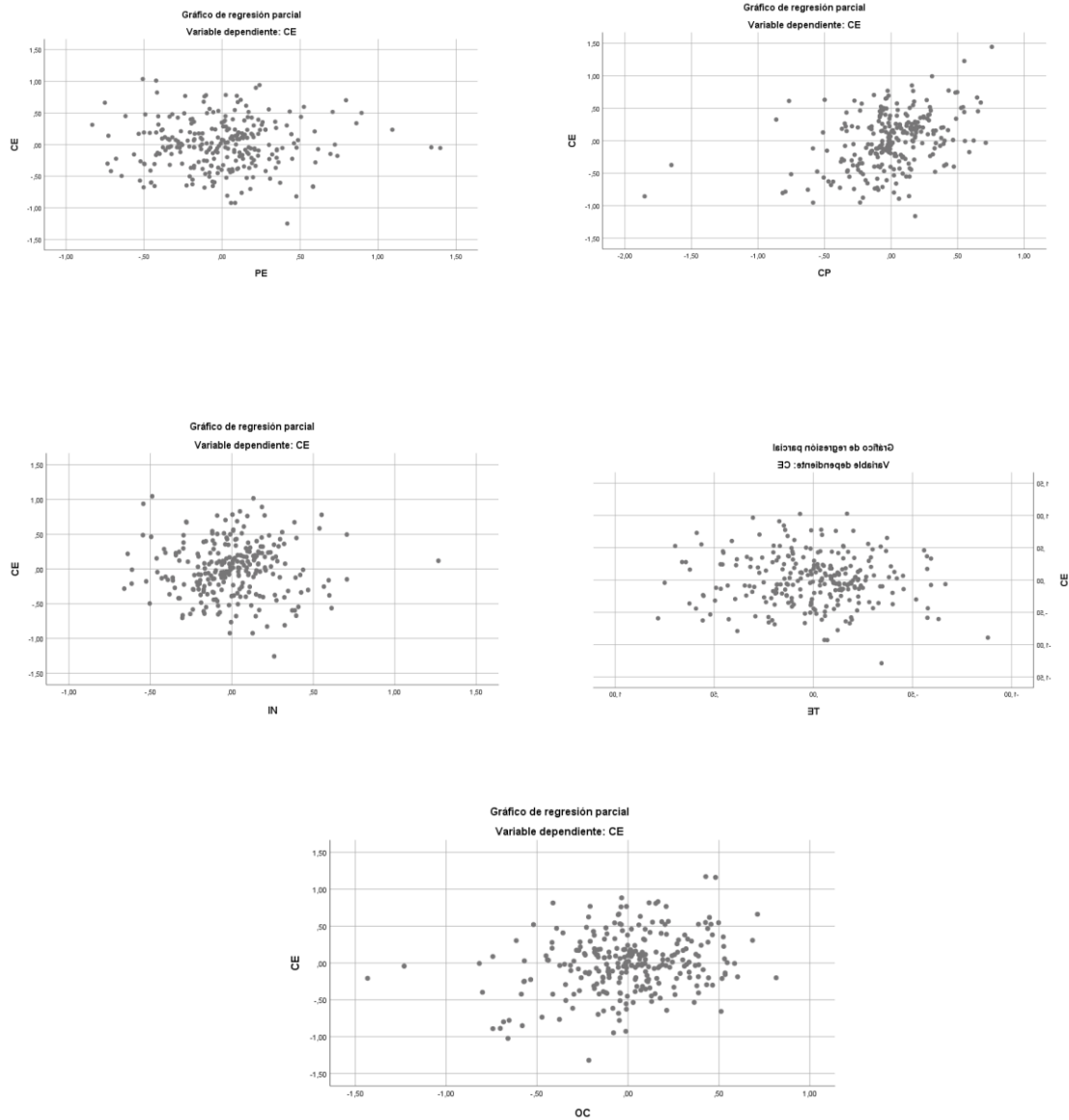
Variable	Media	Desv. Desviación	N
Crecimiento empresarial (Y)	4.6022	0.53755	264
Planeamiento estratégico (X1)	4.7275	0.52103	264
Capacitación (X2)	4.6533	0.49428	264
Innovación (X3)	4.6389	0.48977	264
Tecnología (X4)	4.6489	0.45988	264
Orientación a la calidad (X5)	4.6084	0.48145	264

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

Para comprobar que existe una relación lineal entre la variable dependiente y cada variable independiente, se realizó una verificación visual de las gráficas de regresión parcial de cada variable independiente contra la variable dependiente Baguley (2012). A partir de la visualización, Ver Grafica 11, se puede establecer que en cada una de las gráficas existe una

relación lineal, de mayor o menor grado, y se comprobó que no existe presencia de relaciones curvilíneas en ninguna de las variables

Gráfica 11. Regresión parcial de variable dependiente vs variables independientes



Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

4.2.2. Correlación entre variables

En este apartado mostramos las correlaciones de Pearson del modelo aplicado en la presente investigación.

La variable crecimiento (Y) muestra una correlación positiva fuerte con las variables planeamiento estratégico (X₁), capacitación (X₂), innovación (X₃), tecnología (X₄) y orientación a la calidad (X₅). Indicando que estas relaciones son de utilidad práctica para este estudio, según Cashin (1988), donde manifiesta que, en las ciencias sociales, los valores de los coeficientes de correlación por debajo de 0.20 no tiene utilidad práctica; por otro lado, valores entre 0.20 a 0.49 tiene utilidad práctica y por último valores entre 0.50 a 0.7 tiene una utilidad práctica muy alta. Ver Tabla 25

Tabla 25. Correlaciones entre variables

Variable	Crecimiento empresarial (Y)	Planeamiento o estratégico (X ₁)	Capacitación (X ₂)	Innovación (X ₃)	Tecnología (X ₄)	Orientación a la calidad (X ₅)
Crecimiento empresarial (Y)	1.000	0.566	0.749	0.652	0.618	0.693
Planeamiento estratégico (X ₁)	0.566	1.000	0.640	0.668	0.633	0.717
Capacitación (X ₂)	0.749	0.640	1.000	0.767	0.720	0.723
Innovación (X ₃)	0.652	0.668	0.767	1.000	0.755	0.759
Tecnología (X ₄)	0.618	0.633	0.720	0.755	1.000	0.657
Orientación a la calidad (X ₅)	0.693	0.717	0.723	0.759	0.657	1.000

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

1. Algoritmo paso a paso

En los algoritmos paso a paso se parte de un modelo de regresión inicial, y luego, en cada paso del algoritmo, se incorporan o apartan variables hasta conseguir un modelo satisfactorio (Hernández, 2019), por lo que se establece al conjunto de variables que determina el mejor modelo de regresión lineal posible. Para la presente investigación se aplicó la selección hacia atrás paso a paso:

- a) Selección hacia atrás paso a paso: Las variables independientes se van eliminando, en cada paso, a partir de un modelo inicial que considera a todas las variables independientes disponibles.

2. Resumen de modelo

El algoritmo paso a paso, con el método selección hacia atrás, determino 4 modelos para estimar la variable dependiente crecimiento empresarial; El modelo 1 incluyo a las variables, planeamiento estratégico (X_1), capacitación (X_2), innovación (X_3), tecnología (X_4) y orientación a la calidad (X_5); El modelo 2 excluyo la variable innovación (X_3); El modelo 3 excluyo la variable planeamiento estratégico (X_1), y por último el modelo 4 excluyo la variable tecnología (X_4); Obteniendo finalmente las variables capacitación (X_2) y orientación a la calidad (X_5). Siendo el modelo 4 el modelo final considerado para la presente investigación. (Ver Tabla 26)

Tabla 26. Resumen de modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de estimación	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	Durbin - Watson
1	0.783	0.612	0.605	0.33791	81.510	5	258	0.000	
2	0.768	0.590	0.583	0.38757	0,002	1	258	0.969	
3	0.768	0.590	0.585	0.38687	0,004	1	259	0.949	
4	0.766	0.587	0.584	0.38729	1,865	1	260	0.173	1.894
a). Predictores: (Constante), OC, TE, PE, CP, IN. b). Predictores: (Constante), OC, TE, PE, CP. c). Predictores: (Constante), OC, TE, CP. d). Predictores: (Constante), OC, CP.									

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

3. Análisis de la varianza - ANOVA

El análisis de la varianza de Fisher, conocida como ANOVA, es una prueba paramétrica que se basa en el análisis de las varianzas de las medias muestrales para determinar si las diferentes medias muestrales son de una sola población o de distintas poblaciones, los valores obtenidos mediante ANOVA se establecen, que el valor de R cuadrado es estadística significativa; $F(2,261) = 185.507$, $p < 0.05$. Como el valor del Sig = $0.000 \leq 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula, y el modelo de regresión lineal múltiple es significativo, donde las variables capacitación (X_2) y orientación a la calidad (X_5), explican adecuadamente a la variable dependiente crecimiento empresarial. Ver Tabla 27

Tabla 27. ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
4	Regresión	55.651	2	27.825	185.507	0.000
	Residuo	38.149	261	0.15		
	Total	75.996	263	—		

a). Variable dependiente CE.

b) Predictores: (Constante), OC, CP.

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

4. Coeficientes del modelo

Las variables planeamiento estratégico (X_1), innovación (X_3), y tecnología (X_4) muestran una cercanía a 0.00, lo que denotaría que no existiría cambio en la variable de respuesta. Por otro lado, los valores p son indicadores de relación entre la variable dependiente y la independiente en cuestión, es decir, que las variaciones en la variable predictora tienen una relación con la variable de respuesta, y valores menores de 0.05 demostrarían una relación significativa entre las variables. En ese sentido, las variables independientes consideradas en el modelo 4, capacitación (X_2) y orientación a la calidad (X_5) muestran valores de 0.000 y 0.000 de significancia respectivamente, en consecuencia, la confiabilidad es de 99.99%. Ver Tabla 28

Tabla 28. Coeficientes

Modelo 1	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	β	Desv. Error	Beta	t	Sig.
Constante	0.304	0.260		1.171	0.243
Planeamiento estratégico(X_1)	0.017	0.070	0.015	0.242	0.809
Capacitación(X_2)	0.529	0.076	0.484	6.982	0.000 ✓
Innovación(X_3)	-0.04	0.94	-0.03	-0.41	0.967
Tecnología(X_4)	0.096	0.086	0.073	1.113	0.267
Orientación a la calidad(X_5)	0.296	0.075	0.272	3.948	0.000 ✓
Modelo 2	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	β	Desv. Error	Beta	t	Sig.
Constante	0.303	0.257		1.178	0.240
Planeamiento estratégico(X_1)	0.017	0.070	0.015	0.240	0.811
Capacitación(X_2)	0.528	0.071	0.483	7.450	0.000 ✓
Tecnología(X_4)	0.095	0.081	0.072	1.170	0.243
Orientación a la calidad(X_5)	0.295	0.072	0.271	4.129	0.000 ✓

Modelo 3	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados			
	β	Desv. Error	Beta	t	Sig.	
Constante	0.317	0.250		1.272	0.205	
Capacitación(X_2)	0.530	0.070	0.485	7.546	0.000	✓
Tecnología(X_4)	0.099	0.079	0.076	1.256	0.210	
Orientación a la calidad(X_5)	0.303	0.064	0.278	4.739	0.000	✓

Modelo 4	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados			
	β	Desv. Error	Beta	t	Sig.	
Constante	0.466	0.220		2.118	0.035	
Capacitación(X_2)	0.573	0.061	0.525	9.350	0.000	✓
Orientación a la calidad(X_5)	0.327	0.061	0.300	5.340	0.000	✓

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

Modelo operacional

Por consiguiente, dado los resultados de coeficientes β obtenidos de la regresión lineal multivariable, la ecuación para el presente modelo es el siguiente: Ver Tabla 29

Tabla 29. Ecuación del modelo

$\hat{Y} =$	$\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$
$\hat{Y} =$	$0.466 + 0.573 X_2 + 0.327 X_5 + \epsilon$

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

5. Supuestos del modelo de regresión lineal múltiple

5.1 Multicolinealidad

Con respecto a la multicolinealidad por medio del cálculo de los valores de las medidas de tolerancia y el factor de inflación de varianza (VIF). Según Hair et al, (2010) la tolerancia debe ser mayor a 0.01, y para el VIF debe ser menor a 10, en la presente investigación todos los valores de tolerancia están por encima de 0.40, y para el factor de inflación de la varianza (VIF), para el modelo propuesto se muestra factores menores a 5.00. Ver Tabla 30

Tabla 30. Análisis de multicolinealidad

Elementos del modelo	Tolerancia	VIF
Capacitación (X_2)	0.477	2.096
Orientación a la calidad (X_5)	0.477	2.096

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

5.2 Normalidad

Por otro lado, se comprobó el supuesto de normalidad de la distribución de los residuales, para lo cual se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov, donde se determinó que la H0 se rechaza. Ver Tabla 31.

Tabla 31. Normalidad

	Kolmogorov - Smirnov			Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl.	Sig.	Estadístico	gl.	Sig.
Capacitación (X ₂)	0.048	264	0.200	0,997	264	0,927
Orientación a la calidad (X ₅)	0.073	264	0.200	0,996	264	0,674

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

5.3 Autocorrelación

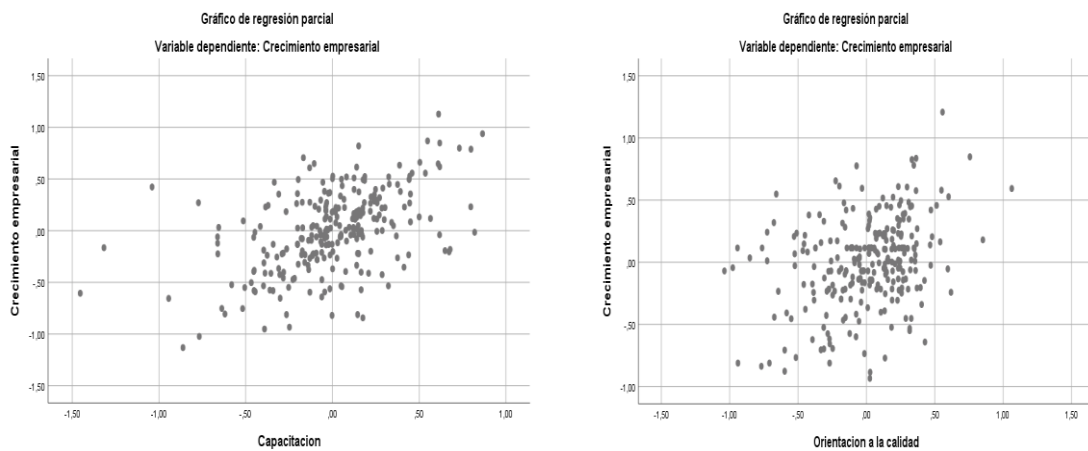
El análisis de regresión multivariable es una técnica estadística empleada para determinar la relación existente entre la variable dependiente con las variables independientes. Se denomina coeficiente de determinación y para calcularlo, empleamos la (r), que es el coeficiente de correlación elevado al cuadrado (r^2); para un coeficiente de determinación que se aproxime a 1.00 se considera que las variables independientes estiman con mayor porcentaje la variabilidad, siempre y cuando se considere el total de las variables propuestas. De no existir significancia en todas las variables, consideramos la R al cuadrado ajustada, que es el coeficiente que se ajusta basándose en el número de variables independientes relativas al tamaño de la muestra según Hair et al. (2014, p.189).

Por otro lado, el estadístico Durbin Watson es un valor empleado para diagnosticar si existe correlación de un conjunto de datos, significa que los errores de las observaciones están correlacionados, subestimando el error estándar de los coeficientes, la teoría nos dice que el rango debe estar entre 1.5 y 2.5 el valor obtenido en la presente investigación es de 1.894. De acuerdo con el coeficiente de correlación (r), de 0.781, que significa que existe un 78.1% de correlación, y un coeficiente de determinación (r^2) de 0.610, que significa que el modelo se estima en un 61.0%. Ver Tabla 26

5.4. Homocedasticidad

Para el análisis de homocedasticidad de los residuos, se elaboró una gráfica de dispersión por cada variable entre los valores predichos y los residuos del modelo final. Ver Grafica 12, en la gráfica se observa que los residuos presentan una dispersión constante a lo largo de los valores predichos, por consiguiente, se determina que los residuos del modelo cumplen el supuesto de homocedasticidad.

Gráfica 12. Dispersión (Homocedasticidad)



Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

4.3. Comprobación de hipótesis

Con la información mostrada, procedemos a presentar el análisis de comprobación de las hipótesis de estudio. La Tabla 32 muestra que dos de las cinco hipótesis planteadas fueron aceptadas, la capacitación y la orientación a la calidad. Las hipótesis H1, H3 y H4 son rechazadas por no cumplir la significancia establecida.

Tabla 32. Resultados de la hipótesis

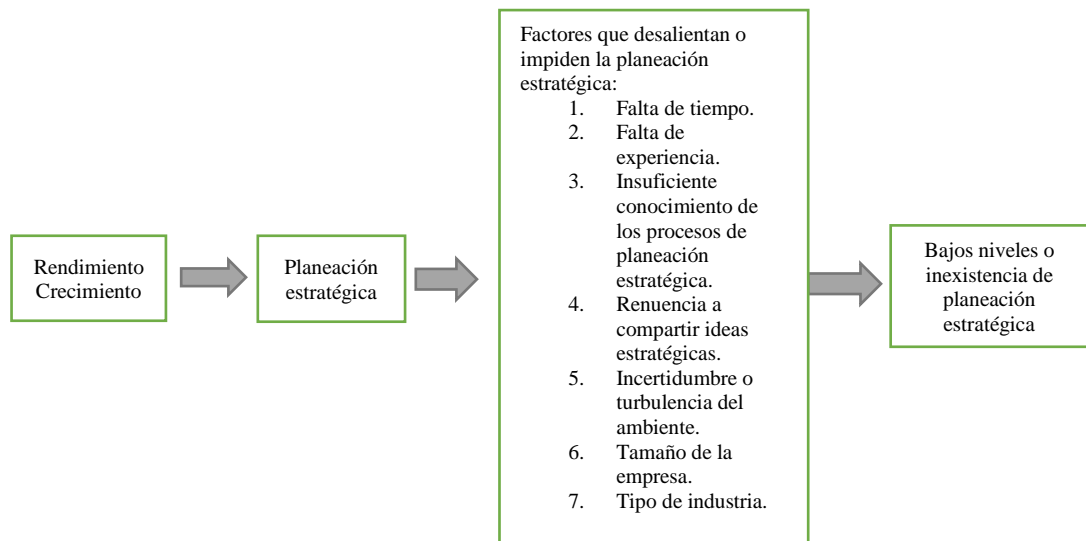
	Hipótesis	β	Sig.	Resultado
H1	El planeamiento estratégico es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana	0.017	0.811	Se rechaza
H2	La capacitación es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana	0.573	0.000	Se acepta
H3	La innovación es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana	-0,04	0.967	Se rechaza
H4	La tecnología es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana	0.099	0.210	Se rechaza
H5	La orientación a la calidad es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana	0.327	0.000	Se acepta

Fuente: elaboración propia a partir de datos recolectados.

La H1: El planeamiento estratégico es un factor que incide positivamente en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana se rechazó. Por lo que dedicamos unas líneas en saber cuáles fueron los posibles motivos, la planificación o el planeamiento estratégico, han sido estudiados ampliamente por diferentes autores, que coinciden en los beneficios para la mayoría de las empresas y hemos desarrollado ampliamente la teoría con diferentes artículos que lo sustentan. Asimismo, encontramos artículos que nos brindan posibles motivos por lo que el planeamiento estratégico se rechazó.

Referimos a Estrada et al. (2009). En su investigación sobre las barreras que dificultan la planeación estratégica en la PYME, la cual fue descrita en el apartado 2.2.1. El propósito de la investigación fue de identificar qué factores obstaculizan dicha planeación en las pequeñas empresas desde la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades (TRC). La muestra se realizó a 130 empresas manufactureras del estado de Hidalgo, en México, la literatura sobre estrategia empresarial propone que es un factor determinante en la productividad del negocio radica en la existencia o inexistencia de la planificación estratégica (Chiavenato, 2005; Rodríguez, 2005), bajo este fundamento es mejor que cualquier empresa realice la planificación estratégica. Sin embargo, la planificación es mínima o inexistente en la mayoría de las PYME (Wang et al., 2005; Rodríguez, 2005), existen diversos factores que desalientan o impiden la planificación. Ver Grafica 13

Gráfica 13. Factores que desalientan o impiden la planeación estratégica



Fuente: elaboración propia con referencia en Wang et al. (2005).

Por otro lado, Cordero, W. (2013). En su artículo. Las pequeñas empresas ignoran la planeación estratégica bajo su propio riesgo, donde manifiesta que los propietarios/gerentes sostienen que administrar y/o gerenciar el negocio les ocupa mucho tiempo, y que no cuentan con espacios disponibles para dedicarlo en la planeación estratégica, considerando que se destinan recursos financieros, humanos y de tiempo, por lo que no están dispuestos en disponer o distraer dichos recursos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados obtenidos en el presente estudio demuestran que se contestó la pregunta central de investigación: ¿Qué factores inciden en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana, Perú?

De las 5 hipótesis del modelo propuesto, 2 son aceptadas con resultados estadísticamente significativos.

Donde encontramos que la capacitación y la orientación a la calidad inciden en el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana ($\beta = 0.573$; $p < 0.05$), ($\beta = 0.327$; $p < 0.05$), respectivamente.

Por otro lado, se cumplió con el objetivo central de investigación; Determinar los factores que permiten tener una incidencia en el crecimiento de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana. Siguiendo la secuencia de los objetivos metodológicos, se buscó indagar y analizar los antecedentes de investigaciones y experiencias empresariales existentes alrededor de los factores que inciden en el crecimiento de la pequeña empresa a nivel nacional e internacional.

- a) Se artículo los fundamentos teóricos que son la base para el análisis teórico conceptual de las variables de estudio (planeamiento estratégico, capacitación, innovación, tecnología y la orientación a la calidad).
- b) Se construyó el instrumento que permitió la recolección de datos en función de las variables de estudio.
- c) Se validó el instrumento de recolección de información a través del juicio de tres expertos en la materia y con experiencia en la ejecución de las variables de estudio.
- d) Se realizó procesamiento y análisis estadístico que evidencien la comprobación de la hipótesis y la correlación de las variables de estudio.
- e) Se elaboró las conclusiones y recomendaciones de conformidad con los hallazgos encontrados en el proceso de investigación.

Discusión

1. Planeamiento estratégico

La variable independiente planeamiento estratégico, obtuvo un resultado no significativo ($\beta = 0.017$; $p > 0.05$), considerando que, en diferentes investigaciones es relevante como para Woods y Joyce, (2003). En su investigación, Propietarios-Gerentes y la práctica de la gestión estratégica, manifiestan que en un metaanálisis de estudios existentes concluyeron que, en general, la planificación estaba vinculada positivamente al crecimiento y citan a Schwenk y Shrader (1993). Por otro lado, Vaz (2021), en su investigación crecimiento empresarial, determino que el planeamiento estratégico son factores que determinan el crecimiento empresarial.

Por otro lado, tenemos estudios que demuestran que existen factores que desincentivan el planeamiento estratégico según Estrada et al. (2009). En su investigación sobre las barreras que dificultan la planeación estratégica en la PYME, La muestra se realizó con 130 empresas manufactureras del estado de Hidalgo, en México. En otro estudio la planificación es mínima o inexistente en la mayoría de las PYME según (Wang et al., 2005; Rodríguez, 2005), existen diversos factores que desalientan o impiden la planificación. Por otro lado, Cordero, W. (2013). En su artículo. Las pequeñas empresas ignoran la planificación estratégica bajo su propio riesgo, donde manifiesta que los propietarios/gerentes sostienen que administrar y/o gerenciar el negocio les ocupa mucho tiempo, y que no cuentan con espacios disponibles para dedicarlo en la planificación estratégica, considerando que se destinan recursos financieros, humanos y de tiempo, por lo que no están dispuestos en disponer o distraer dichos recursos.

2. Capacitación

La variable independiente capacitación, obtuvo un resultado significativo ($\beta = 0.573$; $p < 0.05$), Este resultado concuerda con lo manifestado por Georgiadis y Pitelis (2016), en su investigación sobre el impacto de la capacitación de empleados y gerentes en el desempeño de pequeñas y medianas empresas. Bai et al. (2017), en el estudio “Por qué las PYME en las economías emergentes son reacias a brindar capacitación a los empleados: Evidencia de China”, determinaron las motivaciones de la intención de los directores de proporcionar capacitación a sus empleados. Zhou et al. (2018) proporcionan un análisis sobre los determinantes del crecimiento de este tipo de empresas en Holanda, tomando como base la TRC como un recurso importante para el crecimiento de la pequeña empresa, lo que guarda relación con el presente estudio. Nuel y Chika (2022), en su estudio “Descubriendo la relación entre la formación y el crecimiento empresarial entre las PYME.

3. Innovación

La variable independiente innovación, obtuvo un resultado no significativo ($\beta = -0.04$; $p > 0.05$). Este resultado no concuerda con lo manifestado por Demirel y Mazzucato (2012), en su estudio sobre innovación y crecimiento empresarial, investigan el impacto de la primera en el crecimiento de las pequeñas y grandes empresas que cotizan en bolsa, donde los resultados muestran que, en el caso de la industria farmacéutica, la I+D ha sido efectiva para impulsar el crecimiento empresarial. Moreno (2016) en su tesis doctoral titulada “El papel de la innovación en el desempeño de las MYPE familiares vs las no familiares. Ponce y Zevallos (2017), Los resultados muestran que la innovación sí impacta positiva y significativamente en el crecimiento de las pequeñas empresas.

La realidad de las pequeñas empresas ha cambiado, no quieren invertir en I+D, o no lo consideran necesario, esto se debe a que la industria se ha visto afectada por los tratados de libre comercio (CHINA) que ha ocasionado la casi desaparición de la industria, por lo que la mayoría de pequeñas empresas son comerciales o de servicios.

4. Tecnología

La variable independiente planeamiento estratégico, obtuvo un resultado no significativo ($\beta = 0.099$; $p > 0.05$). El resultado difiere de lo manifestado por Villacís y Pazmino (2018). En su investigación contribución de la tecnología a la productividad de las pymes de la industria textil en Ecuador, donde se evidencia que la productividad se ve más influenciada por el uso de la tecnología. Vaz (2021) revisa y unifica la literatura sobre los factores determinantes para el crecimiento de las empresas, determino que el planeamiento estratégico y la tecnología son factores que determinan el crecimiento empresarial.

El pequeño empresario manifiesta que el costo es elevado y hasta inalcanzable de adquirir equipos y maquinaria de última generación y no ven el retorno de dicha inversión en corto plazo.

5. Orientación a la Calidad

La variable independiente orientación a la calidad, obtuvo un ($\beta = 0.327$; $p < 0.05$). Este resultado concuerda con lo manifestado por Costa y Lorente (2008) antes referido, Los resultados mostraron que las empresas que aplicaron la gestión de la calidad mejoraron su rentabilidad en un 5% de significancia. Mehra et al. (2011), en su investigación acerca de la orientación a la calidad como filosofía de operaciones para la mejora del desempeño comercial en los servicios bancarios, Los resultados muestran que la orientación a la calidad puede mejorar dicho rendimiento. Por último, Khan y Naeem (2018), en el estudio “El impacto de la orientación estratégica de calidad en la innovación capacidades y crecimiento sostenible del negocio”, Los autores muestran que la orientación estratégica de calidad tiene un impacto positivo significativo en el crecimiento sostenible del negocio (H3), indicando la importancia de la calidad estratégica para el éxito del sector servicios.

Contribución teórica

Considerando la perspectiva académica, la presente investigación brinda las siguientes contribuciones teóricas:

Ahonda en los conocimientos existentes que guardan relación con la disciplina de la administración y las teorías más relevantes respecto al crecimiento empresarial de las pequeñas empresas como la teoría de crecimiento empresarial de Penrose (1959), la teoría de recursos y capacidades de Wernerfelt (1984). El estudio busca profundizar en dichas teorías y relacionarlas con la realidad actual del tipo de empresas de relevancia mundial, como son las pequeñas empresas, las cuales tienen gran presencia e influencia en la economía del Perú y, específicamente, de Lima Metropolitana.

Se empleó un método científico para demostrar el modelo estadístico y mostrar resultados en el entorno de Lima Metropolitana.

Contribución practica

El presente estudio contribuye directamente a las pequeñas empresas y a los propietarios - gerentes en Lima Metropolitana con un decrecimiento y hasta baja del mercado, por lo que se va a aplicar inicialmente la capacitación que resulto con una significancia mayor ($\beta = 0.573$; $p < 0.05$), considerando brindar capacitación a su cliente interno con la finalidad de tener una ventaja competitiva sostenida y obtener un crecimiento empresarial.

Recomendaciones:

De la tesis, se recomienda que para futuras investigaciones se profundice en las variables que no resultaron significativas en la presente investigación como:

Planeamiento estratégico y tecnología que según Vaz (2021), en su investigación sobre crecimiento empresarial, revisa y unifica la literatura sobre los factores determinantes para dicho crecimiento; como base de su revisión, consideró 165 artículos que proporcionan diferentes aspectos, encontrando que el recurso humano y la planificación estratégica (factores internos), así como la tecnología (factor externo) son factores determinantes en el crecimiento de las empresas. Por otra parte, según el estudio de Wang et al. (2005), en su artículo explicando la falta de planificación estratégica en las PYME, donde se manifestó que existen barreras adicionales, como; a) la turbulencia del ambiente externo; b) el tamaño de la empresa; c) el tipo de industria; y d) el ciclo de vida de la empresa. Por lo que

profundizar en que otros factores impiden que los propietarios/gerentes efectúen la planeación estratégica es prioritario para futuras investigaciones.

Innovación es otra variable para considerar en las próximas investigaciones, si bien es cierto que en nuestra realidad no salió significativa hay que considerar que la innovación se puede determinar por la inclusión de nuevos bienes o servicios, un nuevo procedimiento, un nuevo mercado o negocio o giro. Para Ponce y Zevallos (2017). En su investigación La innovación en la micro y la pequeña empresa, se evidencia que en la región la innovación en las micro y pequeñas empresas MYPES se muestra en sus procesos y/o modelos de gestión, y demuestra con análisis estadístico en Costa Rica y Perú. El liderazgo y el entorno de innovación en el que se desarrollan las micro y pequeñas empresas hacen visibles las competencias y capacidades requeridas y el tipo de innovación que desarrollan (más en procesos y modelos de gestión y menos en productos o en tecnología).

Referencias

- Abdukhoshimov, K. & Durmuş-özdemir, E. (2016). Impacto de la innovación tecnológica y no tecnológica en el desempeño de la empresa: estudio empírico en la oficina de Antalya del grupo Turk Telekom.
- Adomako, S. (2020). Colaboración ambiental, innovación sostenible y crecimiento de pequeñas y medianas empresas en África subsahariana: evidencia de Ghana. *Desarrollo Sostenible*, 28 (6), 1609-1619.
- Aguilera, L., González, M., Rodríguez, R. (2011). Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES. Una evidencia empírica. *Investigación y Ciencia*, 19(53), pp. 39-48.
- Albújar, H., Janampa, L., Odar, R. y Osorio, M. (2008) Sistema nacional de capacitación para la MYPE peruana. Lima: Universidad ESAN.
- Alva, E. (2017) La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, vol. 158, núm. 2, pp. 76-90.
- Alva, J., Esquivel, A., Juárez, M. & Mantilla, C. (2019) Valores del fundador y continuidad de la empresa, caso de las MYPE familiares de salud de Trujillo. ESAN.
- Álvarez, G. & Arredondo, M. (2018) La competitividad de las MYPE familiares a partir de sus operaciones de logística operacional. <http://piz.san.edu.pl/docs/e-XIX-7-2.pdf>
- American Marketing Association - AMA (2017) Definitions of Marketing. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Amit & Schoemaker (1993). Activos estratégicos y renta organizacional. *Strategic Management Journal*, Vol. 14, No. 1. (Jan., 1993), pp. 33-46.
- Apaza M. (2007). Formulación y Análisis de Estados Financieros. Lima: Instituto Pacifico SAC.
- Aranda, Y. & Montoya, I. (2006) Principales enfoques conceptuales explicativos del proceso de internacionalización de empresas. *Agronomía Colombiana*, 24(1), pp. 170-181. <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v24n1/v24n1a19.pdf>
- Arinaitwe, J. (2006). Factores que limitan el crecimiento y la supervivencia de las pequeñas empresas. Un análisis de los países en desarrollo. *Diario de la Academia Americana de Negocios*, 8(2), 167-178.
- Asociación de la Industria Navarra - AIN. (2008). Guía Práctica: La Gestión de la Innovación en Ocho Pasos. Agencia Navarra de Innovación, ANAIN. Pamplona, Navarra.

- Astudillo, S. (2018) La innovación en las MIPYMES manufactureras: estudio comparativo entre el Ecuador y la Argentina. (Tesis de doctorado en Ciencias de la Administración) Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- Audretsch, DB (1991). La supervivencia de las nuevas empresas y el régimen tecnológico. *La revista de Economía y Estadística*, 441-450.
- Aviolo, B., Mesones, A. y Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, (22), 70-80.
- Bai, Y., yuan, J. & Pan, J. (2017). Por qué las PYME en las economías emergentes son reacias a brindar capacitación a los empleados: Evidencia de China. *Revista Internacional de Pequeñas Empresas*, 35(6), 751-766.
- Baguley, T. (2012). Cálculo y representación gráfica de intervalos de confianza dentro del sujeto para ANOVA. *Métodos de investigación del comportamiento*, 44 (1), 158-175.
- Baldwin, R. & Weder di Mauro, B. (2020). Mitigar la crisis económica de COVID: Actúe rápido y haga lo que será necesario. Libro electrónico de VoxEU.org, CEPR Press, Londres. ISBN: 978-1-912179-29-9.
- Barbero, JL, Casillas, JC y Feldman, HD (2011). Capacidades gerenciales y caminos hacia el crecimiento como determinantes de las pequeñas y medianas empresas de alto crecimiento. *Revista Internacional de Pequeñas Empresas*, 29 (6), 671-694.
- Barney, JB (2001). Teorías de la ventaja competitiva basadas en recursos: una retrospectiva de diez años sobre la visión basada en recursos. *Revista de gestión*, 27 (6), 643-650.
- Basu, A. y Goswami, A. (1999). Determinantes del crecimiento empresarial del sur de Asia en Gran Bretaña: un análisis multivariado. *Economía de la pequeña empresa*, 13 (1), 57-70.
- Bateman, S. y Snell, S. (2006): Administración una ventaja competitiva. (6°Ed.) McGraw Hill.Mexico.
- Becker, G. (1973). S. (1964): Capital humano: un análisis teórico y empírico. Nueva York. (Obra original publicada en 1964).
- Beer, M. (1997). La transformación de la función de recursos humanos: resolviendo la tensión entre un rol administrativo tradicional y un nuevo rol estratégico. *Gestión de recursos humanos*, 36 (1), 49-56.
- Beri, G. (2010). Marketing research. Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Bermeo, K., & Cordero, D. (2018). La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad de la microempresa del sector muebles de madera del Canton Cuenca

- en la provincia de Azuay. *Innova Research Journal*, 3(81), 1-15.
<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n8.1.2018.739>
- Bhatti, M. I, Zafarullah, M., Awan, HM y Bukhari, KS (2011). Perspectiva de los empleados sobre la orientación de la calidad del servicio organizacional: evidencia de la industria bancaria islámica. *Revista internacional de finanzas y gestión islámicas y de Oriente Medio*.
- Bisquerra, R. & Pérez-Escoda, N. (2015). ¿Pueden las escalas Likert aumentar en sensibilidad? *Reire*, 8(2), 129-147.
- Blázquez Santana, F., Dorta Velázquez, J. A., & Verona Martel, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de administración*, 19(31), 165-195.
- Blundell, R., Dearden, L., Meghir, C. y Sianesi, B. (1999). Inversión en capital humano: los rendimientos de la educación y la formación para el individuo, la empresa y la economía. *Estudios fiscales*, 20 (1), 1-23.
- Bohorquez, L., Caro, S. & Morales, N. (2017). Impacto de la capacitación del personal en la productividad empresarial: caso hipermercado. *Dimensión Empresarial*, 15(1), pp. 99-113.
- Burgelman, R.A., Christensen, C.M., Wheelwright, S.C., 2004. *Gestión Estratégica de la Tecnología y la Innovación*, cuarta ed. Irwin Editoriales, Chicago, IL.
- Calderón, G., Naranjo, J. C. & Álvarez C. M. (2010). La empresa colombiana: sus características, retos y aportes. Una aproximación a un sistema integral. *Revista Cuadernos de Administración*, Universidad Javeriana, Vol. 23, N°41, pp. 13-36.
- Calderón, G. & Álvarez C. (2006). Características y sentido de las prácticas de gestión humana en pequeñas empresas. *Revista Universidad EAFIT*, Vol. 42, N°142, pp. 26-45.
- Campos, W. (2013) ¿Planeamiento estratégico en las MYPE? Apuntes para un nuevo modelo de análisis. *Conocimiento para el desarrollo*, 4(1), pp. 109-116.
<https://revista.usanpedro.edu.pe/index.php/CPD/article/view/183>
- Canals, J. (2000). Crecimiento empresarial: personas y tecnología en la nueva economía. *Revista empresa y humanismo*, 337-370.
- Cantillon, R. (1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. Londres: Ed. Henry Higgs.
- Cantú, LZ, Criado, JR y Criado, AR (2009). Generación y transferencia de conocimiento en PYMES relacionadas con TI. *Revista de gestión del conocimiento*.

- Cárdenas, L. (2007) Propuesta de un modelo de gestión para MYPE, centrado en la mejora continua. *Síntesis Tecnológica*, V.3, N°2, pp. 59-67.
- Cardona, M., Cardona, CA y Cano, CA (2005). *Territorio, ciclo de vida y estructura empresarial: un puente en la industrialización regional*. Universidad Eafit.
- Cardozo, E., Velásquez, Y. & Rodríguez, C. (2012). El concepto y la clasificación de PYME en América Latina. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*. 7(2), 1630-1641.
- Carmines, EG y Zeller, RA (1979). *Evaluación de la fiabilidad y validez*. Publicaciones de salvia.
- Cashin, WE (1988). Calificaciones de los estudiantes sobre la enseñanza: un resumen de la investigación. Documento IDEA No. 20.
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico – CEPLAN (2015) Directiva general del proceso de planeamiento estratégico - Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico. Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N°26-2014-ceplan/pcd Directiva N°001-2014-CEPLAN.
- Centurión, R. (2015) Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del Santa (2013). In *Crescendo. Institucional*, 6(1), pp.146-165.
- CEPAL (2010) Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME). <https://www.cepal.org/es/temas/micro-pequenas-medianas-empresas-mipyme>
- Cervantes, M. & Gallardo, L. (2012). Permanencia de PYMES: Estrategias de viabilidad y riesgos. En M. Ramos y F. Miranda (Eds.). *Optimización-Estocástica-Recursiva-Coherente-Sistémica y sus variantes (probabilidad, econometría y estadística aplicada)*, Temas Selectos de Optimización-©ECORFAN.
- Chacaltana, J. y García, N. (2001). Reforma laboral, capacitación y productividad. Lima: Oficina Internacional del Trabajo (OIT).
- Chacón, G. (2007) La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Actualidad Contable Faces*, vol. 10, núm. 15, pp. 29-45.
- Chambi (2020) Efectos del sistema de pago de IGV mensual en la liquidez y rentabilidad de las MYPE. *Revista de investigaciones de la escuela de posgrado de la Universidad Nacional de Altiplano*, Vol. 9 No. 3, pp. 1738-1751.
- Charan, R. (2004). *El crecimiento rentable es negocio de todos*. Madrid, España: Empresa Activa.

- Chávez, J. (2004): Diagnóstico y formulación de estrategias de desarrollo económico de Lima Metropolitana. Municipalidad Metropolitana de Lima, Perú.
- Chiavenato, I. (2002) Gestión del talento humano. (3°Ed.) México: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2005) Introducción a la teoría general de la administración (5°Ed.) México: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2017). Administración de recursos humanos. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Choy, E. (2011) Competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) ante el tratado de libre comercio (TLC). Quipukamay: Revista de la Facultad de Ciencias Contables, Vol. 17 N.º 33, pp. 127-132.
- Cohen, W. (2002) El plan de marketing. Bilbao: Ediciones Deusto y Editora El Comercio S.A.
- Christensen, C. y Raynor, M., 2003. *La solución de los innovadores: crear y mantener un crecimiento exitoso*. Harvard Business School Press, Boston.
- Comex-Perú (2018) Situación de las MYPE en 2017: muchos retos en el camino. Semanario 948 – Economía. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/situacion-de-las-mype-en-2017-muchos-retos-en-el-camino>
- Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo (2001). Tecnologías de la información y de la comunicación en el ámbito del desarrollo: El papel de las TIC en la política comunitaria de desarrollo. Comisión de las Comunidades Europeas.
- Cordero, W. (2013). Las pequeñas empresas ignoran la planificación estratégica bajo su propio riesgo. *Academy of Business Research Journal*, III, septiembre de 2013.
- Córdoba, J. (2009) Del marketing transaccional al marketing relacional. *Entramado*; 9: pp. 6-17.
- Córdova, C. (2016) Aplicación de gestión estratégica en la toma de decisiones para mejorar el rendimiento económico y financiero de las MYPE comerciales de Tumbes. (Tesis de maestría en ciencias económicas con mención en administración) Universidad Nacional de Trujillo.
- Costa, M. M. & Lorente, Á. M. (2008). Sistemas de gestión de calidad y resultados empresariales: una justificación desde las teorías institucional y de recursos y capacidades. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 11(34), 7-30.
- Council of Supply Chain Management Professional – CSCMP (2013), Términos y glosario de gestión de la cadena de suministro. http://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms/CSC

MP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-

- Creswell, J. (2013). *Diseño de investigación: enfoques de métodos cualitativos, cuantitativos y mixtos*. California: Publicaciones de salvia.
- Cuevas, H. (2016) *La influencia de la innovación y la tecnología en la competitividad de las MYPE del estado de Aguascalientes*. (Tesis de doctorado en ciencias administrativas). Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Culliton, J. (1948) *La gestión de los costes de marketing*. Escuela de Graduados en Administración de Empresas, Boston, Massachusetts: Universidad de Harvard.
- Davidsson, P., Kirchoff, B., Hatemi-j, A. y Gustavsson, H. (2002). Análisis empírico de los factores de crecimiento empresarial utilizando datos suecos. *Revista de gestión de pequeñas empresas*, 40 (4), 332-349.
- Dawis, RV (2000). Construcción de escalas y consideraciones psicométricas. En *Manual de estadística multivariada aplicada y modelado matemático* (págs. 65-94). Prensa Académica.
- Demirel, P. y Mazzucato, M. (2012). Innovación y crecimiento empresarial: ¿Vale la pena la I+D?. *Industria e Innovación*, 19 (1), 45-62.
- Decreto Supremo N°013-2013-PRODUCE (2013). Aprueban Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial. Diario Oficial El Peruano, 28 de diciembre de 2013. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-texto-unico-ordenado-de-la-ley-de-impulso-al-desarr-decreto-supremo-n-013-2013-produce-1033071-5/>
- De Jong, JP y Vermeulen, PA (2006). Determinantes de la innovación de productos en pequeñas empresas: una comparación entre industrias. *Revista internacional de pequeñas empresas*, 24 (6), 587-609.
- De Lucio, J., Mínguez, R., Valero, M. & Mednik, G. (2008) *Tribuna de economía*, N.º 840, pp. 179-195. http://de-lucio.es/doc/2008_Permanencia_de_las_empresas_en_la_exportaci%C3%B3n._Una_mirada_a_las_caracter%C3%ADsticas_de_su_actividad_exterior.pdf
- De Sá, J. (2012) *Las prácticas de gestión de marketing en las cooperativas portuguesas*. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 76, diciembre, pp. 198-227. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17425849009.pdf>
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.

- Díaz, G. (2011). El riesgo de mercado y su incidencia en los portafolios de inversión de las economías domésticas, caso de adquisición de vivienda y activos financieros. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Dini, M. y Stumpo, G. (2011) Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://core.ac.uk/download/pdf/38672167.pdf>
- El Shoubaki, A., Laguir, I. y Den Besten, M. (2020). Capital humano y crecimiento de las pymes: el papel mediador de las razones para iniciar una empresa. *Economía de la pequeña empresa*, 54 (4), 1107-1121.
- Escorsa, C. (1997) Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión. España: Editorial UPC.
- Espejo, M. (2011) Gestión logística en las pequeñas empresas sudamericanas. *The Logistics World* <https://thelogisticsworld.com/historico/gestion-logistica-en-las-pequenas-empresas-sudamericanas/>
- Espinoza, A. & Bravo, O. (2019) Factores que inciden en el crecimiento de las MYPES de calzado. *INNOVA Research Journal*, Vol. 5, No.2, pp. 67-81. ISSN 2477-9024. <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/index>
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. & Meyer, J. (1996). Competitividad Sistémica. *Revista de la CEPAL*, 59, pp. 39 -52.
- Estrada, R.; García, D. y Sánchez, V. (2009). Barreras que dificultan la planeación estratégica en la PYME: una evidencia empírica en empresas mexicanas. *Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional*, 4(8)164-184. https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SistOrgSocMedEfec/sanchez_trejo_victor_manuel
- Evans, DS (1987). Pruebas de teorías alternativas de crecimiento empresarial. *diario de economía política* , 95 (4), 657-674.
- Fayol, H. (1916). Teoría clásica de la Administración.
- Favaro, D. (2013) Enfoques de la teoría de la firma y su vinculación con el cambio tecnológico y la innovación. *Revista Cultura Económica*, Año XXXI, N°85, pp. 51-70.
- Fernández Álvarez, A. I., García Rodríguez, R. M., & Ventura Victoria, J. B. V. (1988). Análisis del crecimiento sostenible por los distintos sectores empresariales. *Documentos de trabajo (Universidad de Oviedo. Facultad de Ciencias Económicas)*.

- Ferraro, C. y Rojo, S. (2018) Las MIPYMES en América Latina y el Caribe. Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización. Informes Técnicos OIT Cono Sur, N°7. Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- Filion, L., Cisneros-Martínez, L. & Mejía-Morelos, J. (2011). Administración de Pymes: Emprender, dirigir y desarrollar empresas. México: Pearson.
- Forza, C. y Filippini, R. (1998). Impacto de TQM en el cumplimiento de la calidad y la satisfacción del cliente: un modelo causal. Revista internacional de economía de la producción, 55 (1), 1-20.
- Flores, M., Vázquez, L., Medina, P. & Beltrán, R. (2020) Efectos de la corrupción y delincuencia en la rentabilidad de las MYPE en Bacalar. Q. Roo. Academia Journals 2020, pp. 203-208.
- Franco, J., Restrepo, J. & Sánchez, J. (2014) La gestión del mercadeo: un aporte a la competitividad de las pequeñas empresas del sector servicios en Medellín. Pensamiento y gestión, N°37. ISSN 1657-6276
- García, A. (2017) La oferta logística intermodal en la Comunitat Valenciana: situación actual y propuestas de mejora. https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/87198/TFG_GarciaGimenez,Aina.pdf?sequence=1
- García, D. (2018) Estrategias de gestión del talento humano en MIPYMES sector diseño y su incidencia en la competitividad. Fundación Universidad de América. <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/6991/1/6131018-2018-II-GE.pdf>
- García Tabuenca, L. A., Crespo Espert, J. L., Pablo Martí, F., & Crecente Romero, F. J. (2007). Perfil de los empresarios y resultados de sus empresas.
- Garvin, D. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. Harv. Bus. Rev., 101-109.
- Georgiadis, A. y Pitelis, CN (2016). El impacto de la capacitación de los empleados y gerentes en el desempeño de las pequeñas y medianas empresas: evidencia de un experimento natural aleatorio en el sector de servicios del Reino Unido. Diario Británico de Relaciones Industriales, 54 (2), 409-421.
- Gill, A. y Biger, N. (2012). Barreras al crecimiento de las pequeñas empresas en Canadá. Revista de desarrollo de pequeñas empresas y empresas.
- Giones, F., Miralles, F., König, M., & Baltés, G. (2015, junio). ¿Todos los caminos llevan a Roma? Influencia de la tecnología y la orientación al mercado en el crecimiento de nuevas empresas de base tecnológica. En 2015 IEEE International Conference on

- Engineering, Technology and Innovation/International Technology Management Conference (ICE/ITMC) (págs. 1-8). IEEE.
- González, C., & Claros, V. (2018). Planificación estratégica y su incidencia en la Gestión de la empresa. *Revista Ciencia y Tecnología*, 14(4). Obtenido de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2164>
- González, I. (2015) TIC, PYME y Entorno: Evaluación de la eficacia del constructo “Capacidad de Absorción” de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en PYMES manufactureras venezolanas, semejanzas y diferencias según nivel de complejidad tecnológica: Una investigación empírica. (Tesis de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento) Universidad Oberta de Cataluña.
- González, M. (2019) Gestión del talento orientado en el bienestar psicológico en el trabajo en las MYPE industriales de la ciudad de Durango, Durango, México (Tesis de doctorado en gestión de las organizaciones) Universidad Juárez del Estado de Durango.
http://repositorio.ujed.mx/jspui/bitstream/123456789/103/1/01_TESIS_Gonzalez_Herrera.pdf
- González, A. (2002). Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las pymes. *Revista Española de Financiamiento y Contabilidad*.
- González, J. (2014) Gestión empresarial y competitividad en las MYPE del sector textil en el marco de la Ley N°28015 en el distrito de La Victoria - año 2013. Universidad San Martín de Porres.
- Grönroos, C. (1994). From marketing mix to relationship marketing: towards a paradigm shift in marketing. *Management Decisión*, 32:2, pp. 4-20.
- Grupo Manpower. (2018). Resolviendo la escasez de talento: Crear, adquirir, tomar prestado y construir puentes (Encuesta de escasez de talento 2018).
- Guzmán Cuevas, J. J. & Rodríguez Gutiérrez, M. J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 18, 381-392.
- Hernández, J. (1999). Segmentación de mercados.
www.monografias.com/trabajos6/sem/sem.shtml
- Hernández-Sampieri, R., (2014). Metodología de la investigación (6). México DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernando, M. (2014) Un modelo de control de gestión de procesos para la pequeña empresa familiar en España: especial referencia a los activos intangibles (Tesis doctoral en Ciencias de la Dirección) Universidad de Alcalá.

- Herrera, B. (2011) Análisis estructural de las MYPE y Pymes. Quipukamayoc, Revista de la Facultad de Ciencias Contables, Vol. 18 N.º 35, pp. 69-89. ISSN: 1609-8196
- Herrera, N. (2017) Influencia del marketing en la rentabilidad económica de MYPE de Lima Norte en el segmento de fabricación y comercialización de muebles de madera. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Hill, C. y Jones, G. (2011). Administración estratégica. Un enfoque integral. México: Cengage Learning.
- Hoedeman, F. (1996). El Libro Blanco de la Microempresa. Programa de Fomento de la Microempresa en las zonas marginales. El Salvador.
- Hooley, G., Saunders, J. & Piercy, N. (1998). Marketing strategy and competitive Positioning. New York: Prentice Hall Europe.
- Huilcapi, M., Jácome, G. y Castro, M. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. Dom. Cien., Vol. 3, núm. 2, pp. 311-333. ISSN: 2477-8818.
- Ibarra Cisneros, M. A. & González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. D. R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. Estudios fronterizos, 18(35), 107-130.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2017) Estructura empresarial por segmento a nivel nacional. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1445/cap01.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2021) Encuesta mensual del sector servicios – noviembre 2020. Informe Técnico N°1. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_servicios_4.pdf
- Ishikawa, K. (1986). ¿Qué es el control total de calidad? La modalidad japonesa. Bogotá: Norma
- Jara, R. (2018). Modelo de Branding para el posicionamiento de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, provincia Trujillo. Revista ciencia y tecnología, 14(1), pp. 77-86.
- Jaramillo, M. (SF). Enfoque del Comportamiento en la administración. <http://www.umc.edu.ve/umc/opsu/contenidos/milagros/Unidades/Unidad%20VI/Guía/Guia.pdf>
- Johanson, J. & Wiedersheim, P. (1975). The internationalization of the firm. Four Swedish cases. Journal of Management Studies, pp. 305-322.

- Johanson, J. & Vahlne, J. (1977). El proceso de internacionalización de la empresa - un modelo de desarrollo del conocimiento y compromisos crecientes con el mercado exterior. *Journal of International Business Studies*, 18(1), pp. 23-32.
- Johanson, J. & Vahlne, J. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7(4), pp. 11-24.
- Jomini, A., Mundial, S. & Morgenstern, A. (2006). Capítulo II: Definición de logística y su importancia económica.
- Jovanovic, B. (1982). La selección y la evolución de la industria. *Revista de Sociedad econométrica*, Vol.50 N03.
- Kaplan, R. S., and D. P. Norton. 1992. The Balanced Scorecard: Measures that drive performance. *Harvard Business Review* (January-February): 71-79
- Khan, B. A., & Naeem, H. (2018). El impacto de la orientación estratégica de calidad en la innovación capacidades y crecimiento sostenible del negocio, *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Kirkwood, J. (2009). ¿Crecer o no? Crecimiento de pequeñas empresas de servicios. *Revista de desarrollo de pequeñas empresas y empresas*.
- Kitching, J. y Blackburn, R. (2002). La naturaleza de la formación y la motivación para formar en las pequeñas empresas.
- Koc, T. y Ceylan, C. (2007). Factores que inciden en la capacidad innovadora de las grandes empresas. *Technovation*, 27 (3), 105-114.
- Kotler, P. (1967): *Marketing management: analysis, planning, and control*. Englewood Cliffs (NJ), Prentice-Hall.
- Kotler, P. (1971): *Marketing decision making: a model building approach*. New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Kotler, P. & Cox, K. (Eds.) (1972) *Readings in marketing management*. Englewood Cliffs (NJ), Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017) *Fundamentos de marketing*. (13ª. Ed.) Pearson Educación de México. ISBN: 9786073238458
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. México D.F.: Prentice Hall.
- Kor, YY y Mahoney, JT (2004). Contribuciones de Edith Penrose (1959) a la visión basada en recursos de la gestión estratégica. *Revista de estudios de gestión*, 41 (1), 183-191.
- Kraiczy, N. D., Hack, A., & Kellermanns, F. W. (2015). CEO innovation orientation and R&D intensity in small and medium-sized firms: the moderating role of firm growth. *Journal of business economics*, 85(8), 851-872.

- Kruger, M. (2004). Creativity in the entrepreneurship domain. (Tesis Doctoral, Universidad de Pretoria, Pretoria, Sudáfrica). <https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/27491/Complete.pdf?sequence=1>
- Kudla, RJ (1980). Los efectos de la planificación estratégica en los rendimientos de las acciones ordinarias. *Diario de la academia de administración*, 23 (1), 5-20.
- Lagos, A. (2013). Capacitación en Planificación Estratégica. Impulso del Desarrollo Local con Microempresas. *Observatorio Laboral*, 6(11), 97-109. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219030140002.pdf>
- Landström, H. (2005). *Entreprenörskapets rötter*, Lund: Studentlitteratur. *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*, pp. 13-31. New York: Springer.
- La pequeña empresa ante la crisis: Entre el apoyo y el compromiso. (2009). *Revista De Fomento Social*, (254) Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-pequeña-empresa-ante-crisis-entre-el-apoyo-y/docview/1782244132/sequence2?accountid=14747>
- Larrañaga, M, y Ortega, M. (2018). La planeación estratégica de las micro y pequeñas empresas de alojamiento temporal en Cuernavaca, Morelos, México. *VinculaTégica*, 3(2),323-331. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculat%C3%A9gica_2/42%20LARRA+%C3%A6AGA_ORTEGA.pdf
- Lei, L., Wu, X. y Fu, Y. (2019). Efectos de la sostenibilidad y las orientaciones tecnológicas en el crecimiento empresarial: evidencia de la fabricación china. *Sostenibilidad*, 11 (16), 4406.
- Leng, Z., Liu, Z., Tan, M., & Pang, J. (2015). Speed leaders and quality champions. *Management Decision*.
- Levy M, J. P., Varela Mallou, J., & Abad Gonzales, J. U. L. I. O. (2003). Análisis multivariable para las ciencias sociales/Jean-Pierre Levy Mangin, Jesús Valera Mallou y Julio Aban Gonzales. (ETAL) (No. HA29. 5. S62. A52 2003.).
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 30(3), 1151-1169.
- López, J. (2013) Modelo de gestión estratégica para las MYPE del Perú y su aplicación en un clúster de muebles de Villa el Salvador. *Revista Cultura*, 27, pp. 117-134.

- López, B. (2019) Planeación Estratégica y su influencia en la Gestión Empresarial de las empresas MYPES del Sector Manufactura, del Distrito de Tacna, Región Tacna, año 2017 (Tesis de maestría de Gestión Empresarial) Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Macha, R. (2018) Las barreras funcionales y su incidencia en la oferta exportable de las MYPE del sector textil confecciones. *Quipukamayoc*, 26(52), pp. 59-68. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15235/13390>
- Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *Journal of Finance*, pp. 77.
- Mas, M., Corrales, A. & Vélaz, I. (2004) Dirección de Empresas en la Economía del Conocimiento. Instituto de Empresa y Humanismo, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- McCarthy, J. (1960) Basic Marketing, a Managerial Approach. Homewood (Illinois), Richard D. Irwin Inc.
- McClelland, D., Atkinson, J., Clark, R. & Lowell, E. (1953) The achievement motive. New York: Appleton Century Crofts.
- Macroconsult (2016) ¿Qué se sabe de las micro, pequeñas y medianas empresas? Sistema de Información de Macroconsult – SIM. <https://sim.macroconsult.pe/wp-content/uploads/2016/03/REM-02-2016.pdf>
- Marinova, D., Ye, J. y Singh, J. (2008). ¿Importan los mecanismos de primera línea? Impacto de las orientaciones de calidad y productividad en los ingresos unitarios, la eficiencia y la satisfacción del cliente. *Revista de Marketing*, 72 (2), 28-45.
- Martínez, C. M., & Sepúlveda, M. A. R. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista colombiana de psiquiatría*, 41(1), 197-207.
- Marx, W. (2013) Why B2B marketers still don't get social media-and 7 steps for fixing that. <https://www.fastcompany.com/3009993/why-b2b-marketersstill-dont-get-social-media-and-7-steps-for-fixing-that>
- Mas, M., Corrales, A. & Vélaz, I. (2004). *Dirección de Empresas en la Economía del Conocimiento*. Instituto de Empresa y Humanismo, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Matute, G., Bohórquez, K., Carbajal, L., Díaz, C., Espinoza, A. & Jiménez, C. (2008) Segmentación psicográfica de la pequeña y microempresa. Lima: Universidad ESAN.

- Mazzarol, T., Reboud, S. y Soutar, GN (2009). Planificación estratégica en pequeñas empresas orientadas al crecimiento. *Revista internacional de investigación y comportamiento empresarial*.
- Mehra, S., Joyal, AD y Rhee, M. (2011). Sobre la adopción de la orientación a la calidad como filosofía de operaciones para mejorar el desempeño comercial en los servicios bancarios. *Revista internacional de gestión de calidad y confiabilidad*.
- Mendiburu, J. (2019) Modelo de gestión financiera para mejorar la rentabilidad de las MYPE productoras de calzado en El Porvenir – Trujillo 2015. (Tesis de doctorado) Universidad Nacional de Trujillo.
- Metcalf, H. C., & Urwick, L. (2014). *Dynamic Administration: The Collected papers of Mary Parker Follett*. Kenneth Thompson.
- Milfelner, B., Dlačić, J., Snoj, B., & Selinšek, A. (2019). Importance of innovation resources for market orientation–financial performance link: Mediating role of proactive market orientation. *Naše gospodarstvo/Our economy*, 65(4), 1-13
- Ministerio de la Producción (2012). Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial: MYPE 2011. Estadísticas de la micro y pequeña empresa.
- Ministerio de la Producción (2015). Las MIPYMES en cifras 2014. Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial del Viceministerio de MYPE e Industria.
- Mintzberg, H. & Quinn, J. B. (1995). *Planeación estratégica*. Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Miranda, R. (2005) Competencias claves para la gestión empresarial de las MYPE. *Rev. de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM*, Vol. 8, 16, 7-17.
- Mohr-Jackson, I. (1998). Conceptualización de la orientación a la calidad total. *Revista europea de marketing*.
- Molina, D. (2017) El financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro lavanderías de la provincia de Huaraz – periodo 2015. Universidad Católica de los Ángeles Chimbote.
- Montes, C., Velásquez, M. & Acero, F. (2017) Importancia del Marketing en las Organizaciones y el Papel de las Redes Sociales. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10709/ART%C3%8DCU%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Montoya Suárez, ODJ (2007). Aplicación del análisis factorial a la investigación de mercados. Caso de estudio.
- Moreno, L. (2016) El papel de la innovación en el desempeño de las MYPE familiares vs las no familiares. (Tesis de doctorado) Universidad Autónoma de Barcelona.
- Moreta, M. (2017) Planeación estratégica en MYPES: limitaciones, objetivos y estrategias. *UTCiencia: Ciencia y Tecnología al Servicio del Pueblo*, 4(2), 171-182.
- Morgenstern, O. (1955) Note on the formulation of the theory of logistics. *Naval Research Logistics Quarterly*, Vol. 2, Issue 3, pp. 129-136. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/nav.3800020303>
- Morillo, M. (2001) Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contable Faces*, vol. 4, núm. 4, pp. 35-48.
- Mostacero, D. (2018) Informalidad en las MYPE y su influencia en la recaudación del impuesto general a las ventas. *Quipukamayoc*, 26(50), pp. 41-50. ISSN: 1609-8196.
- Naciones Unidas-Cepal (2001). Elementos de competitividad Sistémica de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. México.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). La Creación de Conocimiento. *Nueva York*, 304 .
- Nuel, OIE y Chika, AC (2022). Descubriendo la relación entre la formación y el crecimiento empresariales entre las PYME en el sudeste de Nigeria. *European Journal of Business and Management Research*, 7 (1), 224-228.
- OIT (1986) Informe IV, The Promotion of Small and Medium-Sized Enterprises. Conferencia Internacional del Trabajo, 72.^a reunión, Ginebra: OIT.
- OIT (2005) Los Servicios de Desarrollo Empresarial: un paradigma en transición. Ponencia de Mario Tueros. <http://www.iberpymeonline.org/XXSLAMP/MarioTuerosOIT.pdf>
- OIT (2015) Panorama Laboral Temático. Pequeñas empresas, grandes brechas. Empleo y condiciones de trabajo en las MYPE de América Latina y el Caribe. ISSN: 2413-5178 https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_398103.pdf
- Organization for Economic Cooperation and Development (2003). Promoting SMEs for development. 2nd OECD Conference of ministers responsible for SMEs. Estambul, Turquía. <http://www.oecd.org/cfe/smes/31919278.pdf>
- Ortiz, H. & Besley, S. (2011). Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera. Universidad Externado de Colombia.
- O'Shaughnessy, J. (1991). Marketing competitivo. Madrid: Díaz de Santos.

- Ossorio, A. (2003) Planeamiento estratégico. (5ta. Ed.) Dirección de Planeamiento y Reingeniería Organizacional Oficina Nacional de Innovación de Gestión e Instituto Nacional de la Administración Pública Subsecretaría de la Gestión Pública. http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/inap/20171117042438/pdf_318.pdf
- Pachamango, N. (2014) La Ley de formalización laboral N° 30056: beneficios en los trabajadores de las PYMES del sector calzado en el distrito El Porvenir. Universidad de Trujillo. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/657>
- Paredes, Y., Cahuana, R., Carrasco, L., Quispe, R., Garate, J. (2019) Factores que inciden en el crecimiento de las MYPE del sector forestal (aserraderos) en la Amazonía de Madre de Dios. El Ceprosimad, Vol. 07 (2), pp. 49-59. <https://www.journal.ceprosimad.com/index.php/ceprosimad/article/view/93/99>
- Pearce, JA, Freeman, EB y Robinson Jr, RB (1987). El tenue vínculo entre la planificación estratégica formal y el desempeño financiero. Revisión de la Academia de Administración, 12 (4), 658-675.
- Penrose, E. T., & Parache, F. V. (1962). *Teoría del crecimiento de la empresa*. Aguilar.
- Perren, L. (1999) Factors in the growth of micro-enterprises (Part 1): developing a framework. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 6, Issue 4, pp. 366 – 385.
- Pettus, ML (2001). La visión basada en los recursos como un proceso de desarrollo y crecimiento: Evidencia de la industria del transporte por carretera desregulada. *Diario de la Academia de Administración*, 44 (4), 878-896.
- Phillips, BD y Kirchhoff, BA (1989). Formación, crecimiento y supervivencia; Dinámica de las pequeñas empresas en la economía estadounidense. *Economía de la pequeña empresa*, 1 (1), 65-74.
- Pita, S., & Pértegas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Atención Primaria en la Red*, 9, 76-78.
- Ponce, F. y Zevallos, E. (2017) La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible. *Revista de Ciencias de la Gestión*, (2), 46-68.
- Powell, TC (1992). Notas de investigación y planificación estratégica de las comunicaciones como ventaja competitiva. *Revista de gestión estratégica*, 13 (7), 551-558.
- Pulido, M. (2010) *Estrategia y Modelos Estratégicos: Aproximación desde la teoría*. Centro de Pensamiento Estratégico y Prospectiva, pp. 9-43.

- Ramírez, M. & Utrera, G. (2019) Estudio cuasiexperimental de imagen pública en MYPE de Tehuacán y la región. *Revista Relayn*, 3, (2), 25-35. <http://www.iuatroeditores.com/revista/index.php/relayn/article/view/84/78>
- Ramírez, R., Espindola, C., Ruiz, G. & Hugueth, A. (2019) Gestión del Talento Humano: Análisis desde el Enfoque Estratégico. *Inf. Tecnol*, Vol. 30, N°6. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642019000600167
- Rafiki, A. (2019). Determinantes del crecimiento de las PYMES: un estudio empírico en Arabia Saudita. *Revista Internacional de Análisis Organizacional*.
- Real Academia de la Lengua Española (2021) Diccionario de la Lengua Española: Permanencia. <https://dle.rae.es/permanencia>
- Redacción, C. de (2009). La pequeña empresa ante la crisis: entre el apoyo y el compromiso. *Revista de Fomento Social*, 209-229.
- Reich, R. (1990). Las verdaderas reglas del juego de la competitividad internacional. *Harvard Deusto Business Review*, pp. 101-115.
- Robbins, S. y Judge, T. (2017). *Comportamiento organizacional* (17 ed.): Pearson.
- Robles, M., Saavedra, J., Torero, M., Valdivia, N., & Chacaltana, J. (2001). Estrategias y racionalidad de la pequeña empresa. *Organización Internacional del Trabajo- Perú*.
- Rocca, E. (2017) Los factores del éxito competitivo y la problemática del acceso a la financiación: un estudio empírico de las MIPYMES en el Perú. (Tesis de doctorado en Administración y dirección de empresas) Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena. <https://repositorio.upct.es/xmlui/bitstream/handle/10317/7010/sere.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Rodríguez, D. y Gonzáles, Y. (2015). El financiamiento bancario y su incidencia en la rentabilidad de la microempresa. Caso ferretería Santa María SAC del distrito de Huarney, periodo 2012. *Crescendo. Institutional*, 6(1), pp. 74-89.
- Rodríguez, J. (2005). *Como aplicar la planificación estratégica a la pequeña y mediana empresa*, (5°Ed.) México: International Thomson.
- Román Salmerón Gómez, & Eduardo Rodríguez Martínez. (2017). Métodos cuantitativos para un modelo de regresión lineal con multicolinealidad. aplicación a rendimientos de letras del tesoro. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa*, 24, 169-189. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly->

[journals/métodos-cuantitativos-para-un-modelo-de-](#)

[regresión/docview/2013641320/se-2?accountid=14747](#)

- Rowden (1995) The role of human resource development in successfully small to mid-sized manufacturing businesses: a comparative case study. *Human resource development quarterly*, N°6(4), pp. 355-373.
- Rubio, A., & Aragón, A. (2009). SMEs competitive behavior: strategic resources and strategies. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*.
- Rue, LW y Fulmer, RM (Agosto de 1973). ¿Es rentable la planificación a largo plazo? En *Academy of Management Proceedings* (Vol. 1973, No. 1, pp. 66-73). Briarcliff Manor, NY 10510: Academia de Administración.
- Rugman, AM y Verbeke, A. (2002). La contribución de Edith Penrose a la visión basada en recursos de la gestión estratégica. *Revista de gestión estratégica*, 23 (8), 769-780.
- Ruibal, A. (2015). *Excelencia y desempeño en la Logística Global*. Palermo.
http://www.palermo.edu/economicas/mba/Pdf_09/PresentacionAlbertoRuibalHandabaka.pdf
- Salinas, Y. (2016) *Herramientas de marketing digital como estrategia de adaptación frente a las nuevas perturbaciones del mercado para las Micro y pequeñas empresas de muebles de madera en Villa el Salvador -Perú*. (Tesis presentado para optar al título de Magister de la Universidad de Buenos Aires). Universidad de Buenos Aires.
- SALMADOR SÁNCHEZ, M. P., BUENO CAMPOS, E., & MORCILLO ORTEGA, P. (2005). *Dirección Estratégica. Nuevas Perspectivas*.
- Sánchez B. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la Empresa*. 5campus, 24 pp.
www.5campus.com/leccion/anarenta
- Sánchez, J., Gómez, M., & Molina, W. (2018) Evaluación del desempeño laboral y su incidencia en la productividad en las tortillerías de la localidad de Escárcega. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 13(1), pp. 317-327.
- Say, J. (1803). *Traité D'économie Politique, ou Simple Exposition de la Manière Dont se Forment, se Distribuent, et se Composent les Richesses*. Paris: A.A. Renouard.
- Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE). (2006) <http://www.sence.cl>
- SCHUMPETER, JA (1934). *La teoría del desarrollo económico*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts. [Enlaces]
- SCHUMPETER, JA (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Harper y Row. Nueva York. [Enlaces]

- Sheth, J., Gardner, D. & Garrett, D. (1988). *Marketing Theory: Evolution and Evaluation*. New York, John Wiley & Sons.
- Sotelo, J. (2016) *La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MYPES: caso peruano*. (Tesis de doctorado en Administración y Dirección de Empresas) Universidad Politécnica de Cataluña. <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/406961/TJLFSR1de1.pdf?Sequ>
- Soto, E. & Dolan, S. (2003) *Las MYPES ante el reto del siglo XXI. Los nuevos mercados globales*. Thomson Editores.
- Steiner, G. (1983) *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber*. México, D.F: Continental.
- Sternberg, R. (1996). *Successful intelligence*. New York: Simon & Schuster.
- Sternberg, R. & O' Hara, L. (2005) *Creatividad e inteligencia*. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, núm. 10, pp. 113-149. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93501006.pdf>
- Storey, J. (1992) *Developments in the management of human resources*. Oxford, Blackwell.
- Tamayo, R. (2020) *Utilización de herramientas de gestión financiera y la rentabilidad en las MYPE de sanidad avícola en el distrito de Huaral, caso empresa Don Javier SAC, 2018*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Teece, DJ, Pisano, G. y Shuen, A. (1997). (1997): “Capacidades dinámicas y dirección estratégica”. *Recursos, empresas y estrategias: un lector en la perspectiva basada en recursos*, 268.
- Tello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex*, 12(14), 199. <https://doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>
- Terán-Yépez, E. (2018). *State-of-the-art Entrepreneurship theories: A Critical Review of the Literature*. International Institute of Social and Economic Science Annual Conference, Seville, Spain.
- Therrien, P., Doloreux, D. y Chamberlin, T. (2011). *Novedad de innovación y desempeño (comercial) en el sector de servicios: un análisis a nivel de empresa canadiense*. *Technovation*, 31 (12), 655-665.
- Thune, SS y House, RJ (1970). *Donde la planificación a largo plazo vale la pena Hallazgos de una encuesta de planificadores formales e informales*. *Business Horizons*, 13 (4), 81-87.

- Tobacia, L. (2011) Formalización laboral como estrategia de desarrollo y contribución a los procesos de cohesión social en Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/1622>
- Torres, D. (2017) Factores que inciden en la introducción y permanencia de las MYPE de Ecuador en el mercado internacional. Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15014/1/UPS-GT002040.pdf>
- Unger, JM, Rauch, A., Frese, M. y Rosenbusch, N. (2011). Capital humano y éxito empresarial: una revisión metaanalítica. *Journal of business venturing*, 26 (3), 341-358.
- Vahlne, J. & Nordström, K. (1993). The internationalization process: impact of competition and experience. *International Trade Journal*, VII, pp. 529-548.
- Valdez-de la Rosa, LM, Villarreal-Villarreal, LA, y Alarcón-Martínez, G. (2020). La calidad y la innovación como impulsores de la competitividad en la fabricación de los proveedores de piezas de automoción. *El diario TQM*.
- Villacís, J. M. I., & Pazmino, M. A. B. (2018). Contribución de la tecnología a la productividad de las pymes de la industria textil en Ecuador. *Cuadernos de economía*, 41(115), 140-150.
- Vaz, R. (2021). Crecimiento empresarial: una revisión de la literatura empírica. *Revista gallega de economía: Publicación Interdisciplinar da Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais*, 30 (2), 74-93.
- Vivanco, J. (2008) Orientación de la cultura organizacional y permanencia en el mercado de las MYPES del sector de la confección en Aguascalientes. (Tesis de doctorado en Administración) Universidad Autónoma de San Luis Potosí. <http://ninive.uaslp.mx/xmlui/bitstream/handle/i/1835/DAD1OCO00701.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Vizcarra, N. (2009). Importancia de la Capacitación para las MYPE. *Mundo MYPE*.
- Wagar, T. (1998) Determinants of human resource management practices in small firms: some evidence from Atlantic Canada. *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, N°2.
- Wang, ET y Wei, HL (2005). La importancia de la orientación al mercado, la orientación al aprendizaje y las capacidades de orientación a la calidad en TQM: un ejemplo de la industria de software taiwanesa. *Gestión de calidad total y excelencia empresarial*, 16 (10), 1161-1177.

- Wang, C., Walker, E y Readmon W. (2005). Explicando la falta de planificación estratégica en las PYME: La importancia de la motivación del propietario. *Revista Internacional de Comportamiento Organizacional*.
- Warner, M. (Eds.) (1998). *The IEBM handbook of management thinking*. London, International Thomson Business Press.
- Wernerfelt, B. (1984). Una visión de la empresa basada en recursos. *Revista de gestión estratégica*, 5 (2), 171-180.
- Werther, W., Davis, K. & Guzmán, M. (2019). *Administración del Capital Humano*. (8 ed.): Mc Graw Hill.
- Wilsoft (2018) Importancia, ventajas e inconvenientes de las MYPE. <http://www.wilsoft-la.com/importancia-ventajas-e-inconvenientes-de-las-pymes/>
- Woods, A., y Joyce, P. (2003). Proprietarios-gerentes y la práctica de la gestión estratégica. *International Small Business Journal*, 21(2), 181-195.
- Zahra, SA, Nielsen, AP y Bogner, WC (1999). Emprendimiento corporativo, conocimiento y desarrollo de competencias. *Teoría y práctica del espíritu empresarial*, 23 (3), 169-189.
- Zamora, A. (2008). Rentabilidad y ventaja comparativa: Un análisis de los sistemas de producción.
- Zaratiegui, J. (1999) La gestión por procesos: Su papel e importancia en la empresa. *Economía industrial*, N°139, pp. 81-88. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/330/12jrza.pdf>
- Zhou, H., Huang, L. y Kuo, TK (2018). Determinantes del crecimiento de las pequeñas empresas: un análisis exhaustivo utilizando enfoques conceptuales y estadísticos. *Revista Internacional de Emprendimiento*, 16 (4).

15. Hay un aumento en la participación de mercado
- (X1). Planeamiento estratégico - PE

Con relación al planeamiento estratégico en su empresa, Usted podría decir que:

	1	2	3	4	5	6
16. La empresa en la actualidad cuenta con un plan estratégico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. El PE cuenta con un diagnóstico situacional adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. El PE cuenta con una misión realista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. El PE cuenta con una visión realista y alcanzable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. El PE cuenta con estrategias derivadas del cruce del FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. El PE permite un incremento de la competitividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. El PE contribuye con el crecimiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(X2). Capacitación - CP

Con relación a la capacitación de personal de su empresa, Usted podría decir que:

	1	2	3	4	5	6
23. Aumenta el compromiso de los trabajadores para con la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Incrementa la productividad laboral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Hacer frente al crecimiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. Ser más competitivo en el mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27. Incrementar las ventas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28. Expandir el negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. La capacitación contribuye con el crecimiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(X3). Innovación - IN

Con relación a la innovación en su empresa; Usted podría decir que;

	1	2	3	4	5	6
30. Implementan regularmente pequeñas adaptaciones a los productos y servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. Lanzan y proporcionan al mercado local productos o servicios mejorados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32. La alta dirección proporciona recursos para promover la innovación.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33. Son abiertos a innovaciones relacionadas con productos o procesos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34. La innovación aumenta la productividad de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35. La innovación incrementa las ventas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36. La innovación contribuye con el crecimiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(X4). Tecnología - TE

Con relación a la tecnología empleada en su empresa, Usted podría decir que:

	1	2	3	4	5	6
37. Son abiertos a nuevas tecnologías relacionadas con productos o procesos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
38. Emplean y destinan recursos para desarrollar nuevas tecnologías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
39. Emplean la misma tecnología que la competencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40. La tecnología empleada por la empresa nos posiciona por encima de la competencia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
41. El empleo de tecnología incrementa la productividad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42. La tecnología contribuye con el crecimiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(X5). Orientación a la calidad - OC

Con relación a la orientación a la calidad en su empresa podríamos decir que:		1	2	3	4	5	6
43.	El personal trabaja en equipo con indicadores de resultados asociados a los objetivos de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.	El personal mantiene su compromiso constante por mantener y aportar soluciones al estándar de calidad esperado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.	La empresa trabaja bajo procesos estandarizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
46.	¿Los jefes inmediatos realizan seguimiento y control sobre las labores propias y la de sus colaboradores?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.	La alta dirección promueve la calidad en todos los niveles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
48.	La alta dirección participa en actividades de mejora de la calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
49.	La orientación a la calidad incrementa la competitividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50.	La orientación a la calidad contribuye con el crecimiento de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lic. Henry Navarro Chávez, estudiante de doctorado hnavarro@usmp.pe
hnavarro@uanl.edu.mx

Muchas gracias por su valiosa colaboración.

Anexo 2. Validación de expertos

FICHA DE INFORME DE OPINION EXPERTOS

I. DATOS DEL INFORMANTE

Apellidos y nombres	Institución donde labora
Ariza Ricaldi Pedro Junior	Universidad de San Martín de Porres

II. DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento	Autor del instrumento
Entrevista <input type="checkbox"/>	Mg. Henry Navarro Chávez
Encuesta <input checked="" type="checkbox"/>	

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
CLARIDAD	Las preguntas están formuladas en un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Las preguntas están expresadas en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado el tema a los nuevos escenarios.				X	
ORGANIZACIÓN	La estructura es adecuada, existe una organización lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del entorno empresarial textil.			X		
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos de la investigación			X		
COHERENCIA	Las preguntas guardan relación con las hipótesis, variables e indicadores			X		
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el objetivo de la investigación			X		

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

V. OPINION DE APLICABILIDAD

1. El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
2. El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado
3. No procede su aplicación


 DNI. 10698668
 15/10/2021

FICHA DE INFORME DE OPINION EXPERTOS

I. DATOS DEL INFORMANTE

Apellidos y nombres	Institución donde labora
DR. ALFONSO LÓPEZ LIRA ARJONA	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

II. DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento	Autor del instrumento
Entrevista <input type="checkbox"/>	Mg. Henry Navarro Chávez
Encuesta <input checked="" type="checkbox"/>	

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
CLARIDAD	Las preguntas están formuladas en un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Las preguntas están expresadas en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado el tema a los nuevos escenarios.				X	
ORGANIZACIÓN	La estructura es adecuada, existe una organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del entorno empresarial textil.					X
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos de la investigación				X	
COHERENCIA	Las preguntas guardan relación con las hipótesis, variables e indicadores					X
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio				X	
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el objetivo de la investigación				X	

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: OPINION DE APLICABILIDAD

1. El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
2. El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado
3. No procede su aplicación

4
X

FICHA DE INFORME DE OPINION EXPERTOS

I. DATOS DEL INFORMANTE

Apellidos y nombres	Institución donde labora
CHUNGA LIU ZEIDY EDITH	UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES

II. DEL INSTRUMENTO

Nombre del Instrumento	Autor del Instrumento
Entrevista <input type="checkbox"/>	Mg. Henry Navarro Chávez
Encuesta <input checked="" type="checkbox"/>	

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
CLARIDAD	Las preguntas están formuladas en un lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Las preguntas están expresadas en conductas observables					X
ACTUALIDAD	Adecuado el tema a los nuevos escenarios.					X
ORGANIZACIÓN	La estructura es adecuada, existe una organización lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del entorno empresarial textil.				X	
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos de la investigación				X	
COHERENCIA	Las preguntas guardan relación con las hipótesis, variables e indicadores					X
METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio					X
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el objetivo de la investigación					X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.7

V. OPINION DE APLICABILIDAD

1. El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
2. El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado
3. No procede su aplicación

1
2
3



FIRMA EXPERTO:
DNI: 09540506
FECHA: 2/11/2021