

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Administración

Tesis

**Relación entre los factores internos y el crecimiento  
empresarial de las mypes del sector textil, Huancayo,  
2022**

Anslee Paola Chirinos Quispe  
Julia Mercedes Huanqui Apaza  
Richard Ernesto Romero Ruiz

Para optar el Título Profesional  
de Licenciado en Administración

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

## INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa  
DE : Eduardo Michael Parraga Baquerizo  
Asesor de trabajo de investigación  
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación  
FECHA : 22 de Setiembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

**Título:**

Relación entre los Factores Internos y el Crecimiento Empresarial de las MYPES del sector Textil, Huancayo, 2022

**Autores:**

1. Ansee Paola Chirinos Quispe – EAP. Administración
2. Julia Mercedes Huanqui Apaza – EAP. Administración
3. Richard Ernesto Romero Ruiz – EAP. Administración

Se procedió con la carga del documento a la plataforma “Turnitin” y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 18 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI  NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores  
Nº de palabras excluidas (en caso de elegir “SI”): 20 SI  NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI  NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

**La firma del asesor obra en el archivo original  
(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)**

**Asesor:**

Mag. Eduardo Michael Párraga Baquerizo

0000-0002-6063-9274

## **Dedicatoria**

A nuestros padres, por estar siempre a nuestro lado, dándonos fuerza y constancia para seguir adelante, su amor prevalecerá como guía para lograr las metas que nos fortalezcan como profesionales.

Los autores

## **Agradecimientos**

A nuestro asesor Mag. Eduardo Michael Párraga Baquerizo, a nuestros maestros Mag. Miguel Ángel Capuñay, Mag. Maycol Junior Baldeón Palpa y Mag. Jeymi Fabiola Arias Hanco, por su orientación metodológica y por su continuo estímulo durante todo el proceso de estudios e investigación. Asimismo, especial reconocimiento y gratitud merece la Universidad Continental por acogernos en sus aulas y aportar en nuestra formación profesional.

Anslee, Julia y Richard

## Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos .....	II
Lista de Tablas .....	VI
Lista de Figuras.....	VIII
Resumen.....	X
Abstract.....	XII
Introducción .....	XIII
<b>Capítulo I. Planteamiento del Estudio .....</b>	<b>15</b>
1.1. Delimitación de la investigación.....	15
1.1.1. Territorial. ....	15
1.1.2. Temporal. ....	15
1.1.3. Conceptual. ....	15
1.1.4. Universo.....	16
1.2. Planteamiento del Problema de la Investigación .....	16
1.3. Formulación del Problema.....	22
1.3.1. Problema general. ....	22
1.3.2. Problemas específicos.....	22
1.4. Objetivos de la investigación .....	22
1.4.1. Objetivo general.....	23
1.4.2.Objetivos específicos. ....	23
1.5. Justificación de la Investigación .....	23
1.5.1. Justificación teórica. ....	23
1.5.2. Justificación Metodológica. ....	26
<b>Capítulo II. Marco Teórico .....</b>	<b>29</b>
2.1. Antecedentes de a investigación. ....	29

2.1.1. Artículos científicos.....	29
2.1.2. Tesis Internacionales.....	31
2.1.3. Tesis Nacionales. ....	32
2.1.4. Tesis Locales.....	35
2.2. Bases Teóricas .....	36
2.2.1. Variable X: Factores Internos. ....	36
2.2.2. Variable Y: Crecimiento Empresarial.....	45
<b>Capítulo III. Hipótesis y Variables.....</b>	<b>50</b>
3.1. Hipótesis .....	50
3.1.1. Hipótesis Generales .....	50
3.1.2. Hipótesis Específicas .....	50
3.2. Identificación de las variables.....	50
3.2.1. Variable X (Factores Internos).....	50
3.2.2. Variable Y (Crecimiento empresarial).....	52
<b>Capítulo IV. Metodología.....</b>	<b>54</b>
4.1. Método de la Investigación.....	54
4.2. Tipo de investigación.....	54
4.2.1. Según su finalidad es analítico.....	54
4.2.2. Según su tipo de diseño de investigación .....	55
4.2.3. Según su prolongación en el tiempo .....	55
4.3. Nivel de la Investigación .....	55
4.4. Diseño de la investigación .....	56
4.5. Población y muestra.....	56
4.5.1. Población.....	56
4.5.2. Muestra .....	56



4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	59
4.6.1. Técnica.....	59
4.6.2. Instrumento .....	60
4.6.3. Construcción y validación de datos .....	61
4.6.4 Procedimiento de la investigación .....	63
4.7. Consideraciones éticas .....	63
<b>Capítulo V. Resultados</b> .....	64
5.1. Descripción del trabajo de campo.....	64
5.2. Presentación de resultados .....	64
5.2.1. Resultados de la variable Factores internos .....	64
5.2.2. Resultados de la variable crecimiento empresarial.....	75
5.3. Contrastación de resultados .....	89
5.3.1. Contrastación de Hipótesis general:.....	89
5.3.2. Contrastación de hipótesis específicas.....	91
5.3.3. Discusión.....	97
<b>Conclusiones</b> .....	102
<b>Recomendaciones</b> .....	104
<b>Referencias</b> .....	106
Apéndice A: Matriz de Consistencia .....	114
Apéndice B: Matriz de Operacionalización.....	117
Apéndice C: Cuestionario .....	118
Apéndice D: Validación de Experto 1 .....	122
Apéndice E: Validación de Experto 2.....	124
Apéndice F: Validación de Experto 3.....	126
Apéndice G: Validación de Moderador 1 .....	128

Apéndice H: Validación de Moderador 2 .....	130
---	-----

### Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Participación del sector Textil y Confecciones en el PBI Nacional y Manufactura, 2010-2019, INEI 2019</i> .....	36
Tabla 2 <i>Población ocupada según actividad económica, 2019 en miles de personas, 2019</i> ..	37
Tabla 3 <i>Confiabilidad del Instrumento</i> .....	62
Tabla 4 <i>Validez del Instrumento</i> .....	62
Tabla 5 <i>Estadística descriptiva de Factores Internos</i> .....	65
Tabla 6 <i>Frecuencia de la dimensión planeación estratégica (Misión, visión y valores)</i> .....	66
Tabla 7 <i>Frecuencia de la dimensión Planeación estratégica (Metas y objetivos)</i> .....	67
Tabla 8 <i>Frecuencia de la dimensión planeación estratégica (Fortalezas y debilidades)</i> .....	68
Tabla 9 <i>Frecuencia de la dimensión capital humano (Reclutamiento)</i> .....	69
Tabla 10 <i>Frecuencia de la dimensión capital humano (Capacitación)</i> .....	70
Tabla 11 <i>Frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)</i> .....	71
Tabla 12 <i>Frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)</i> .....	72
Tabla 13 <i>Frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)</i> .....	73
Tabla 14 <i>Frecuencia de la dimensión Innovación (Desarrollo de nuevas ideas)</i> .....	74
Tabla 15 <i>Frecuencia de la dimensión Atributos de la empresa A (Desarrollo nuevas ideas)</i> 75	
Tabla 16 <i>Estadística descriptiva de Crecimiento empresarial</i> .....	76
Tabla 17 <i>Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Tamaño)</i> .....	77
Tabla 18 <i>Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)</i> .....	78
Tabla 19 <i>Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)</i> .....	79
Tabla 20 <i>Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)</i> .....	80
Tabla 21 <i>Frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)</i> .....	81

Tabla 22 <i>Frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)</i> .....	82
Tabla 23 <i>Frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)</i> .....	83
Tabla 24 <i>Frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Capital humano)</i> .....	84
Tabla 25 <i>Frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Capital humano)</i> .....	85
Tabla 26 <i>Frecuencia de la dimensión Intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)</i> .....	86
Tabla 27 <i>Frecuencia de la dimensión Intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)</i> .....	87
Tabla 28 <i>Frecuencia de la dimensión Intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)</i> .....	88
Tabla 29 <i>Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis General</i> .....	89
Tabla 30 <i>Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 1</i> .....	92
Tabla 31 <i>Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 2</i> .....	94
Tabla 32 <i>Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 3</i> .....	95

## Lista de Figuras

<i>Figura 1</i> Perú: Stock y Variación Neta de Empresas por Trimestre, 2018-2021 .....	19
<i>Figura 2</i> Perú: Altas Y Bajas Según Actividad Económica, Iv Trimestre 2021 .....	19
<i>Figura 3</i> Empleo en las MYPE's en el Perú Fuente: Enaho. Elaboración: Comex Perú. ....	21
<i>Figura 4</i> Variaciones Porcentuales reales, PBI y demanda interna.....	26
<i>Figura 5</i> Consumo Privado, Variaciones Porcentuales .....	27
<i>Figura 6</i> Participación del Sector Textil y Confecciones en el PBI Manufacturero, 2019 .....	37
<i>Figura 7</i> Pirámide de Maslow .....	41
<i>Figura 8</i> Gráfico de Frecuencia de la Dimensión de Planeación Estratégica (Misión, Visión y Valores).....	66
<i>Figura 9</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Planeación Estratégica (Metas y objetivos) 67	
<i>Figura 10</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión de Planeación Estratégica (Fortalezas y debilidades).....	68
<i>Figura 11</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión de Capital humano (Reclutamiento) .....	69
<i>Figura 12</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión de Capital humano (Capacitación).....	70
<i>Figura 13</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria) .....	71
<i>Figura 14</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria) .....	72
<i>Figura 15</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria) .....	73
<i>Figura 16</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Desarrollo de nuevas ideas.).	74
<i>Figura 17</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Desarrollo de nuevas ideas.).	75
<i>Figura 19</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Tamaño.).....	77
<i>Figura 20</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Atributos de la empresa (Edad y formalidad) .....	78
<i>Figura 21</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Atributos de la empresa (Edad y formalidad) .....	79

<i>Figura 22</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Atributos de la empresa (Edad y formalidad) .....	80
<i>Figura 23</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros) .....	81
<i>Figura 24</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros) .....	82
<i>Figura 25</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros) .....	83
<i>Figura 26</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Capital humano) .....	84
<i>Figura 27</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Estructura y recursos de la empresa (Capital humano) .....	85
<i>Figura 28</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio).....	86
<i>Figura 29</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio).....	87
<i>Figura 30</i> Gráfico de frecuencia de la dimensión Intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio).....	88
<i>Figura 31</i> Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis General .....	90
<i>Figura 32</i> Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 1 .....	93
<i>Figura 33</i> Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 2.....	95
<i>Figura 34</i> Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 3.....	97

## Resumen

Las empresas peruanas se caracterizan por la búsqueda constante de su crecimiento empresarial, todo ello dependerá siempre de distintos factores, que ayudan tanto positiva como negativamente. Hay factores que tienen una relación con el crecimiento empresarial de una MYPE, esto puede ayudarlas en su crecimiento y a su éxito. Por lo tanto, se planteó el siguiente objetivo: Identificar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022, así como demostrar la veracidad de la hipótesis general. La presente investigación acredita que el contenido a tratar sobre los principales factores limitantes internos y su relación con el crecimiento empresarial de las MYPES de confección textil de las galerías comerciales Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca, ubicados en la ciudad de Huancayo, aún no han sido indagados. Por lo tanto, los resultados de esta investigación permitirán que tanto las MYPES como los entes gubernamentales a través de programas de apoyo y promoción a las mismas, puedan tomar mejores decisiones para poder realizar un mejor manejo de estos factores y, por consiguiente, garantizar un crecimiento económico significativo y sostenido. La Investigación tiene un enfoque cuantitativo. Para lograr los objetivos propuestos en el estudio de tipo transversal, se adaptó al empleo de técnicas de investigación cuantitativas como las encuestas realizadas a MYPE's del sector textil en las galerías ya mencionadas y su procesamiento en un software estadístico SPSS, para así medir la relación de los factores internos y el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas, para la jerarquización de los factores limitantes. Finalmente se concluye que, al aplicar la prueba estadística de Chi cuadrado entre las dos variables, se halló un valor crítico de 9.4877. El valor de Chi cuadrado para la hipótesis general fue de 23.159, lo que ubica a la hipótesis nula (H0) en la zona de rechazo, y, por lo tanto, se acepta la hipótesis general (H1). Esto indica que los factores internos, tales como la planeación estratégica, el capital humano y

la innovación, tiene relación con el crecimiento de las MYPE's del sector textil en la ciudad de Huancayo.

**Palabras clave:** MYPE, factores internos, crecimiento empresarial.



### Abstract

Peruvian companies are characterized by the constant search for business growth; all of this will always depend on several factors, which help both positively and negatively. There are factors that have a relationship with the business growth of an MYPE, this can help them in their growth and success. Therefore, the following objective was proposed: Identify the relationship between internal factors and the business growth of MYPE's in the textile sector, Huancayo, 2022, as well as demonstrate the veracity of the general hypothesis. This research proves that the content to be discussed about the main internal limiting factors and their relationship with the business growth of the textile manufacturing MYPES of the *Gamarrita, Mercaderes e Industriales* Huanca shopping galleries, located in the city of Huancayo, have not yet been investigated. Therefore, the results of this research will allow both MYPES and government entities, through support and promotion programs for them, to make better decisions to be able to better manage these factors and, consequently, guarantee a significant and sustained economic growth. The research has a quantitative approach. To achieve the objectives proposed in the cross-sectional study, it was adapted to the use of quantitative research techniques such as the surveys carried out on MYPE's in the textile sector in the galleries already mentioned and their processing in SPSS statistical software, in order to measure the relationship between internal factors and business growth of micro and small businesses, for the prioritization of limiting factors. Finally, it is concluded that, when applying the Chi square statistical test between the two variables, a critical value of 9.4877 was found. The Chi square value for the general hypothesis was 23.159, which places the null hypothesis (H0) in the rejection zone, and, therefore, the general hypothesis (H1) is accepted. This indicates that internal factors, such as strategic planning, human capital and innovation, are related to the growth of MSEs in the textile sector in the city of Huancayo.

**Keywords:** MYPE, internal factors, business growth.

## Introducción

El empresario peruano, tiene como sello y arma frente a las dificultades, su creatividad que está orientado hacia el emprendimiento, esta es la razón por lo que se crean o se originan las MYPES en el Perú; sin embargo, cada año se crean una gran cantidad de nuevas empresas, otras están en marcha, muchas de estas no crecen, están en una misma situación año a año o simplemente cesaron sus operaciones.

Frente a este hecho referido, se plantea la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022?, con el objetivo de tener un porcentaje del mercado, mediante la oferta de un mayor valor agregado en los productos y servicios que ofrece.

El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo: Identificar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022. Con los resultados obtenido en esta investigación se facilitará que las MYPES, así como los entes gubernamentales a través de los programas de apoyo y promoción a las mismas, puedan tomar las mejores decisiones para lograr una mejor gestión de estos factores y, de esta manera, garantizar un crecimiento empresarial significativo y sostenido en las MYPES.

La investigación está compuesta por cinco capítulos: En el Capítulo I se hace referencia al Planteamiento del Problema, en la cual se esgrima el problema que existe como parte de este estudio, asimismo contiene los objetivos y justificaciones del trabajo de investigación. En el Capítulo II se da a conocer los antecedentes relacionados a las variables y sus dimensiones de la presente investigación, basados en investigaciones realizadas a nivel local, nacional e internacional, asimismo contiene un marco teórico, y finalmente el marco conceptual para un mejor entendimiento de la investigación. En el Capítulo III se presenta la hipótesis general y las específicas, del mismo modo, se presenta la operacionalización de las variables. En el

capítulo IV, se abordan aspectos de la metodología utilizada, el método, tipo, nivel, diseño de la investigación, población, muestra, la técnica e instrumento que se emplearon para recabar información, el procesamiento de datos a través del programa SPSS, el procedimiento de la investigación y las consideraciones éticas. En el Capítulo V se presentan los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas, la contrastación de las hipótesis y se presenta la discusión de resultados. Se finaliza con las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas utilizadas en el desarrollo del trabajo y los apéndices.

## **Capítulo I. Planteamiento del Estudio**

### **1.1. Delimitación de la investigación**

Vara (2010) Afirma que, la delimitación de la investigación es parte fundamental de todo el planteamiento del estudio. Para ello, se debe ser consciente y mencionar en los trabajos de investigación, cuál es la delimitación del trabajo de investigación. (p. 183)

Para complementar la definición dada anteriormente Bernal (2010) señala que la delimitación es la dimensión de la amplitud o del contexto en el que se está llevando a cabo el estudio, como, por ejemplo: la zona geográfica, el periodo de tiempo, el nivel de educación, etc.

#### **1.1.1. Territorial.**

Este estudio de investigación se realizó a las MYPE's de confección textil de las Galerías comerciales Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca, ubicadas en el distrito y Provincia de Huancayo, Región de Junín.

#### **1.1.2. Temporal.**

El presente estudio de investigación se inició en el año 2023 y finalizó en el año 2024.

#### **1.1.3. Conceptual.**

La investigación tiene como objetivo identificar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

En el siguiente trabajo de investigación se han delimitado dos variables, la variable X que viene a ser el Crecimiento Empresarial de las MYPE's, y los factores internos vendría a ser la variable Y.

A continuación, se detalla cada una de ellas en un aspecto general para poder proyectar los alcances de este trabajo de investigación.

El crecimiento empresarial se define como "el proceso de adaptación a los cambios impulsados por los requisitos ambientales o el espíritu empresarial gerencial, por el cual una

empresa se ve obligada a desarrollar o expandir sus capacidades productivas ajustando o adquiriendo nuevos recursos.” (Blázquez, Dorta y Verona, 2006, p. 42) , también se tomará en cuenta lo analizado por Rupasingha y Wang para contar con información sobre la forma efectiva de conocer el crecimiento empresarial de las MYPE´s.

En cuanto a los factores internos, existe una dificultad para poder determinar los factores que inciden en el crecimiento de una empresa, esto aumenta al momento de querer analizar los factores internos que podrían generar un potencial crecimiento. Muchos emprendedores siempre fijan su mirada en los factores externos para poder identificar oportunidades o amenazas. (Blázquez Santana, Dorta Velázquez, & Verona Martel, 2006) En este trabajo también se quiere demostrar la importancia de los factores internos en el crecimiento empresarial, para ello, se tomaran en cuenta los factores internos que considera la Organización Internacional del Trabajo en su artículo denominado Factores Internos y Externos para el éxito de la Pyme.

#### **1.1.4. Universo.**

Las unidades de estudio están conformadas por 200 Micro y pequeñas empresas de las galerías Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca.

### **1.2. Planteamiento del Problema de la Investigación**

El enunciado del problema permite saber qué se quiere investigar, identifica elementos relacionados con el proceso y define la metodología. Como refiere (Vara, 2010): "Publicar una pregunta significa definir la idea original y llevarla a un contexto científico. En otras palabras, consiste en describir el problema específico de investigación a través de un argumento científico. Un argumento científico no es más que una formulación lógica de una idea que se basa en hechos o conocimientos. Plantear un problema significa exponer todas las razones por las que se considera problema. Todas estas razones se denominan argumentos. Y cada una de ellas debe basarse en conocimientos científicos previos". (p. 176).

Es significativo recordar que hay cinco elementos para hacer una pregunta y están interrelacionados: el objetivo del estudio, la pregunta de investigación, la justificación y viabilidad del estudio y la pregunta para evaluar las lagunas de conocimiento.

Para desarrollar este aspecto de nuestro trabajo de investigación se expresa cada aspecto para ubicarlo en el tiempo, alcance y problemática que tienen las Micro y Pequeñas empresas (MYPE's). En consecuencia, a lo antes señalado, se presenta a continuación el planteamiento del problema.

Uno de los principales objetivos de las empresas, sin importar su tamaño, es buscar su crecimiento empresarial y económico, que depende de numerosos factores tanto internos como externos, a través de diferentes estrategias. Estas son diseñadas por los iniciadores del negocio o gerentes a fin de tener los índices adecuados de rentabilidad económica y financiera.

Actualmente las pequeñas empresas y las microempresas desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico. Según la (ONU, 2021) "Las MiPymes tanto formales como informales representan más del 90 por ciento de todas las empresas, en promedio el 70 por ciento del empleo total y el 50 por ciento del PIB. Por lo tanto, son actores de suma importancia en una recuperación verde".

De acuerdo con (Sánchez B. B., 2006) "Las microempresas son constructoras proveedoras de servicios y minoristas que instituyen una parte integral de la economía, como clientelas y proveedores. No solo generando ocupaciones, sino que además favorecen en el crecimiento económico en América Latina."

Existen diversas definiciones para las MYPE's, pero en este documento se citará la que más se asemeja a nuestra realidad peruana, es la indicada en la "Ley de la Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa", Ley No 28015, en el artículo 2° de la ley referida, dice que: "Las micro y pequeñas empresas son unidades económicas constituidas por cualquier forma de organización o gestión empresarial de personas naturales o jurídicas, de

conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente, que tengan por objeto llevar a cabo la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o la prestación de servicios”(Congreso, 2013)

Las pequeñas y medianas empresas representan el 90 por ciento de las empresas latinoamericanas, generan más de la mitad de los empleos y una cuarta parte del PIB. (CAF, 2018)

Según el Ministerio de la Producción (Produce), en el Perú existen aproximadamente 2.1 millones de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), que representan el 99,5% de la estructura empresarial del país. (PRODUCE, 2021)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el primer trimestre de 2021, en comparación con el trimestre anterior, el número de altas disminuyó en -17.3% (14,000 359 empresas), y el número de bajas aumentó en 8, un incremento de 3% (618 empresas). Por su parte, la variación neta (entendida como la diferencia entre el número de empresas creadas o relanzadas y el número de empresas extinguidas) registró 60.000 724 empresas en el período anterior.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó en el cuarto trimestre de 2021 que el número de empresas registradas en el Directorio Central de Empresas e Instituciones aumentó a 2 millones 981 mil 98 empresas, lo que significa un aumento de 7 empresas. 3% con respecto a 2020. (INEI, 2021)

También indicó que se constituyeron 68,936 empresas y se dieron de baja alrededor de 10,121 empresas como se visualiza en la Figura 1. (INEI, 2021).

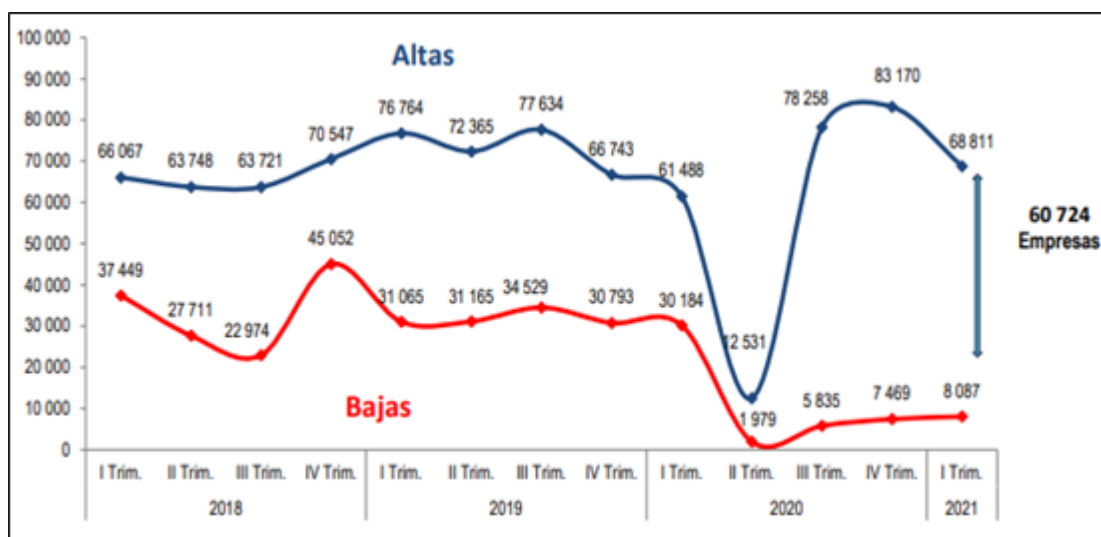


Figura 1. Perú: Stock y Variación Neta de Empresas por Trimestre, 2018-2021.

En cuanto a la tasa de registro y tasa de cancelación de las actividades económicas peruanas, se puede observar en el Cuadro 3 que las más representativas son la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca, con un volumen de registro del 3,3%, el comercio al por mayor aumentó en un 3%. Las actividades de servicios representaron cada una un 2,8%, mientras que el descenso porcentual fue del 0,5% en cada actividad económica como se visualiza en la Figura 2. (INEI, 2021)

Actividad económica	Stock	Altas 1/	Bajas 2/	Tasa de altas (%) 3/	Tasa de bajas (%) 4/
Total	2 981 098	68 938	10 121	2,3	0,3
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	48 353	1 593	170	3,3	0,4
Explotación de minas y canteras	30 303	508	58	1,7	0,2
Industrias manufactureras	226 737	5 651	892	2,5	0,3
Construcción	96 097	2 701	99	2,8	0,1
Venta y reparación de vehículos	86 117	2 043	247	2,4	0,3
Comercio al por mayor	311 757	9 425	1 608	3,0	0,5
Comercio al por menor	926 946	20 695	3 623	2,2	0,4
Transporte y almacenamiento	182 644	4 072	944	2,2	0,5
Actividades de alojamiento	28 423	556	82	2,0	0,3
Actividades de servicio de comidas y bebidas	231 429	6 542	766	2,8	0,3
Información y comunicaciones	58 069	856	96	1,5	0,2
Servicios prestados a empresas	280 465	5 517	472	2,0	0,2
Salones de belleza	42 209	1 085	117	2,6	0,3
Otros servicios 5/	431 549	7 692	1 147	1,8	0,3

Figura 2. Perú: Altas Y Bajas Según Actividad Económica, IV Trimestre 2021



Con respecto a los factores que limitan el desarrollo económico financiero de las MYPE's, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) indica que América Latina tiene baja productividad; asimismo, se encuentra una baja inversión en conocimiento, limitaciones tecnológicas y el no acceso a los capitales de inversión ya sean públicos o privados; además, un factor determinante es el acceso a la educación y esta tiene una gran influencia en la toma de decisiones, en ese sentido, contrasta con la realidad, muchas veces se basa en la experiencia o el expertís del dueño del negocio o de las personas que laboran en la MYPE's; aunado a esto, está la falta de innovación. Es importante que el nexo de integración de las MYPE's con la cadena de suministros de cualquier sector ya sea como proveedores o clientes, sería la gran empresa y puede ser un factor determinante para el crecimiento de las MYPE's.

A nivel general, se puede apreciar que la economía latinoamericana se caracteriza por tener costos logísticos elevados, debido a nuestra deficiente infraestructura (falta de carreteras, aeropuertos, puertos, mega puertos, parques industriales, etc.). Este hecho hace que una Mype no sea competitiva en el mercado, debido a que sus costos de transporte son altos (dependencia de la importación de combustibles fósiles), y al tener bajo poder de negociación en este aspecto, se ven imposibilitadas a tener economías de escala y sinergias para maximizar el uso de los recursos disponibles.

Otro de los factores que influyen mucho en el desempeño de las MYPE's son las elevadas cargas tributarias (presión tributaria) y esto incide en la capacidad de inversión y ahorro para poder mantenerse en el mercado en la línea del tiempo.

Finalmente, en época de pandemia, se han decretado el Estado de Emergencia Nacional y el Estado de Emergencia Sanitaria, dando como resultado un crecimiento en el índice de desempleo.

De la misma manera se tienen altos índices de informalidad en las MYPE's como refiere la Sociedad Nacional de Industrial, la cual llega a 84,2%, superior a sus niveles prepandemia, (SNI, 2021), lo que les impide entrar a nuevos mercados y lograr su expansión.

La llegada de la pandemia en el 2020 significó un gran golpe en muchos aspectos para todas las MYPE's peruanas, pues se vieron obligados a cerrar sus instalaciones de forma masiva, causando una gran caída en la productividad y en el gran aporte de estas en la reducción del desempleo.

El cuadro 1 permite observar el porcentaje de contribución de las MYPE's en la generación de empleo en la Población económicamente activa (PEA) y el impacto del Covid-19 para el año 2020, Vea la Figura 3.

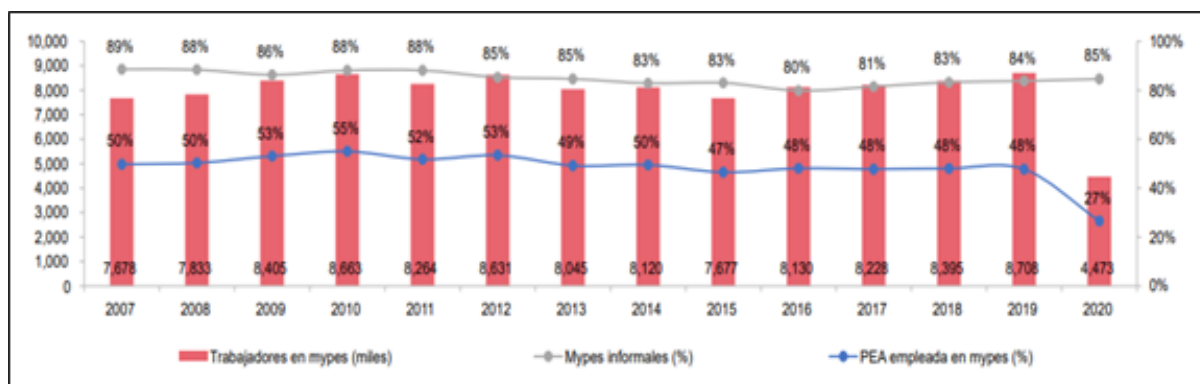


Figura 3. Empleo en las MYPE's en el Perú Fuente: Enaho. Elaboración: Comex Perú.

Se infiere en el cuadro No 1 que hasta antes del 2020 las MYPE's representaban una media del 48% (PEA) como fuente de empleos para el Perú, sin embargo, esto sufrió una caída del 48% (2019) a un 27% en el año 2020. La informalidad se mantiene en un rango del 89% (2007) hasta el 84% (2019), y con referencia al año 2020 aumento en un 1%.

Para el 2021 con la llegada de las vacunas y con las reactivaciones económicas las MYPE's poco a poco fueron normalizándose, sin embargo, ahora tienen que lidiar con todos los estragos que dejó la pandemia.

De todo lo señalado, nuestro trabajo se centrará en el análisis de los factores internos que interceden en el crecimiento económico de las MYPE's.

### **1.3. Formulación del Problema**

De acuerdo con la definición de (Bernal T. C., 2010) Las preguntas se forman cuando los investigadores hacen predicciones sobre situaciones problemáticas. Esta predicción no se hace mediante un enunciado sino mediante una pregunta (p. 89), y para este estudio nuestro enunciado fue:

¿Cuáles son los principales factores limitantes que se relacionan con el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (MYPE's) de confección textil en las galerías comerciales Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca en la ciudad de Huancayo, 2022?

#### **1.3.1. Problema general.**

¿Cuál es la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022?

#### **1.3.2. Problemas específicos.**

- ¿Cuál es la relación entre la planeación estratégica y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022?
- ¿Cuál es la relación entre los recursos humanos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022?
- ¿Cuál es la relación entre la innovación y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022?

### **1.4. Objetivos de la investigación**

En su libro Bernal, (2010) indica que:

(...) Las metas son los fines de la investigación, expresan los fines a alcanzar, por lo tanto, todo esfuerzo de investigación estará orientado al logro de estos fines, estos deben ser claros y precisos para evitar confusiones o sesgos, sin embargo, esto no significa que el objetivo no puede modificarse durante el curso de la investigación, ya que es necesario hacerlo en determinadas circunstancias. (p. 97).

#### **1.4.1. Objetivo general.**

Identificar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

#### **1.4.2. Objetivos específicos.**

- Analizar cómo la planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.
- Analizar cómo los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.
- Analizar cómo la innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

### **1.5. Justificación de la Investigación**

De acuerdo con Bernal, (2010) “Toda investigación se trata de resolver un problema, por lo tanto, se debe demostrar una razón para justificar la investigación. También se debe determinar su alcance o tamaño para entender su viabilidad” (p.106)

#### **1.5.1. Justificación teórica.**

La presente investigación acredita que el contenido a tratar sobre los principales factores limitantes internos, externos y de macroentorno que se relacionan con el crecimiento económico de las MYPE's de confección textil de las galerías comerciales Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca, ubicados en la ciudad de Huancayo, aún no han sido indagadas. Por lo tanto, los resultados de esta investigación permitirán que tanto las MYPE's como los entes gubernamentales a través de programas de apoyo y promoción a las MYPE's, puedan tomar mejores decisiones para poder realizar un mejor manejo de estos factores y, por consiguiente, garantizar un crecimiento económico significativo.

Esta investigación se apoya en conceptos, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial y la teoría de restricciones, como fuente de crecimiento empresarial.

El crecimiento empresarial se define como "la adaptación a los cambios en los requisitos ambientales o el proceso de cambio promovido por el espíritu emprendedor de los gerentes, por el cual una empresa se ve en la necesidad de desarrollar o expandir sus capacidades productivas ajustando o adquiriendo nuevos recursos" (Blázquez, Dorta y Verona, 2006), también se tomará en cuenta lo analizado por Rupasingha & Wang para contar con información sobre la forma efectiva de conocer el crecimiento empresarial de las MYPE's.

Es fundamental determinar la relación de los factores internos con el crecimiento empresarial de las MYPE's, para ello se tomará en cuenta la evaluación interna de estas de acuerdo con los elementos del análisis AMOFITH que da a conocer (D'Alessio, 2008) en su libro "El proceso estratégico: un enfoque de gerencia".

Ambas teorías ayudaron a analizar cómo los factores internos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's en investigación.

#### Justificación práctica

Este estudio de investigación surge de la necesidad de examinar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas manufactureras textiles ubicadas en las principales galerías comerciales de la ciudad de Huancayo, ubicadas en Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca, desde el año 2017 al 2021.

El resultado de la investigación dará a conocer la relación entre ambas variables, analizará los factores determinantes y críticos que son de vital importancia en el desarrollo empresarial de las MYPE's. Asimismo, permitirá elaborar estrategias concretas para mejorar el desempeño de estas variables y así lograr un impacto económico favorable en las galerías comerciales mencionadas anteriormente ubicadas en la ciudad de Huancayo.

Para posicionar nuestra investigación, cabe señalar que Perú tiene sólidos fundamentos macroeconómicos, que abarcan una deuda pública relativamente baja en comparación con el PIB, considerables reservas internacionales y un banco central robusto. La economía peruana experimentará una sólida recuperación en 2021; sin embargo, debido a la estructura rígida del mercado laboral y la inflación, el ritmo de disminución de la pobreza se ralentizará. Las previsiones exigen que el crecimiento del PIB vuelva a la tendencia anterior a la pandemia de alrededor del 3% anual para 2022, con una dinámica favorable en los precios de exportación que contrarreste la incertidumbre política. No obstante, las proyecciones indican que las tasas de pobreza permanecerán significativamente por encima de los niveles de 2019. Tras una severa recesión en 2020, el PIB real aumentó un 13,3 % en 2021, alcanzando niveles similares a los anteriores a la pandemia. (Banco Mundial, 2022)

La recuperación fue impulsada principalmente por el aumento de la demanda interna y el gasto tanto público como privado. Aunque los niveles de empleo casi han vuelto a los niveles anteriores a la crisis, esto está fuertemente vinculado con la prevalencia de empleos de baja calidad en el sector informal, que es donde se destaca la importancia de las MYPES, ya que generan el 48% de todos los empleos en la Población Económicamente Activa (PEA).

Por otro lado, el empleo formal en áreas urbanas sigue siendo un 20% inferior a los niveles anteriores a la pandemia. La baja calidad del empleo ha disminuido los ingresos de los hogares, con salarios promedio que cierran el año siendo un 13% más bajos que en 2019. Principalmente debido a la recuperación del PIB, se anticipa que la tasa de pobreza disminuya en 4,6 puntos porcentuales en 2021, alcanzando el 28,3%, aunque sigue siendo más alta que en 2019.

Además, se anticipa que la economía crecerá aproximadamente un 3,4% en 2022, impulsada principalmente por el incremento de las exportaciones, mientras que la demanda interna se desacelerará de manera gradual. Este crecimiento en las exportaciones será

respaldado por la puesta en marcha de importantes minas de cobre. Asimismo, el gasto de capital en el sector minero continuará fomentando la inversión privada y continuarán algunos proyectos de inversión importantes, compensando la baja confianza empresarial debido al ruido político y los problemas sociales principalmente relacionados con la minería. (BCRP, 2021)

### 1.5.2. Justificación Metodológica.

Para lograr el objetivo propuesto de un estudio transversal, se está ajustando el uso de técnicas de investigación cuantitativa como son las encuestas y su procesamiento en el software estadístico SPSS, el cual será un proceso metodológico ordenado y sistemático para medir factores internos. Es decir, lo que restringe el crecimiento empresarial de las pequeñas y microempresas es el factor limitante horizontal.

De igual forma, para culminar nuestra investigación se utilizaron técnicas de investigación cuantitativa a través de la aplicación de la técnica de la encuesta, que tuvo como instrumento al cuestionario, permitiéndonos conocer el vínculo y rumbo del desarrollo empresarial de las MYPE's y los factores limitantes. Apoyar el fortalecimiento y desarrollo de las microempresas del sector de la confección textil de los centros comerciales Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca.



Figura 4. Variaciones Porcentuales reales, PIB y demanda interna

El cuestionario es una herramienta versátil y eficaz para recolectar y analizar datos en una investigación, mejorando la precisión y la amplitud de los hallazgos. Su versatilidad radica

en la capacidad de adaptarse a diferentes tipos de estudios y poblaciones, permitiendo a los investigadores diseñar preguntas que recojan información. Esta herramienta facilita la obtención de grandes volúmenes de datos de manera estructurada y estandarizada, lo que asegura la consistencia y comparabilidad de las respuestas. Vea la Figura 4.

En tal sentido, el resurgimiento del mercado laboral formal, así como la paulatina normalización de la actividad, llevaron a un aumento del consumo privado (Ver gráfico). El desafío para la economía peruana es hacer crecer el PIB, promover la prosperidad compartida y proteger a su gente de los choques, tanto generales como individuales, de esta forma la dinamicidad de la economía permitirá tener un crecimiento orgánico y económico en todos los sectores del país. Vea la Figura 5.

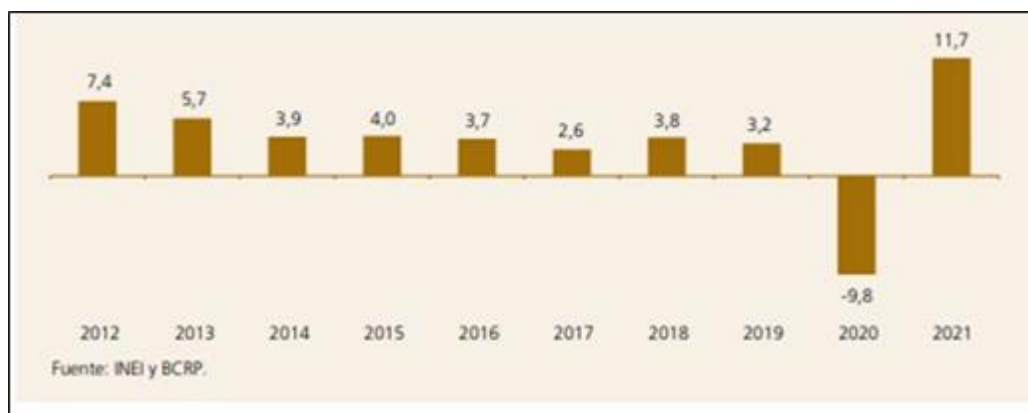


Figura 5. Consumo Privado, Variaciones Porcentuales

El trabajo de investigación desarrollado ayudará a identificar los factores limitantes y convertirlos como factores determinantes de éxito, dentro de los cuales se puede identificar a los siguientes:

Factores administrativos, especialmente de recursos humanos, considerando la edad, motivación y gestión del conocimiento, la administración propia de sus negocios y la capacitación.

- Gestión de la red de contactos.
- Servicio post venta.



- Efectividad de los procesos en el control de la cantidad, calidad, del diseño y de los costos.
- Tecnología de punta en productos y procesos.

Todo lo anterior confirma la importancia de esta encuesta para comprender los principales factores internos que inciden en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas de manufactura textil ubicadas en las principales galerías comerciales de la ciudad de Huancayo como Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca. Cabe mencionar, es cierto que uno de los principales objetivos de una empresa, independientemente de su tamaño, es buscar crecer, ser rentable y convertirse en generadora de riqueza a lo largo del tiempo, dependiendo de numerosos factores internos y externos, aplicando diferentes estrategias.

Cabe agregar que el conocimiento es reconocido como un activo trascendente para la toma de decisiones en las organizaciones y como un recurso valioso para las organizaciones y las personas, y es, desde hoy en adelante, una condición para el éxito y la respuesta a los desafíos.

## Capítulo II. Marco Teórico

### 2.1. Antecedentes de a investigación.

#### 2.1.1. Artículos científicos.

En Ciudad de México, México (Chiatchoua, 2021) desarrolló un artículo científico que tiene como título “Construcción de un modelo de competencias gerenciales para la competitividad de las MYPES” (p. 1),

Los resultados muestran que, ante el cambio tecnológico en curso, los modelos de competencias gerenciales deben tener en cuenta ; además, existe la necesidad de crear un ambiente dentro de las PYMES que es propicio para el desarrollo de habilidades de gestión. En este sentido, las pequeñas empresas deben renovar constantemente su fuerza laboral y promover la inclusión de jóvenes, debido al cambio tecnológico en curso y el tema de la competitividad salarial relacionado con la persistencia de las MYPES, lo que requiere un marco regulatorio (garantía fiscal, legal y social). para la perpetuidad de dichas sociedades.

La conclusión más relevante es que las PYMES peruanas, es decir, las pequeñas y medianas empresas, son organizaciones económicas fundamentales, producto de empresarios que operan de manera informal, sin apoyo ni intervención estatal. La informalidad de la economía peruana fue una característica permanente, pero se volvió estructural.

Esta investigación contribuye a nuestro trabajo brindándonos información de suma importancia para poder conocer la realidad de las MYPE´s en el Perú, de esta manera también se podrá realizar las investigaciones y realizar las propuestas de mejora.

En Santiago, Chile Dini y Stumpo (2020), Realizó un estudio titulado “MiPymes en América Latina: Representaciones de la Fragilidad y Nuevos Desafíos para la Facilitación de Políticas” (p. 1), el cual se llevó a cabo entre 2016 y 2018. Se concluye que las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) son parte fundamental de la estructura empresarial en América Latina, reflejado en varios aspectos, Esto está en marcado contraste con la

participación de la región de solo el 25% del producto interno bruto (PIB), que está en marcado contraste con los países de la UE, que tienen un promedio del 56%. Además, la significativa contribución de América Latina al empleo, junto con una menor contribución a la producción, evidencia una brecha de productividad más amplia entre unidades de producción de diferentes tamaños en comparación con la UE.

Nuevamente, estos rezagos en productividad y capacidad exportadora son un aspecto de la estructura económica altamente heterogénea de la región (Dini & Stumpo, 2020).

Esta heterogeneidad es también una de las razones de los altos niveles de desigualdad en las sociedades latinoamericanas, l

Esta investigación contribuye en nuestro trabajo brindándonos información de las MYPE´s a nivel de Latinoamérica, brinda información de la situación actual de las MYPE´s en comparación a las que se encuentran en países europeos, las conclusiones también ayudan a evaluar las actividades que cada Mype debe realizar o implementar para poder superar la gran brecha que presentan en comparación a MYPE´s de otros continentes.

En Sinaloa, México, Bernal, (2018) elaboró un artículo científico titulado Factores internos y externos del crecimiento empresarial de las microempresas en México, cuyo propósito fue demostrar la relación entre el crecimiento empresarial y los factores internos (como edad, tamaño, motivación, gestión del conocimiento) y factores externos como relación de competidores, clientes, entre otros. Se concluyó que existe una fuerte relación entre el crecimiento empresarial y los factores internos y externos, uno de los cuales es la capacitación de los empleados, las nuevas inversiones, el aprovechamiento de los activos, el conocimiento de las ventajas competitivas y la consideración de las opiniones de los clientes. En este estudio se utilizó un enfoque cuantitativo descriptivo.

Esta investigación también aportó en nuestro trabajo brindándonos información relevante de la relación entre factores internos y el crecimiento empresarial en las MYPE´s

mexicanas, esto ayuda también en realizar comparaciones y guiarnos en la correcta selección de nuestras dimensiones metodológicas para el desarrollo de nuestra investigación.

### **2.1.2. Tesis Internacionales.**

En Sangolquí, Ecuador (Doicela, 2022) Escribió una tesis de investigación titulada “Análisis del Impacto del Crédito del Sector Cooperativo en el Crecimiento Económico de las PYMES Textiles del Estado Rumiñahui”(p.2) , es Licenciada en Finanzas y Auditoría de la Universidad de las Fuerzas Armadas. El propósito de este estudio es determinar el impacto de las PYMES textiles del estado de Rumiñahui en el acceso al crédito del sector cooperativo y analizar los diferentes factores que dificultan su desarrollo. La metodología aplicada es una investigación correlativa, descriptiva y no experimental realizada a través de una encuesta a microempresarios de la región. Los hallazgos sugieren una relación entre las condiciones crediticias del sector financiero ecuatoriano y el lento crecimiento económico y comercial de las pequeñas y medianas empresas del sector textil en el estado de Rumiñahui, debido al escaso acceso a apoyo financiero, los altos costos de producción, la pandemia mundial, la Productos más baratos, además de determinar que las pymes no tengan una ventaja competitiva frente a sus principales competidores.

Mediante el análisis de referencia de esta tesis, sirve para entender que el crecimiento económico de una empresa textil está ligado de varios factores entre ellos motivo de esta tesis el financiamiento por parte de entidades financieras, el cual cumple un rol importante porque a través del financiamiento los microempresarios pueden obtener materia prima, maquinaria y otros elementos que le permiten ser competitivos en el mercado.

En Ambato, Ecuador Lozada (2018) escribió el trabajo de investigación titulado “Capital Humano y Crecimiento Económico-Financiero de Pymes en el Sector Textil del Estado de Pelileo” (p. 1), recibió el título de Ingeniero Contador Público y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato. El propósito de este estudio es analizar el impacto del capital

humano en el crecimiento económico y financiero de las PYMES de la industria textil en el estado de Pelileo. La metodología utilizada es un estudio exploratorio, aplicado a las pequeñas y medianas empresas del sector textil del estado de Pelileo, basado en la recopilación de información relacionada con el capital humano y el crecimiento económico financiero desarrollado a través de encuestas. al gestor. Los hallazgos muestran que el crecimiento económico financiero es el resultado del pleno funcionamiento de las empresas cuando éstas son capaces de producir y generar utilidades por un tiempo determinado, lo que a su vez afecta el capital humano. Mediante el análisis de referencia de esta tesis, no servirán para entender que el crecimiento económico de una empresa textil está ligado de que este tenga la capacidad de producir y generar utilidades, y que un factor importante para el crecimiento económico es contar con un capital humano de alto rendimiento.

En Esmeraldas, Ecuador Sánchez (2018) publicó una tesis doctoral "Un Estudio de Caso de Factores que Afectan la Internacionalización de Pequeñas y Medianas Empresas Utilizando Herramientas de Exportación: YANAPI S.A" (p. 1), y obtuvo el título de ingeniero en comercio exterior. El propósito de este estudio es analizar los factores que influyen en la internacionalización de las PYMES utilizando herramientas simples de exportación. A modo de inducción, la investigación es cualitativa y descriptiva. Se utiliza como herramienta: la entrevista, para valorar aspectos relevantes de la empresa.

### **2.1.3. Tesis Nacionales.**

En Lima, Perú Gabriel y Huamán (2020) en su tesis titulada "Factores que limitan el crecimiento de las MYPE's de Lima metropolitana en el 2019" (p. 1), presentada a la Universidad San Ignacio de Loyola para la Licenciatura en Administración y Emprendimiento con el objetivo de identificar los factores internos y externos que limitan el crecimiento del negocio MYPE's en estudio. El tipo de estudio utilizado fue de tipo lateral.

Llegaron a la conclusión de que para este grupo de MYPE's, son los factores externos lo que tuvieron mayor relevancia en el crecimiento empresarial, factores externos como el acceso a préstamos bancarios, informalidad, alta competencia, falta de ayuda del gobierno y la falta de capacitación son determinantes en el crecimiento de estas empresas, también los factores internos como proveedores, baja productividad y el no tener estrategias bien definidas también afectan a las MYPE's.

Este proyecto de investigación brinda información relevante sobre factores internos que también se investiga en el trabajo, de acuerdo con estos resultados se realizarán comparaciones para definir si son temas que también se puedan utilizar en nuestras propuestas de mejora.

En Lima, Perú Lingán (2018) en su tesis titulada “Factores que influyen en el éxito sostenible de las MYPE's de servicios en el mercado limeño” (p. 1) presentada a la Universidad ESAN para obtener el grado de Bachiller en Administración con mención en Dirección de Empresas. Tuvo como objetivo evaluar los factores internos que influyen de manera determinante en el éxito de las MYPE's, brindando esta información también permiten a los empresarios a reducir riesgos al momento de la creación de alguna empresa, a la vez ayuda también al estado a realizar un análisis para poder ayudar a estas MYPE's con programas sociales o capacitaciones.

El modelo de investigación en esta tesis es el diseño no experimental de tipo transversal prospectivo o correlacional-causal, utilizaron la técnica de muestreo No probabilístico debido a las limitaciones que se les presentó en el desarrollo de esta investigación.

En esta investigación se concluyó que la gestión del empresario y sus características de este, son factores determinantes para el éxito de estas empresas, seguido a ello también son factores importantes la innovación, tecnología y la publicidad. También se concluyó que el factor de capital inicial al momento de iniciar un negocio no es algo determinante del éxito o fracaso de un negocio. Finalmente se considera que estos resultados solo se realizaron con

muestras pequeñas, lo cual no indica que al realizar estudios mayores se pueda obtener los mismos resultados.

Este proyecto de investigación ayuda en gran medida a nuestro trabajo al brindarnos información relevante de 2 factores internos importantes y fundamentales en el desarrollo de las MYPE's, factores que también se consideran en la investigación, pues como se indica en tesis, con una muestra mayor se podrían obtener resultados distintos, al ser este el caso, ayudaría para la consideración de estos factores importantes en alguna propuesta de mejora para nuestro trabajo de investigación.

En Lima, Perú Pantoja (2018) en su tesis titulada “Factores Determinantes que limitan a las Micro y pequeñas empresas en su desarrollo social y empresarial en el Perú, estudio de casos Microempresas del sector manufactura en el Emporio comercial de Gamarra, Distrito de La Victoria periodo 2015-2016” (p. 1) presentada a la Universidad Nacional Federico Villarreal para el título de Licenciado en Administración de Empresas. El objetivo es estudiar cualitativamente los factores rezagados que limitan el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (MYPE's) de confecciones en San Juan de Lurigancho.

La técnica de investigación utilizada en esta investigación fue el cuestionario semiestructurado para la recopilación de los datos y entrevistas directas con las MYPE's. Después de la obtención de datos, utilizaron bitácoras que les facilitaron el procesamiento de los datos dispersos.

En esta investigación, se concluye que es de vital importancia contar con un plan preventivo ante amenazas futuras, además que la gran mayoría de MYPE's en dicho sector, solo se dedica a la prestación de servicios de confección, lo que les impide contar con una línea de ropa propia. También que es muy importante que estas MYPE's tengan conocimiento de la innovación constante para que sus MYPE's no desaparezcan en un futuro. Finalmente, se

concluye que contar con un fácil acceso a los préstamos bancarios ayudaría en gran medida al crecimiento económico de estas MYPE's.

Esta tesis colabora en nuestra investigación al brindarnos datos relevantes sobre factores que limitaron en el crecimiento empresarial a MYPE's del comercio de Gamarra, da a conocer la importancia de la innovación y el apoyo del gobierno como factores importantes para los microempresarios. Permite también analizarlos en una muestra mayor y así considerarlos como temas importantes para nuestra propuesta de mejora.

#### **2.1.4. Tesis Locales.**

En Huancayo, Perú, (Carhuaz 2018) en su tesis titulada, "Mejoramiento de capacidades empresariales de los microempresarios del sector confecciones de la galería Gamarrita Huanca del distrito de Huancayo, periodo 2014-2015" (p. 1) como magíster en planificación y proyectos de inversión en la Universidad Nacional del Centro del Perú, concluyó que el Estado realizó actividades para entrar en mayores condiciones contractuales con las MYPE's para la confección de sus uniformes, dándoles prioridad por su condición de microempresas, al mismo tiempo que implementó y utilizó nuevas tecnologías en las microempresas en producción. En el proceso, el objetivo es mejorar la eficiencia y mejorar la calidad del producto.

Por las condiciones de las microempresas, buscar financiamiento en instituciones financieras que les permitan cobrar con un porcentaje mínimo de interés.

Se pone énfasis en capacitar a las personas de acuerdo con los procesos a desarrollar. Asimismo, la Asociación de Fabricantes de Prendas de Vestir, implementen proyectos para mejorar la infraestructura, mediante la sustitución de equipos y maquinarias con tecnología moderna, estableciendo un período gradual.

En Huancayo, Perú, (Meza & Meza, 2014) En su tesis titulada "Factores Determinantes de la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas Textiles y de Confección de la Región Junín, 2014" (p. 1) presentada a la Universidad Nacional del Centro del Perú, con el objetivo



de optar al título de Economista. Los métodos utilizados son encuestas aplicadas, se utilizan métodos inductivos. - deductivos y encuestas se utilizan en mediciones estadísticas y econométricas específicas.

Comparar si los supuestos son consistentes con el modelo de investigación, y determinar los factores específicos de la competitividad de las pequeñas y microempresas.

## 2.2. Bases Teóricas

### 2.2.1. Variable X: Factores Internos.

En la actualidad, las Micro y pequeñas empresas son de vital importancia para el desarrollo de las economías. Según la ONU (2021) “las MiPymes formales e informales representan más del 90% de todas las empresas y representan en promedio el 70% del empleo total y el 50% del PIB” (p. 13).

Al representar más del 50% del PIB, el gobierno tiene la tarea de incentivar a la creación de nuevas MYPE's con políticas nacionales y un fortalecimiento estructural ya que de esta forma estaría asegurándose el éxito y una significativa mejora en la balanza comercial de nuestro país (Cueva, 2007).

Tabla 1

*Participación del sector Textil y Confecciones en el PBI Nacional y Manufactura, 2010-2019, INEI 2019*

Año	PBI Nacional	Manufactura
2010	1.7	10.6
2011	1.6	10.4
2012	1.4	9.4
2013	1.4	9.3
2014	1.2	8.8
2015	1.1	8
2016	1	7.4
2017	0.9	7.1
2018	0.9	6.6

2019	0.8	6.4
------	-----	-----

En la Tabla 1, se puede observar que en el 2017 el sector textil y confecciones tuvo una gran participación del 7,1% en el PBI nacional, mientras que en el 2018 tuvo una caída del 0,5% con un aporte del 6.6% y para el 2019 tuvo un aporte del 6,4%, esto demuestra que en el transcurso de los años hubo una desaceleración y reducción de la participación de este sector en la economía nacional. Vea la tabla 1 y figura 6.

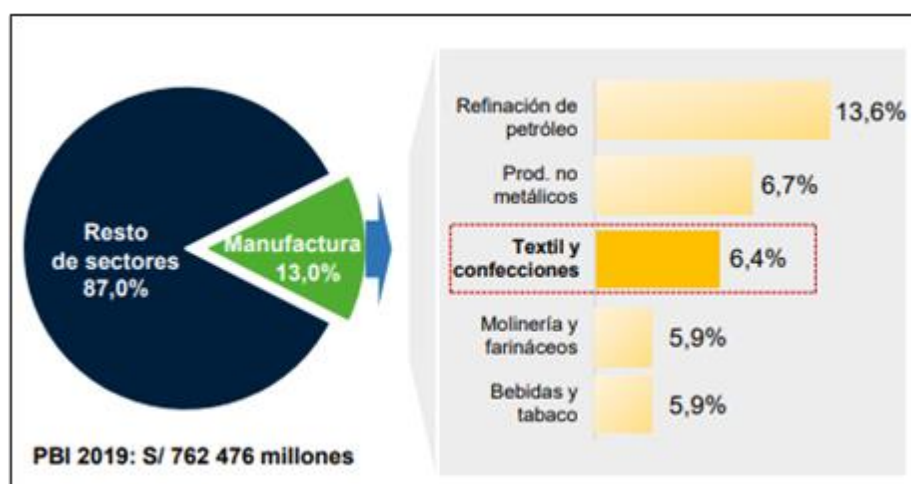


Figura 6. Participación del Sector Textil y Confecciones en el PBI Manufacturero, 2019  
Nota. Sacado de plataforma del INEI, 2019.

Tabla 2

*Población Ocupada Según Actividad Económica, 2019 miles de personas, INEI 2019*

Actividad	Personas	Participacion
Agropecuario	4034	24%
Comercio	3272	19%
Manufactura	1519	9%
<b>Textil y confecciones</b>	<b>398</b>	<b>2.3%</b>
Construccion	1055	6%
Mineria	194	1%
Pesca	114	1%
Servicios y otros	6944	41%
<b>Total</b>	<b>17133</b>	<b>100%</b>

Nota. Sacado de plataforma del INEI, 2019.

Para el 2019, el sector textil y confecciones en el Perú tuvo una participación del 6,4% sumando un monto de s/ 762 476 millones de aporte en el PBI, siendo superada solo por las industrias de refinación de petróleo y producción de productos no metálicos con un aporte de 13.6% y 6,7% respectivamente mostrada en la figura 6. Esto les permitió generar también más de 400 mil puestos de empleo anuales con una representación del 2,3% a nivel nacional de la población ocupada manufacturera como se muestra en la Tabla 2.

El crecimiento empresarial no se produce espontáneamente o en una epifanía del gerente o dueño del negocio, e, es decir adquirir las habilidades, herramientas y cualidades necesarias mediante la capacitación continua o con la contratación de personal especializado que . Al realizar esto las organizaciones buscan mejorar y elevar, de ser el caso, las ratios de rentabilidad, tener la capacidad suficiente de competir con empresas del sector y sostener la ventaja competitiva en el largo plazo.

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) alcanzan cierto grado de competitividad, desarrollo y sostenerla en el tiempo,

Por lo que, se desarrollan los factores internos que influyen en el crecimiento empresarial en las organizaciones.

### ***2.2.1.1. Planeación estratégica.***

La planificación consiste en determinar los objetivos de la organización y los métodos para lograrlos. La planificación se lleva a cabo por tres motivos: 1) para definir una dirección general para el futuro de la organización, como aumentar las ganancias, alcanzar una mayor cuota de mercado y cumplir con la responsabilidad social; 2) para identificar y asignar adecuadamente los recursos corporativos necesarios para alcanzar los objetivos y 3) para priorizar y decidir qué tareas se deben realizar para guiar la acción y lograr las metas deseadas. (Stoner, Freeman, & Gilbert Jr., 1996, p. 287)

Según Koontz y Weihrich (2001) la planeación estratégica es la aplicación de una estrategia que implica la toma de decisiones, siendo los principales objetivos e iniciativas a largo plazo de la empresa y asignar los recursos necesarios para hacerlo realidad.

Para Garrido (2006), ; (b) Áreas en que se utilizaron los recursos realmente; (c) Aplicación de tácticas, técnicas de cómo usar los recursos, discriminando lo que realmente se ha usado; y, (d) los recursos y medios que están a nuestra disposición. La aplicación de la estrategia dependerá de muchos factores, entre ellos:

- Realizar un análisis preciso que incluya los recursos, oportunidades, fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades de la organización.
- Elaborar ayuda memorias de los competidores que se puedan, mientras mayor sea el número, será mejor el diseño de la estrategia.
- El comportamiento del entorno y el cumplimiento de nuestras proyecciones, previsiones, planes y cálculos.
- Identificar las acciones y/o actividades de los competidores del sector. (p. 226)

De acuerdo con Pacheco (2006), la planificación estratégica es el proceso mediante el cual los gerentes de una empresa, independientemente de su tamaño, anticipan su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarios para lograrlo. Este autor indica que el proceso de gestión estratégica puede desglosarse en cinco componentes distintos:

- Elección de la misión y objetivos corporativos principales.
- Examinar el entorno competitivo externo de la organización para detectar las oportunidades y las amenazas.
- Evaluar el ambiente operativo interno de la empresa para identificar las fortalezas y debilidades de la organización.
- Realizar la selección de estrategias basadas en las fortalezas de la organización y que corrijan sus debilidades con el fin de tomar ventaja de oportunidades externas y contrarrestar las amenazas externas, y
- La implementación de la estrategia. (p. 38)

Sielinski (2007), :

- Crear una misión, es lo que la empresa desea lograr, su razón de ser, qué medios utilizara para conseguirlo y a quiénes está dirigido ese esfuerzo.
- Crear una visión, es hacia donde te diriges, como se verá la organización de aquí a un tiempo.
- Establecer metas.
- Identificar estrategias.
- Crear planes de acción, y
- Evaluar y realizar el seguimiento al plan y actualizarlo periódicamente. (p. 33).

La misión, visión y valores de una empresa son esenciales para establecer una cultura organizacional. Estos elementos guían la toma de decisiones a mediano y largo plazo,

proporcionando identidad a la empresa y alineando la motivación y el enfoque de los empleados hacia una dirección clara y unificada.

En este contexto, la misión, visión y valores actúan como directrices estratégicas que orientan la gestión de los equipos de la empresa y su posicionamiento en el mercado para alcanzar sus metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo.

### **2.2.1.2. Recursos humanos.**

Las empresas de cualquier tamaño a veces olvidan que el factor más importante dentro de ellas son los recursos humanos, estos están compuestos por los directivos, empleados, trabajadores, colaboradores y otros. El personal es una fuente inagotable de mejora en los procesos, diseño de nuevos productos o perfeccionar un procedimiento que a la larga puede generar una ventaja competitiva.

Lo más importante, a veces no significa una inversión de grandes cantidades de recursos financieros, solo aplicar la pirámide de Maslow, en cuanto a otorgar el reconocimiento a los colaboradores que han tenido una idea que significa una mejora y de esta forma se satisface la necesidad de autoestima.



*Figura 7.* Pirámide de Maslow

A partir de lo mencionado, para alcanzar la competitividad, las empresas de cualquier tamaño deben esforzarse por implementar estrategias que permitan atraer, retener y motivar a personas calificadas, incluyendo a quienes ya forman parte de la organización, así como establecer mecanismos que faciliten su crecimiento y desarrollo dentro de la empresa, dándoles capacitaciones u oportunidades de desarrollar nuevas ideas en el desarrollo de sus labores diarias.

La gestión de los recursos humanos es esencial para el rendimiento adecuado de una empresa; no darle la importancia necesaria se convierte en la causa principal del fracaso de las MIPYMES (McEvoy, 1984).

En ese orden de ideas, Zúñiga (2016), indica que al área de recursos humanos le corresponden las siguientes funciones:

- Selección de personal, tras conocer la necesidad de un área, se procede a la planificación, comenzando por la búsqueda, se pasa a la fase de selección de personal.
- Una vez definido el perfil de trabajador, se procede a buscar candidatos, publicando en los diferentes medios de comunicación la vacante existente. Actualmente, la forma más adecuada es hacerlo a través de las páginas web especializados de empleo en la red.

Cuando llegan los currículos de los candidatos, los especialistas del departamento de recursos humanos comenzarán el proceso de selección, eliminando a aquellos cuyo perfil no se ajuste a los requisitos y programando entrevistas con los candidatos que consideren idóneos para el puesto.

Posteriormente, se coordinarán entrevistas individuales para evaluar si los candidatos poseen las competencias, habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar el trabajo ofrecido

- Contratación de personal, una vez encontrado al candidato ideal para cubrir el puesto vacante, la unidad de recursos humanos cumplirá con los actos de administración relativas a la contratación.
- Además, se registrará formalmente y se procederá a registrar al nuevo colaborador en la Seguridad Social en el régimen que le corresponda.

Otro de los aspectos que son determinantes en la generación de las ventajas competitivas es el realizar capacitaciones constantes y de acuerdo como va evolucionando el sector en cuanto a tecnología, procesos y normas legales dictadas por el gobierno. Dentro de esto se tienen:

- Formación de personal, la unidad de recursos humanos es la encargada de organizar los cursos formativos necesarios para que los colaboradores puedan desempeñar su labor de forma óptima y que sus conocimientos estén lo más actualizados posible.
- Para lograr esto se puede hacer vía convenios o utilizar el apoyo del gobierno que da a través de sus ministerios u organismos internacionales.
- Gestión de nóminas, prestaciones y beneficios del personal, un aspecto importante es la gestión de sueldos, salarios, prestaciones y beneficios. Esta unidad se encarga de confeccionar las planillas de pagos, aplicar las retenciones correspondientes y todo aquello que guarde relación con la remuneración de los trabajadores. El área de recursos humanos es responsable de manejar oportunamente los días libres y los periodos vacacionales.
- La evaluación continua del personal, la unidad de recursos humanos se encarga además de controlar el desempeño de los trabajadores a través de evaluaciones periódicas, para verificar si desarrollan su labor adecuadamente y cumplen con los



objetivos y metas de la organización. Teniendo un registro de su iniciativa, relación con los compañeros o puntualidad.

- Gestión del proceso disciplinario del personal, la unidad de recursos humanos se encarga de los procesos disciplinarios, debiendo cumplir con el debido proceso, son quienes comunican formalmente los despidos y gestionan las indemnizaciones correspondientes. La aplicabilidad de cualquier sanción debe estar registrada en el reglamento interno de trabajo, lo que permite, en caso de cometerse una falta, aplicar la sanción más apropiada de las establecidas en la legislación laboral o en el reglamento interno de trabajo

### ***2.2.1.3. Innovación.***

Etimológicamente, el término innovación proviene del latín "innovatio," que significa la acción y el resultado de crear algo nuevo. Sus componentes léxicos son: el prefijo "in-" (estar en), "novus" (nuevo) y el sufijo "-ción" (acción y efecto). Para entender este concepto, existen múltiples definiciones.

De acuerdo con la Real Academia Española, el término innovar se refiere a "cambiar o modificar algo, incorporando novedades" (párr. 1). La innovación se define como la búsqueda y realización del descubrimiento, desarrollo, mejora, adopción y comercialización de nuevos procesos, productos, estructuras y procedimientos organizacionales. (Stam y Wennberg 2009).

En un aspecto económico se fundamenta la definición de Schumpeter (1942), quién indica que la innovación es el proceso de transformación económica, social y cultural. Indica también que la innovación y el desarrollo tecnológico son uno de los motores básicos del desarrollo para las empresas. Schumpeter indica también que las funciones básicas de un empresario suelen confundirse con otras. El estado de empresarios puros es difícil de distinguir de otras actividades económicas. Pero solo aquellos que crean o implementan innovaciones se llaman emprendedores.

Innovar según (Schumpeter,1942) conlleva también a una serie de riesgos que todo empresario debe tener en cuenta. Al realizar alguna innovación en algún producto o servicio, I) Se corre el riesgo de no saber el nivel de aceptabilidad de dicho cambio, pues los consumidores tendrían que adaptarse o no al nuevo producto. II) Te puede conllevar a un riesgo tecnológico, esto se da debido al cambio que debe realizarse en cuanto a los conocimientos y habilidades de los colaboradores. Finalmente, III) Conlleva también a un riesgo estratégico debido a la gestión de los cambios que se debe realizar.

### **2.2.2. Variable Y: Crecimiento Empresarial.**

El crecimiento empresarial ocurre mediante la implementación de técnicas y procesos que permiten a una empresa mejorar de manera continua y la impulsan a alcanzar los objetivos de éxito previamente establecidos. Según (OIT, 2021)

El crecimiento empresarial puede ser analizado desde distintas perspectivas: sociológica, organizativa, económica, financiera, estructuralmente y otros, los cuales permiten considerar muchas variables que permitan medir el crecimiento y que estos indicadores sirvan etc. De acuerdo con la literatura existente y que está disponible en la red y las bibliotecas del mundo, existe varios tipos de crecimiento empresarial, dentro de los cuales se tienen los siguientes:

En primer lugar, se tiene el crecimiento orgánico, este se da cuando la empresa crece en base a los recursos que dispone y tiene acceso internamente. Para lograr este crecimiento es necesario crear nuevos productos y servicios, que los gerentes reasignen recursos, que busquen reducir los costos operativos y otros, logrando de esta manera la eficiencia operativa. La forma de medir este crecimiento se da comparando los ingresos de un ejercicio a otro.

Segundo, el crecimiento estratégico se da cuando la empresa fija su crecimiento a largo plazo, buscando nuevos mercados. Para lograr este tipo de crecimiento se debe orientar los nuevos productos y servicios a un nuevo segmento del mercado, además aperturando sucursales

físicas, aumentando el radio de influencia de la entrega de la empresa y la ampliación de las operaciones a nuevas regiones como una primera etapa.

Tercero, el crecimiento por asociación, fusión o adquisición, permite a la empresa con mayor facilidad ingresar a un nuevo mercado, producir un nuevo producto o servicio, con la consideración que las empresas mantienen su individualidad si se da la forma de asociación, en cambio en la fusión las empresas se vuelven una, dan origen a una nueva persona jurídica, asimismo, se tiene la de adquisición, esta forma es más hostil, se da cuando una empresa adquiere a otra para eliminar la competencia del mercado o absorber su tecnología, nichos de mercado.

Cuarto, el crecimiento interno permite la escalabilidad de las MYPES, ayuda a maximizar el uso de recursos escasos sin gastar mucho dinero, por ejemplo, se puede automatizar procesos y tareas repetitivas, implementando sistemas inteligentes que están a disposición en el mercado. (Blázquez Santana, Dorta Velázquez, & Verona Martel, 2006)

#### ***2.2.2.1. Atributos de la Empresa***

Con respecto a los atributos de la empresa existe la Ley de Gibrat indica que la probabilidad de cualquier cambio y que este sea proporcional en el tamaño de una empresa en un periodo específico es la misma para todas las empresas de un sector, como por ejemplo podría ser en el sector textil, sin importar el tamaño de esta al inicio de sus operaciones, por lo que el crecimiento de la empresa en cada ejercicio es aleatorio e independiente de su tamaño.

Considerando la Ley de Gibrat (Bardale, 20006), su aplicación en la actualidad no depende de la edad o tamaño de la empresa para lograr un crecimiento, sino hay muchas empresas que tienen un alto índice de crecimiento en sus inicios y mientras van madurando el crecimiento se vuelve más lento. De ahí que muchas MYPE's en sus inicios entran en una vorágine de crecimiento, pero en la medida que avanza en el tiempo su tasa de crecimiento se vuelve más lento.

### **2.2.2.2. Estructura y recursos de la empresa**

Para Villanueva (2008) “” (p. 25), es decir cada organización o estructura empresarial se esfuerza por lograr un objetivo donde se requieran acciones independientes, relacionadas y coordinadas, esto según el tipo de organización, así mismo se debe tomar encuentra la relación que existe con el plan estratégico de la empresa.

German, César, Martí, Aloña, & Iñaki, (2008) (p. 25), En otras palabras, la gestión de la calidad de los recursos debe ser introducido y complementado simultáneamente con cada función y proceso que obtenga la empresa.

Entonces si la estructura empresarial va de la mano con los recursos de la empresa las decisiones administrativas cumplirán la responsabilidad de que la empresa vaya en constante crecimiento, y para que esta categoría funcione se debe analizar dos indicadores principales como son:

### **2.2.2.3. Recursos financieros.**

Según (Zhou, 2009), los recursos financieros pueden ser particularmente importantes para promover el crecimiento de la empresa, esto porque los recursos financieros pueden convertirse en otro tipo de recursos. Si estos recursos financieros se convierten en otro tipo de recursos, será más que suficiente para que la empresa pueda experimentar nuevas cosas, lo que conllevaría no solo a aumentar su potencial de innovación, sino que también permitiría que las MYPE´s busquen nuevas oportunidades de crecimiento.

Está claro que para las MYPE´s los recursos financieros tienen un efecto positivo, puesto que es el inicio para la compra de materia prima y próxima fabricación de nuevos productos, con una futura venta y las ganancias obtenidas, las MYPE´s podrían reinvertir en la empresa, de esta manera ya no se necesitaría de préstamos financieros.

### **2.2.2.4. Capital humano**

Para (Sue & Paul, 1990), los empleados son considerados como los recursos más importantes para las MYPE's, el conocimiento de los individuos juega un papel crucial en la construcción de ventaja de una empresa. Por otro lado (Zhou, 2009) indica que el capital humano representa conocimientos, habilidades y experiencia, a nivel organizacional el ser humano es la capital de la fuerza del trabajo total, este juega un papel muy importante que vas allá en comparación con el empresario.

Así mismo OIT (2021),

Entonces en base a estos términos se podría definir que el capital humano si es un factor importante para predecir el crecimiento de las MYPE's.

#### ***2.2.2.5. Intraemprendimiento***

Bager (2010) indica que la literatura sobre el intraemprendimiento se centra en los procesos empresariales internos en empresas y organizaciones existentes. Por lo tanto, la definición más amplia sería “espíritu empresarial dentro de una organización existente” (p. 12). Así mismo Trujillo y Guzmán (2008) s (p. 19). La OIT (2021) hace noción a la estructura y la estrategia organizacional e indica que estas pueden ser útil y clave para el negocio emprendedor, estos favorecerían las actividades emprendedoras de su personal, lo que vendría a ser una manera de incrementar la orientación emprendedora.

Las diferentes orientaciones de intraemprendimiento llevan a las organizaciones a su desempeño empresarial, están captan diversas maneras de crecimiento y una de ellas vendría ser:

Creación de nuevas unidades de negocio:

La idea del simple hecho de crear nuevas empresas ya se siente satisfactorio al éxito empresarial, pues relativamente el negocio está creciendo por ende las ganancias incrementan y es de ahí que nacen nuevas ideas dentro de la empresa para desarrollar nuevos productos o

servicios innovadores que resultan factibles porque ya se viene trabajando en un proceso corporativo.

Desde el momento que se habla de intraemprendimiento se hace referencia a la creación de un negocio nuevo dentro de la empresa, es decir mientras se va desarrollando un producto se capta la idea de generar algo adicional, algo nuevo ya sea producto o servicio.

## Capítulo III. Hipótesis y Variables

### 3.1. Hipótesis

#### 3.1.1. Hipótesis Generales

H1: Los factores internos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

H0: Los factores internos no se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

#### 3.1.2. Hipótesis Específicas

- La planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.
- Los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.
- La innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

### 3.2. Identificación de las variables

#### 3.2.1. Variable X (Factores Internos)

En cuanto a los factores internos, existe una dificultad para poder determinar los factores que inciden en el crecimiento de una empresa, esto aumenta al momento de querer analizar los factores internos que podrían generar un potencial crecimiento. Muchos emprendedores siempre fijan su mirada en los factores externos para poder identificar oportunidades o amenazas. (Blázquez Santana, Dorta Velázquez, & Verona Martel, 2006). En este trabajo también se quiere demostrar la importancia de los factores internos en el crecimiento empresarial, para ello, también se guiarán de factores internos que considera la Organización Internacional del Trabajo en su artículo denominado Factores Internos y Externos para el éxito de la Pyme.

### ***3.2.1.1. Dimensión Planeación Estratégica***

La planificación implica la identificación de los objetivos de la organización y los medios para alcanzarlos. La planeación o planificación se realiza por tres razones: 1) para establecer una dirección general para el futuro de la organización, como aumentar las ganancias, lograr una mayor participación de mercado y responsabilidad social; 2) para identificar y asignar suficientes recursos corporativos para lograr las metas, y 3) para priorizar y decidir qué tareas se deben realizar para guiar la acción y lograr las metas deseadas. (Stoner, Freeman, & Gilbert Jr., 1996, p. 287)

Según Koontz y Weihrich (2001) la planeación estratégica es la aplicación de una estrategia que implica la toma de decisiones, siendo los principales objetivos e iniciativas a largo plazo de la empresa y asignar los recursos necesarios para hacerlo realidad.

### ***3.2.1.2. Dimensión Recursos Humanos***

La gestión de los recursos humanos es vital para el buen funcionamiento de una empresa, el no darle la importancia constituye la principal causa de fracaso en las MIPYMES (McEvoy, 1984).

Las empresas de cualquier tamaño a veces olvidan que el factor más importante dentro de ellas son los recursos humanos, estos están compuestos por los directivos, empleados, trabajadores, colaboradores y otros. El personal es una fuente inagotable de mejora en los procesos, diseño de nuevos productos o perfeccionar un procedimiento que a la larga puede generar una ventaja competitiva.

### ***3.2.1.3. Dimensión Innovación***

La innovación se define como el esfuerzo por descubrir, desarrollar, mejorar, adoptar y comercializar nuevos procesos, productos, estructuras organizativas y procedimientos. (Stam y Wennberg 2009).



### **3.2.2. Variable Y (Crecimiento empresarial)**

El crecimiento empresarial se define como "el proceso de adaptación a las demandas del entorno o impulsado por el espíritu emprendedor de la dirección, mediante el cual una empresa incrementa su capacidad productiva ajustando o adquiriendo nuevos recursos que se ven obligadas a desarrollar o expandir." (Blázquez et al., 2006, p. 32), también se tomará en cuenta lo analizado por Rupasingha y Wang para contar con información sobre la forma efectiva de conocer el crecimiento empresarial de las MYPE's.

#### ***3.2.2.1. Dimensión Atributos de la empresa***

Considerando la Ley de Gibrat, su aplicación en la actualidad no depende de la edad o tamaño de la empresa para lograr un crecimiento, sino hay muchas empresas que tienen un alto índice de crecimiento en sus inicios y mientras van madurando el crecimiento se vuelve más lento. De ahí que muchas MYPE's en sus inicios entran en una vorágine de crecimiento, pero en la medida que avanza en el tiempo su tasa de crecimiento se vuelve más lento.

#### ***3.2.2.2. Dimensión Estructura y recursos de la empresa***

Para Villanueva (2008) "La estructura empresarial se puede definir como las diversas formas en que se puede distribuir el trabajo dentro de una organización." (p. 14), es decir cada organización o estructura empresarial se esfuerza por lograr un objetivo donde se requieran acciones independientes, relacionadas y coordinadas, esto según el tipo de organización, así mismo se debe tomar encuenta la relación que existe con el plan estratégico de la empresa.

#### ***3.2.2.3. Dimensión Intraemprendimiento***

Bager (2010) indica que la literatura sobre el intraemprendimiento se centra en los procesos empresariales internos en empresas y organizaciones existentes. Por lo tanto, la definición más amplia sería espíritu empresarial dentro de una organización existente. Así mismo Trujillo y Guzmán (2008) " (OIT, 2021, p. 35) hace noción a la estructura y la estrategia organizacional e indica que estas pueden ser útil y clave para el negocio emprendedor, estos

favorecerían las actividades emprendedoras de su personal, lo que vendría a ser una manera de potenciar la orientación emprendedora.

## **Capítulo IV. Metodología**

### **4.1. Método de la Investigación**

La metodología de la investigación describe en detalle cómo se llevará a cabo la investigación, esto explica las propiedades de los métodos que se va a utilizar, para que de esta manera se valide los resultados que incluyan información relevante para la adecuada interpretación y demostración de los resultados.

Para (Cervera, 2012) Un método de investigación consiste en una serie de tareas, procedimientos y técnicas que deben utilizarse de manera coordinada para llevar a cabo el proceso de investigación de manera completa. Asimismo, los métodos de investigación están íntimamente ligados al tipo de investigación que se realiza. (Cervera, 2012) añade que Bunge lo describe como un procedimiento para enfrentar una serie de problemas. Cada tipo de problema necesita un conjunto específico de métodos o técnicas particulares.

El enfoque de investigación empleado es el método científico, ya que implica plantear preguntas sobre la realidad del mundo y la condición humana, fundamentándose en observaciones empíricas y teorías preexistentes. (Bravo Acosta y Triful Carranza, 2018)

### **4.2. Tipo de investigación**

Como se mencionó anteriormente, los tipos de artículos se clasifican según el tipo de investigación que realiza, el tipo de tema que aborda, los métodos de investigación que utiliza y el manejo de la información. Nuestra investigación se basa en un enfoque cuantitativo y en un tipo de investigación básica.

#### **4.2.1. Según su finalidad es analítico**

Se fundamenta en la idea de que al comprender el conjunto absoluto, es posible interpretar y explicar las características individuales de cada una de sus partes y las interacciones entre ellas. Los métodos analíticos facilitan la utilización de métodos comparativos, lo que permite identificar las principales relaciones causales entre las variables

o factores del objeto de estudio. Este es el método esencial en toda investigación científica o académica y es indispensable para actividades teóricas como la conceptualización y la clasificación. (Method, 2014).

#### **4.2.2. Según su tipo de diseño de investigación**

El diseño de la presente investigación fue el diseño no experimental, debido a que no se pretende realizar alguna manipulación en las variables y tampoco se va a influir en ellas, pues su realidad es igual a sus efectos. "Los diseños no experimentales son aquellos en los que las variables no son manipuladas intencionalmente y no cuentan con un grupo de control o experimental. En estos diseños, se analizan y estudian los hechos y fenómenos tal como ocurren en la realidad." (Díaz, 2019, p. 17)

#### **4.2.3. Según su prolongación en el tiempo**

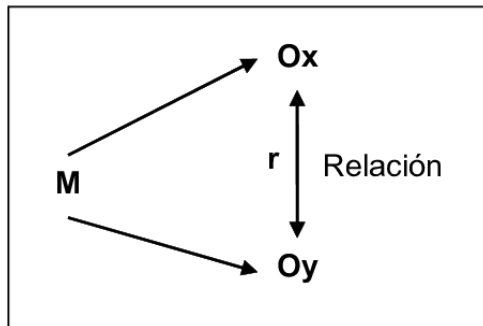
El diseño de nuestra investigación fue de tipo transversal - no experimental debido a que la recopilación de datos se realizó en un solo momento, teniendo en cuenta a los empresarios de micro y pequeñas empresas así como a los expertos del sector textil de confecciones.

### **4.3. Nivel de la Investigación**

En esta investigación se utilizó el nivel correlacional, definido como la vinculación de variables a través de conjuntos o patrones comunes predecibles, para comprender las relaciones que existen entre dos o más conceptos. Categorías o variables en un contexto particular, es decir, el uso principal de los estudios de correlación es comprender cómo se comportan los conceptos o variables para comprender el comportamiento de otras variables correlacionadas, pero también tiene cierto valor descriptivo, porque conocer ambos los conceptos o las variables fácticas relacionadas pueden proporcionar alguna información descriptiva. (Hernández et al., 2017).

#### 4.4. Diseño de la investigación

En la investigación no experimental es imposible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes puesto que su naturaleza es tal que imposibilita la manipulación. (Kerlinger, 2002). Presenta el siguiente esquema:



En donde:

M: muestra

Ox: variable x – Factores internos

Oy: variable y – Crecimiento empresarial

r: Relación

#### 4.5. Población y muestra

##### 4.5.1. Población

Según (Tamayo, 2004), una población incluye todo el fenómeno de estudio, comprende todas las unidades de análisis o entidades poblacionales que constituyen ese fenómeno y necesitan ser cuantificadas para un estudio particular, y define el conjunto N de entidades involucradas en una propiedad particular. Se denomina población porque constituye en forma resumida la totalidad del estudio o el fenómeno que se le asigna.

En esta investigación, la población fue conformada por 200 empresarios de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la confección textil en los principales centros comerciales de Huancayo tales como Gamarrita Huanca, Mercaderes e industriales Huanca.

##### 4.5.2. Muestra

De acuerdo con (Hernández et al., 2017), la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población que pertenece a ese conjunto definido en sus características que se denomina población.

Según Lopez y Fachelli (2015) Una muestra no es sino la selección de una parte de una población (es decir, una población). A esto se refiere, fundamentalmente, al muestreo estadístico, al diseño y adquisición de una muestra estadísticamente representativa de una población como parte del proceso de investigación cuantitativa en el que la teoría del muestreo y la probabilidad son elementos definatorios importantes.

Dadas las características del problema que se está estudiando, se utilizará un muestreo no probabilístico para entrevistar a expertos. conocedores de su realidad, introspectivos y dispuestos a hablar extensamente con los investigadores; las muestras se utilizan típicamente, especialmente al principio, cuando los investigadores necesitan presentarse a los participantes potenciales.

Nuestro trabajo de investigación es cuantitativo y en este estudio se trabaja dentro de una teoría bien fundamentada en la que se generan hipótesis a partir de datos de encuestas cuyas muestras se desarrollaron en forma de muestreo no probabilístico. Para ello, un total de 83 personas, entre representantes de gremios y pequeños empresarios, serán sometidos a un cuestionario que les permitirá conocer a fondo los principales factores limitantes que inciden en el desarrollo de las MYPES. Centro comercial Gamarrita, comerciante y empresario Huanca. (empresas privadas y del sector público).

El total de microempresarios textiles del sector confecciones asciende a 200 personas, de los cuales se tomó una muestra, donde se tuvo en cuenta las siguientes consideraciones.

$N =$  Tamaño de la población = 200

$Z =$  Nivel de confianza, 1.962 elevado al cuadrado, si la seguridad es del 95%.

$p$  = Probabilidad de éxito o proporción esperada (en este caso 50%, debido a que no existen estudios estadísticos previos y el porcentaje de éxito o de fracaso es el mismo = 0.5).

$q = 1 - p$ ; Probabilidad de fracaso, (en este caso 50%, debido a que no existen estudios estadísticos previos y el porcentaje de éxito o de fracaso es el mismo = 0.5)  $d$  = Precisión (corresponde al 5% = 0.05), error máximo admisible en términos de proporción.

$n$  = Tamaño de la muestra. 83

#### **4.5.2.1. Fórmula**

$$n = 200 (1.96)^2(0.9)(0.1)$$

---


$$(0.05)^2(200-1) + (1.96)^2(0.9)(0.1)$$

$$n = 83$$

Es crucial tener en cuenta que, en la mayoría de los estudios cuantitativos, el tamaño de la muestra es significativo desde un enfoque probabilístico. La meta es realizar una contribución significativa, en lugar de extrapolar los resultados a una población más extensa, donde se necesita tanto calidad como cantidad.

#### **4.5.2.2. Características de la muestra**

Es importante identificar las características de la muestra en un estudio de investigación, ya que los componentes de esta pertenecen a un mismo sector, en este caso textil.

Dentro de estas se tiene:

Es por lo que las personas que utilizarán estas herramientas son los microempresarios de los centros comerciales Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca de la ciudad de Huancayo.

Segundo, la adecuación está relacionada con la cantidad de información que la muestra final seleccionada aportará a la comprensión del fenómeno de investigación; cuando la información generada comienza a ser repetitiva, redundante, confirmando los hallazgos que se

han obtenido previamente, pero incapaz de identificar nueva información en respuesta a la pregunta de investigación, la muestra se considerará suficiente.

En ese sentido, en cuanto a la aplicación de cuestionarios a realizar serán 83 microempresarios de los centros comerciales referidos.

Otro aspecto crucial para garantizar una selección adecuada de la muestra es considerar tres dimensiones a lo largo del proceso de muestreo: el tiempo, las personas y el contexto.

El tiempo es una dimensión importante en la vida social, no se recomiendan largos periodos continuos de observación para obtener información de calidad.

El muestreo de individuos puede llevarse a cabo utilizando criterios demográficos estandarizados, tales como género, raza, edad, ocupación, nivel educativo, entre otros.

Lugar y contexto, es importante señalar que en cualquier ambiente se pueden distinguir contextos muy diferentes y que el comportamiento de las personas está definido por ellos; también se debe identificar los ambientes por la forma en que los individuos se comportan en ellos, reconociendo que son socialmente construidos y no una ubicación física y tratando de asegurarnos de probar todo lo que sea relevante.

La muestra para esta encuesta estará compuesta por hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad de nivel socioeconómico bajo y medio del municipio de Huancayo, donde se tendrá propietarios de micro y pequeñas empresas que se encuentran en las galerías Gamarrita, Industriales Huanca y Mercaderes. Se encuestará a un total de 83 personas y se usará un cuestionario estructurado como herramienta de recopilación de datos.

#### **4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

(Echenique Gallardo, 2017)

Landeau (2007),

##### **4.6.1. Técnica**



La metodología de investigación cuantitativa empleada en este estudio permite documentar características, atributos, elementos y/o comportamientos de los individuos, con el propósito de verificar la validez de una hipótesis.

De igual manera, esta técnica ofrece una respuesta definitiva a las preguntas de investigación. Los datos recopilados se analizan utilizando una metodología estandarizada, lo que generalmente garantiza la confiabilidad de los resultados. Además, con una muestra representativa, los hallazgos pueden extrapolarse a todo el segmento de la población estudiada.

El objetivo principal de las encuestas es entender cómo piensa un grupo, así como sus opiniones y actitudes respecto a un tema específico y en su aplicación se utilizan los cuestionarios (Hernandez Sampieri et al., 2017), en este caso, los factores limitantes que influyen en el crecimiento de las MYPE's en la ciudad de Huancayo. Esto permite examinar cada palabra que escriben con el fin de formular una hipótesis sobre sus respuestas.

Este tipo de encuesta facilita la comprensión de opiniones personales y percepciones sobre el objeto de estudio. Es adecuada para aplicarse en muestras pequeñas, lo que implica que las conclusiones obtenidas no representan a toda la población o universo, sino únicamente a una fracción reducida de este.

#### **4.6.2. Instrumento**

Como instrumento de esta investigación, se manejó un cuestionario para una eficaz recolección de datos, conteniendo preguntas cerradas (Hernandez Sampieri et al., 2017). Esto en razón a que se usó la aplicación del SPSS para el análisis estadístico.

El cuestionario es una serie de preguntas, generalmente de diversas categorías, diseñadas de manera meticulosa y estructurada para recopilar información relevante en una investigación o evaluación. Puede ser aplicado de diferentes maneras, como administrarlo a grupos o enviarlo por correo. (Pérez, 1991).

También, se usó dentro del cuestionario otro instrumento denominado escala de Likert con la finalidad de medir la correlación entre las variables a estudiar (Hernandez Sampieri et al., 2017). En otras palabras, mediante el cuestionario se presentan las preguntas agrupadas en ítems como afirmaciones, para que el encuestado reaccione y responda acorde a las categorías presentada en el cuestionario.

#### **4.6.3. Construcción y validación de datos**

En esta investigación, para el análisis de los datos recopilados se emplearon técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Las técnicas descriptivas permitieron resumir y presentar los datos de manera organizada, mientras que las técnicas inferenciales permitieron analizar la relación entre las variables de estudio. Se realizaron pruebas de correlación para evaluar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial en el sector textil de Huancayo.

Para que una investigación sea válida es importante que sea confiable, es decir que el instrumento aplicado tenga la capacidad de producir resultados congruentes cuando se aplica por segunda vez y más veces, en condiciones tan parecidas como sea posible (Hernandez Sampieri et al., 2017).

La validez de constructo se refiere a la capacidad de hacer inferencias sobre las puntuaciones de las pruebas en relación con el concepto que se está investigando. Las pruebas utilizadas para demostrar la validez de constructo incluyen: a) Homogeneidad, que se da cuando el instrumento mide un único constructo; b) Convergencia, que se observa cuando el instrumento mide conceptos similares a los evaluados por otros instrumentos; y c) Evidencia de la teoría, esto se puede observar cuando el comportamiento es similar a las proposiciones teóricas del constructo medido en el instrumento.

El cuadro muestra que el instrumento es aceptable, evidenciando una consistencia interna a través del análisis del alfa de Cronbach y examinando la carga factorial estandarizada

mediante el valor omega de McDonald. El análisis de confiabilidad se llevó a cabo evaluando tanto la validez como la confiabilidad del instrumento.

Tabla 3

*Confiabilidad del Instrumento*

Variable	Núm. Ítems	Valor Alfa de Cronbach	Valor Omega de Mcdonald
Factores Internos	15	0.723	0.725
Crecimiento Empresarial	10	0.750	0.751
Total	25		

En cuanto a la validación del contenido, se ha verificado que, si las preguntas obtenidas o redactadas tienen relación con el objeto de estudio, en otras palabras, es el grado en el que la medición representa al concepto o variable media (Hernandez Sampieri et al., 2017). Así mismo, es importante resaltar que, para la validez de contenido, el instrumento a correr debe considerar todas las dimensiones, las mismas que fueron explicadas en la revisión de la información y la matriz de operacionalización de variables. Por lo que, su validez se ha realizado con la aplicación o corrida de la ficha de validación un experto a cuatro profesionales, en específico a tres especialistas en metodología de la investigación y un empresario.

Tabla 4

*Validez del Instrumento*

Experto	Instrumento De Investigación	Promedio	Aplicable /No Aplicable
Dra. Jeimy Arias Hanco	Cuestionario	147	Aplicable
Mg. Eduardo Párraga Baquerizo	Cuestionario	130	Aplicable
Mg. Julio Agustín León Ruiz	Cuestionario	122	Aplicable
Dr. Luis Armando Ordoñez Ramos	Cuestionario	130	Aplicable

Este capítulo introduce los conceptos principales relacionados con el dominio del problema. Contiene las bases teóricas para la comprensión del problema a resolver, además de los diversos sistemas de análisis de datos existentes.

Como principal técnica de procesamiento de datos se utilizará SPSS, software que ayudará a organizar y encontrar nuevas oportunidades, mejorar la eficiencia y minimizar el riesgo rápidamente. La plataforma de software SPSS proporciona análisis estadísticos avanzados, una vasta colección de algoritmos de aprendizaje automático, capacidades de análisis de texto, extensibilidad a través de código abierto, integración con big data y una implementación sencilla en aplicaciones. (Ñaupas et al., 2018).

#### **4.6.4 Procedimiento de la investigación**

El primer paso fue apersonarse a las MYPE's ubicadas en las galerías Gamarrita, Industriales Huanca y Mercaderes, para explicar a los dueños de cada Mype que la finalidad de la encuesta a realizar es estrictamente estadística y que de ninguna manera será divulgada, solo se mostrarían los resultados generales.

Después de explicarles a los dueños el tema de investigación y la importancia de la información que ellos podrían brindar, se procedió con el llenado de la encuesta. Cabe resaltar que todos rellenaron de manera voluntaria debido a que en la primera pregunta del cuestionario tenían la opción de aceptar o rechazar.

Una vez obtenida toda la información al concluir con el llenado de las encuestas, se procedió con el análisis de datos utilizando el programa SPSS.

#### **4.7. Consideraciones éticas**

Se garantizó la confidencialidad de la identidad y de los datos específicos que brindaban los dueños de las MYPE's antes, durante y después de su participación en la investigación realizada. Todo el contenido se encuentra dentro de lo establecido en la Ley N° 29733, ley de protección de datos personales.

## **Capítulo V. Resultados**

En este capítulo se llevó a cabo la verificación de las hipótesis y se presentaron todos los resultados obtenidos, como consecuencia de todos los datos que fueron recolectados y que fueron mencionados en los capítulos anteriores.

### **5.1. Descripción del trabajo de campo**

Para este tema materia de investigación se ejecutó el instrumento de recolección de datos, siendo esta un cuestionario efectuado a 83 MYPE's del sector textil ubicadas en las galerías Gamarrita, Mercaderes e Industriales Huanca de la ciudad de Huancayo. Se les explicó a los dueños de las MYPE's la finalidad de este cuestionario, dejándoles claro que es un instrumento anónimo, en la cual por ningún motivo se haría la publicación de sus datos personales, de esta manera los empresarios brindaban sus consentimientos y se proseguía con la aplicación del cuestionario. Todos los resultados obtenidos fueron analizados con el programa SPSS, cabe mencionar que el cuestionario utilizado, estudió a las dos variables propuestas y sus dimensiones, con el objetivo de saber si existe o no existe una relación entre ambas, de tal manera se consiguió plantear el objetivo y las hipótesis.

### **5.2. Presentación de resultados**

A continuación, se presentan los resultados de cada una de las variables y sus dimensiones correspondientes del tema materia de estudio.

#### **5.2.1. Resultados de la variable Factores internos**

En la tabla 5 se presentan de manera clara los resultados estadísticos descriptivos de la primera variable, Factores Internos, obtenidos a partir de las 83 MYPEs encuestadas. Estos resultados se calcularon de manera general, considerando las tres dimensiones de la variable.

Tabla 5

*Estadística descriptiva de Factores Internos*

		Su negocio es considerado como:	Su negocio cuenta con:	¿el personal de su negocio se identifica con las metas y objetivos propuestos?	¿Su negocio ha identificado sus fortalezas y debilidades?	¿su negocio tiene un proceso de reclutamiento para la contratación de personal?	¿su negocio brinda algún tipo de capacitación a su personal?	Actualmente, en su negocio ¿con cuántas maquinarias realiza su proceso de producción?	¿con qué tipo de maquinaria cuenta su negocio?	Al comprar su maquinaria ¿toma en cuenta el diseño y tecnología, que le ofrece mayores beneficios para su proceso productivo	¿Desarrolla nuevas ideas en sus productos o en sus procesos productivos?	¿Cada cuánto renueva los equipos de su negocio?
N°	Válido	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	1.24	1.506	4.144	1.132	1.361	1.518	2.313	2.204	1.060	1.048	2.457	
Error estand.	.047	.0552	.1176	.0374	.0530	.0551	.1161	.1039	.0262	.0236	.0733	
Mediana	1.00	2.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	3.00	1.00	1.00	3.00	
Moda	1	2.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	3.00	1.00	1.00	3.00	
Desv. estándar	.430	.5030	1.072	.34113	.48334	.50271	1.05839	.94687	.23938	.21548	.66811	
Mínimo	1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
Máximo	2	2.00	5.00	2.00	2.00	2.00	5.00	3.00	2.00	2.00	3.00	
Suma	103	125.00	344.00	94.00	113.00	126.00	192.00	183.00	88.00	87.00	204.00	
Percentiles	25	1.00	1.00	3.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00
	50	1.00	2.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	3.00	1.00	1.00	3.00
	75	1.00	2.00	5.00	1.00	2.00	2.00	3.00	3.00	1.00	1.00	3.00

A continuación, se presentan e interpretan los resultados de las frecuencias de todas las dimensiones estudiadas para cada variable de manera general:

#### **5.2.1.1. Dimensión planeación estratégica (Misión, visión y valores).**

Como se muestra en la tabla 6 y figura 8, 42 MYPE's que representan el 50.6 % respondieron a la pregunta planteada, que su Mype no cuenta con misión, visión y valores. Por otro lado, se observa que 41 MYPE's que representan un 49.4% manifestaron que si cuentan con ello. Es necesario precisar que la muestra fue a 83 MYPE's que representan el 100%.

Tabla 6

*Frecuencia de la dimensión planeación estratégica (Misión, visión y valores)*

Su negocio cuenta con:				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Misión, visión y valores	41	49.4	49.4	49.4
Ninguno	42	50.6	50.6	100.0
Total	83	100.0	100.0	

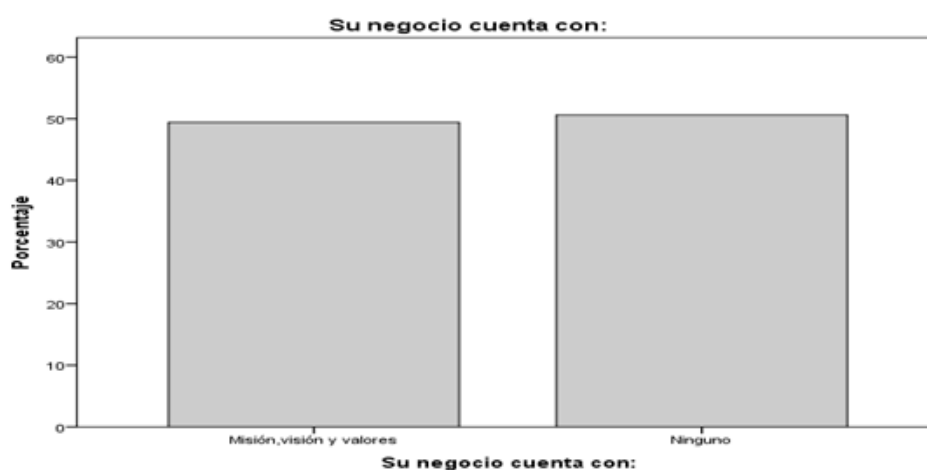


Figura 8. Gráfico de Frecuencia de la Dimensión de Planeación Estratégica (Misión, Visión y Valores)

#### **5.2.1.2. Dimensión planeación estratégica (Metas y objetivos).**

Como se muestra en la tabla 7 y figura 9, 43 MYPE's que representan el 51.8 % respondieron a la pregunta planteada, que su personal siempre se identifica con las metas y

objetivos, del mismo modo, el 21,7% respondieron que solo a veces, y, por otro lado, solo 2 MYPE's que representan un 2.4% manifestaron que casi nunca lo hacen.

Tabla 7

*Frecuencia de la dimensión Planeación estratégica (Metas y objetivos)*

¿El personal de su negocio se identifica con las metas y objetivos propuestos?				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Nunca	3	3.6	3.6	3.6
Casi nunca	2	2.4	2.4	6.0
A veces	18	21.7	21.7	27.7
Casi siempre	17	20.5	20.5	48.2
Siempre	43	51.8	51.8	100.0
Total	83	100.0	100.0	

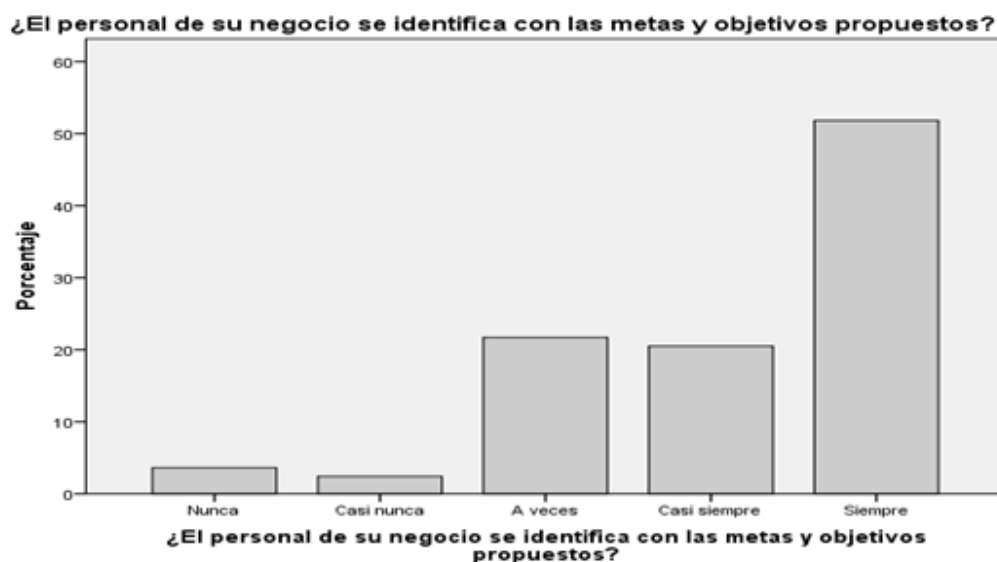


Figura 9. Gráfico de Frecuencia de la dimensión de Planeación Estratégica (Metas y objetivos)

**5.2.1.3. Dimensión planeación estratégica (Debilidades y fortalezas).**

Como se muestra en la tabla 8 y figura 10, 72 MYPE's que representan el 86.7 % respondieron a la pregunta planteada, que su Mype si ha identificado sus fortalezas y debilidades. Por otro lado, se observa que 11 MYPE's que representan un 13.7% manifestaron



que no lo lograron identificarlos. Ello quiere decir que la gran mayoría de entrevistados conoce bien su rubro y su negocio.

Tabla 8

*Frecuencia de la dimensión planeación estratégica (Fortalezas y debilidades)*

¿Su negocio ha identificado sus fortalezas y debilidades?				
	<i>f</i> <sup>o</sup>	%	% válido	% acumulado
Si	72	86.7	86.7	86.7
No	11	13.3	13.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 10. Gráfico de frecuencia de la dimensión de Planeación Estratégica (Fortalezas y debilidades)

**5.2.1.4. Dimensión capital humano (Reclutamiento).**

En la tabla 9 y figura 11, 53 MYPE's que representan el 63.9% respondieron a la pregunta planteada, que su Mype si cuenta con un proceso de reclutamiento. Por otro lado, se observa que 30 MYPE's que representan un 36.1% manifestaron que no siguen ningún proceso de reclutamiento para la contratación de su personal. Estos datos indican la falta de capacitación

a los dueños de estas MYPE's, pues es sabido que solo se logra una buena calidad cuando se cuenta con buenos colaboradores y para ello, se debe saber el nivel de conocimientos de nuestros colaboradores, de esta manera se sabrá el tipo de capacitación que se les brindará.

Tabla 9

*Frecuencia de la dimensión capital humano (Reclutamiento)*

¿Su negocio tiene un proceso de reclutamiento para la contratación del personal?				
	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Si	53	63.9	63.9	63.9
No	30	36.1	36.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 11. Gráfico de frecuencia de la dimensión de Capital humano (Reclutamiento)

**5.2.1.5. Dimensión capital humano (Capacitación).**

En la tabla 10 y figura 12, 43 MYPE's que representan el 51.8% respondieron a la pregunta planteada, que su Mype no brinda ninguna capacitación a su personal. Por otro lado, se observa que 40 MYPE's que representan un 48.2% manifestaron que si brindan capacitaciones a su personal para un mejor proceso productivo. Estos datos resultan muy preocupantes, pues claramente se observa que los empresarios no les dan mucha importancia a

las capacitaciones, en muchos de los casos por falta de conocimientos y en otros por los costos que estos generan.

Tabla 10

*Frecuencia de la dimensión capital humano (Capacitación)*

¿Su negocio brinda algún tipo de capacitación a su personal?				
	<i>f</i> <sup>o</sup>	%	% válido	% acumulado
Si	40	48.2	48.2	48.2
No	43	51.8	51.8	100.0
Total	83	100.0	100.0	

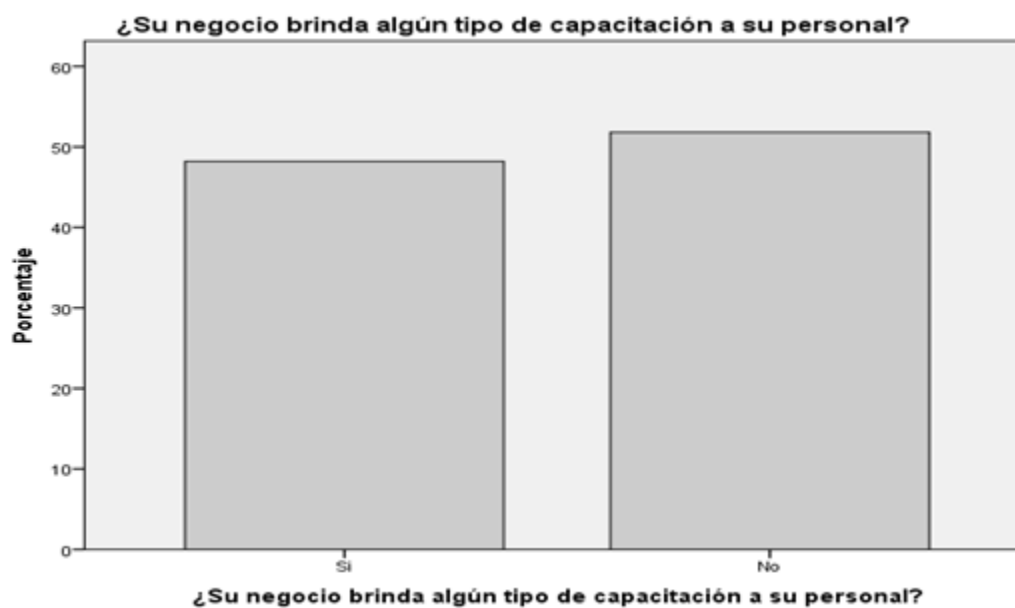


Figura 12. Gráfico de frecuencia de la dimensión de Capital humano (Capacitación)

**5.2.1.6. Dimensión de la innovación (Maquinaria).**

Como se muestra en la tabla 11 y figura 13, 40 MYPE's que representan el 48.2 % respondieron a la pregunta planteada, que cuenta con 4 a 7 máquinas en su negocio para su proceso de producción, del mismo modo, el 21,7% respondieron que cuentan con 8 a 11 máquinas, y, el 3,6% indicaron que cuentan con 8 a 11 máquinas. Cabe resaltar que los espacios de los stands en las galerías son de tamaño reducido, por lo que algunos cuentan también con otras maquinarias en sus hogares.

Tabla 11

*Frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)*

Actualmente, en su negocio ¿con cuántas máquinas, realiza su proceso de producción				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Entre 1 y 3	16	19.3	19.3	19.3
Entre 4 y 7	40	48.2	48.2	67.5
Entre 8 y 11	18	21.7	21.7	89.2
Entre 12 y 20	3	3.6	3.6	92.8
Otros	6	7.2	7.2	100.0
Total	83	100.0	100.0	

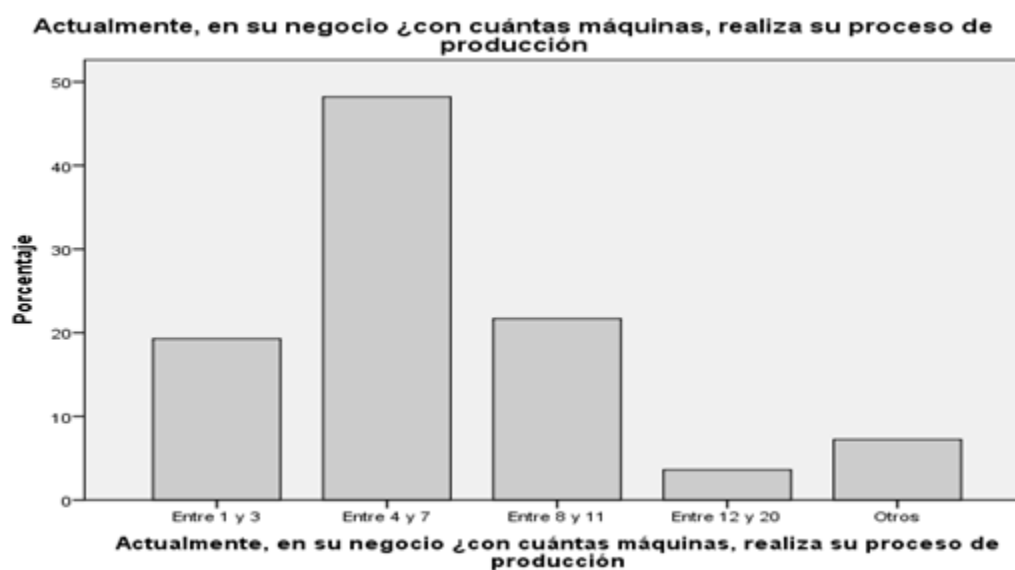


Figura 13. Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)

**5.2.1.7. Dimensión de la innovación (Maquinaria).**

Como se muestra en la tabla 12 y figura 14, 47 MYPE's que representan el 56.6% respondieron a la pregunta planteada, que su proceso de producción lo realizan con maquinaria mecánica y electrónica, del mismo modo, el 36,1% respondieron que cuentan solo trabajan con maquinaria mecánica, y, el 7,2% indicaron que solo cuentan con maquinaria electrónica. Esto indica que las MYPE's si le dan mucha importancia a su maquinaria, saben que contar con

maquinaria innovadora les ahorra tiempo en la producción y entregan prendas con mejor calidad.

Tabla 12

*Frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)*

¿Con qué tipo de maquinaria cuenta su negocio?				
	<i>f</i> <sup>o</sup>	%	% válido	% acumulado
Mecánica	30	36.1	36.1	36.1
Electrónica	6	7.2	7.2	43.4
Ambos	47	56.6	56.6	100.0
Total	83	100.0	100.0	

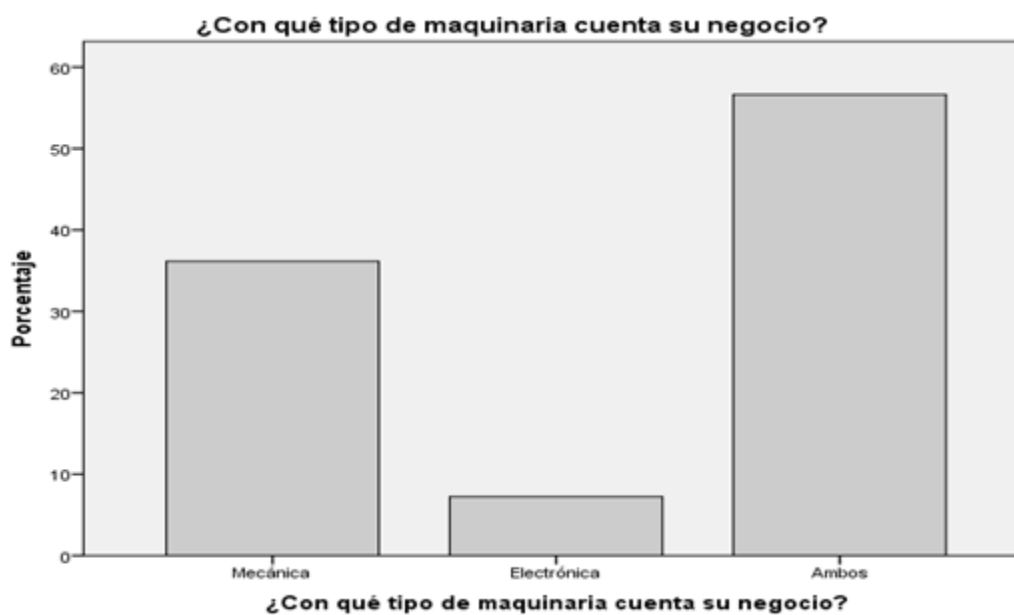


Figura 14. Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)

**5.2.1.8. Dimensión de la innovación (Maquinaria).**

En la tabla 13 y figura 15, 78 MYPE's que representan el 94% respondieron a la pregunta planteada, que, al momento de la compra de la maquinaria, su Mype si toma en cuenta el diseño y la tecnología que le ofrece mayores beneficios para su negocio productivo. Por otro lado, se observa que 5 MYPE's que representan un 6% manifestaron que no lo toman en cuenta.

Tabla 13

*Frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)*

Al comprar su maquinaria ¿Toma en cuenta el diseño y tecnología. que le ofrece mayores beneficios para su proceso productivo?				
	<i>f</i> <sup>o</sup>	%	% válido	% acumulado
Si	78	94.0	94.0	94.0
No	5	6.0	6.0	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 15. Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Maquinaria)

**5.2.1.9. Dimensión de la innovación (Desarrollo de nuevas ideas).**

En la tabla 14 y figura 16, 79 MYPE's que representan el 95,2% respondieron a la pregunta planteada, que, su Mype si desarrolla nuevas ideas en sus productos o en sus procesos productivos, esto con la intención de brindar mejor calidad al cliente. Por otro lado, se observa que 4 MYPE's que representan un 4,8% manifestaron que no desarrollan nuevas ideas en sus procesos y que trabajan de acuerdo con sus experiencias y modo común de trabajo.

Tabla 14

Frecuencia de la dimensión Innovación (Desarrollo de nuevas ideas)

¿Desarrolla nuevas ideas en sus productos o en sus procesos productivos?				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Si	79	95.2	95.2	95.2
No	4	4.8	4.8	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 16. Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Desarrollo de nuevas ideas.)

#### 5.2.1.10. Dimensión de la innovación (Desarrollo de nuevas ideas).

En la tabla 15 y figura 17, 46 MYPE's que representan el 55,4% respondieron a la pregunta planteada, que, su Mype renueva sus equipos de trabajo en su negocio en un periodo de 7 años a más, del mismo modo, el 34,9% indicaron que lo hacen en un periodo de 4 a 6 años. Por otro lado, se observa que 8 MYPE's que representan un 9,6% manifestaron que su renovación de maquinaria se da en el periodo de 1 a 3 años.

Tabla 15

*Frecuencia de la dimensión Atributos de la empresa A (Desarrollo de nuevas ideas)*

¿Cada cuánto tiempo renueva los equipos de su negocio?				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
1 a 3 años	8	9.6	9.6	9.6
4 a 6 años	29	34.9	34.9	44.6
7 a más	46	55.4	55.4	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 17. Gráfico de frecuencia de la dimensión Innovación (Desarrollo de nuevas ideas.)

### 5.2.2. Resultados de la variable crecimiento empresarial.

En la tabla 16 se presentan de manera clara los resultados estadísticos descriptivos de la segunda variable, el crecimiento empresarial, obtenidos de las 83 MYPEs del sector textil. Estos resultados se elaboraron mediante cálculos generales basados en sus tres dimensiones.



Tabla 16

*Estadística descriptiva de Crecimiento empresarial*

Estadísticos		¿Con cuántos trabajado res cuenta su negocio actualme nte?	¿Año aproxima do de la constituc ión de su empresa?	¿A qué régimen laboral pertenece su negocio?	¿Qué tipo de comproban tes emite su negocio?	¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de su negocio?	Monto de financiamie nto de su negocio	Indique ¿qué medidas del gobierno ayudarán en el crecimiento de su negocio?	En su negocio ¿con qué supervisa que las funciones de sus trabajadores se cumplan adecuadament e?	¿Cuál es el nivel educativo del personal de su negocio?	¿Qué tipo de canal digital utiliza su negocio para las ventas?	¿Cuáles son los obstáculo s que ha enfrentad o su negocio para innovar?	¿Toma en cuenta las opiniones del personal para el desarrollo de nuevas ideas?
N	Válido	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83
°	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		1.7590	3.1205	2.3735	1.8313	2.7349	2.8072	1.3735	4.4578	2.0843	1.2651	2.4337	3.3614
Error est. med		.10082	.09451	.15684	.10817	.14655	.11933	.05342	.10747	.09576	.04874	.22166	.12191
Mediana		2.0	3.0	3.0	1.0	3.0	3.0	1.0	5.0	2.0	1.0	1.0	3.0
Moda		1.00	3.00	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00	5.00	3.00	1.00	1.00	3.00
Desv estándar		.91851	.86105	.98550	.98550	1.33512	1.08715	.48667	.97906	.87241	.44405	2.01937	1.11068
Mínimo		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Máximo		4.00	4.00	5.00	3.00	6.00	5.00	2.00	5.00	3.00	2.00	7.00	5.00
Suma		146.00	259.00	197.00	152.00	227.00	233.00	114.00	370.00	173.00	105.00	202.00	279.00
Perce	25	1.0	3.0	1.0	1.0	2.0	2.0	1.0	4.0	1.0	1.0	1.0	3.0
ntiles	50	2.0	3.0	3.0	1.0	3.0	3.0	1.0	5.0	2.0	1.0	1.0	3.0
	75	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	5.0	3.0	2.0	4.0	4.0

A continuación, se muestran y se interpretan los resultados de las frecuencias, pero de modo general de todas las dimensiones estudiadas según cada variable:

### 5.2.2.1. Dimensión atributos de la empresa (tamaño).

Como se muestra en la tabla 17 y figura 19, 41 MYPE's que representan el 49,4% respondieron a la pregunta planteada, que, su Mype cuenta con 1 a 5 trabajadores para el desarrollo de sus funciones, del mismo modo, el 32,5% indicaron que cuentan con 6 a 10 trabajadores. Por otro lado, se observa que 6 MYPE's que representan un 7,2%, manifestaron que cuentan con un total de 16 a 20 trabajadores que les permite entregar sus productos de forma más rápida.

Tabla 17

#### Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Tamaño)

¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio actualmente?				
	f°	%	% válido	% acumulado
Entre 1 y 5	41	49.4	49.4	49.4
Entre 6 y 10	27	32.5	32.5	81.9
Entre 11 y 15	9	10.8	10.8	92.8
Entre 16 y 20	6	7.2	7.2	100.0
Total	83	100.0	100.0	

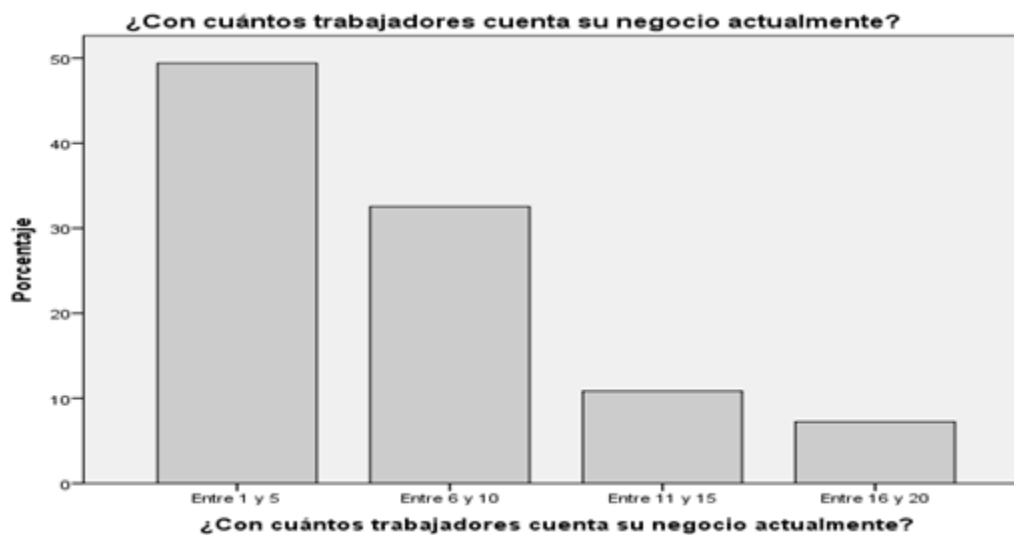


Figura 18. Gráfico de frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Tamaño.)

### 5.2.2.2. Dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad).

Como se muestra en la tabla 18 y figura 20, 36 MYPE's que representan el 43,4% respondieron a la pregunta planteada, que, su Mype fue constituida entre el 2001 y el 2010, del mismo modo, el 37,3% indicaron que su constitución se dio entre los años 2011 y 2022. Por otro lado, se observa que 5 MYPE's que representan un 6% manifestaron que se constituyeron antes del año 1980.

Tabla 18

*Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)*

¿Año aproximado de la constitución de su negocio?				
	f°	%	% válido	% acumulado
Antes de 1980	5	6.0	6.0	6.0
Entre 1990 y 2000	11	13.3	13.3	19.3
Entre 2001 y 2010	36	43.4	43.4	62.7
Entre 2011 y 2022	31	37.3	37.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	

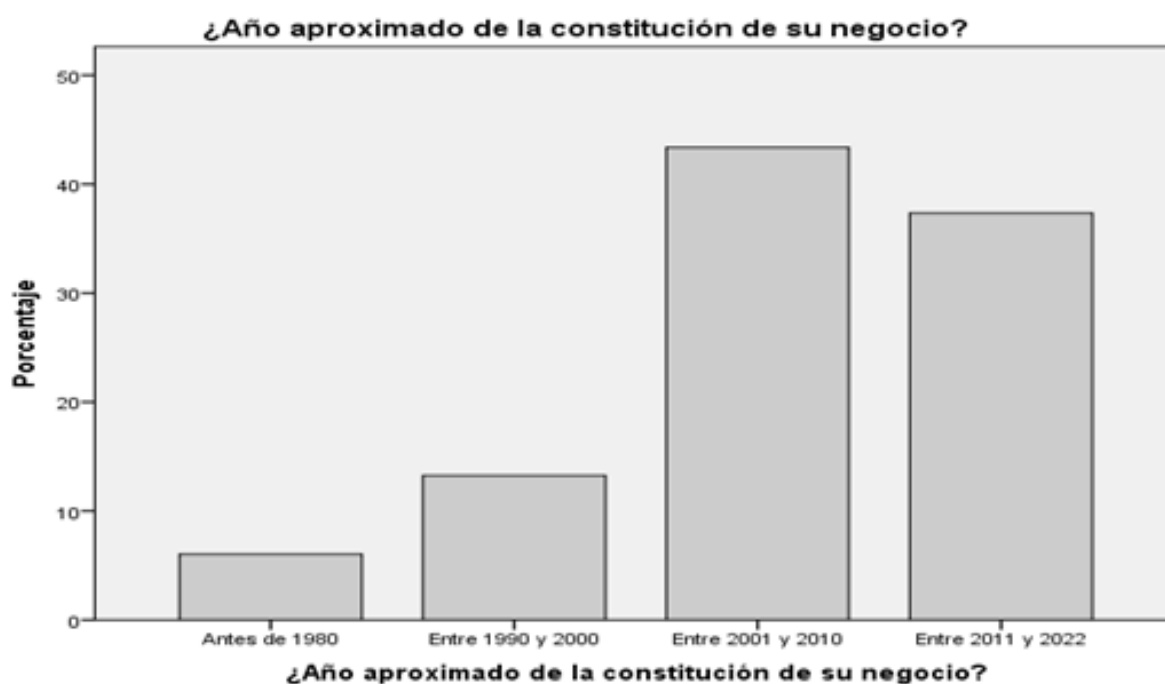


Figura 19. Gráfico de frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)

### 5.2.2.3. Dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad).

Como se muestra en la tabla 19 y figura 21, 38 MYPE's que representan el 45,8% respondieron a la pregunta planteada, indicando que su Mype se encuentra en el Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS), del mismo modo, el 28,9% indicaron que pertenecen al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER). Por otro lado, se observa que 3 MYPE's que representan un 3,6% manifestaron que no pertenecen a ningún régimen laboral.

Tabla 19

Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)

¿A qué régimen laboral pertenece su negocio?				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)	38	45.8	45.8	45.8
Ninguno	3	3.6	3.6	49.4
Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	24	28.9	28.9	78.3
Régimen Mype tributario (RMT)	9	10.8	10.8	89.2
Régimen General (RG)	9	10.8	10.8	100.0
Total	83	100.0	100.0	

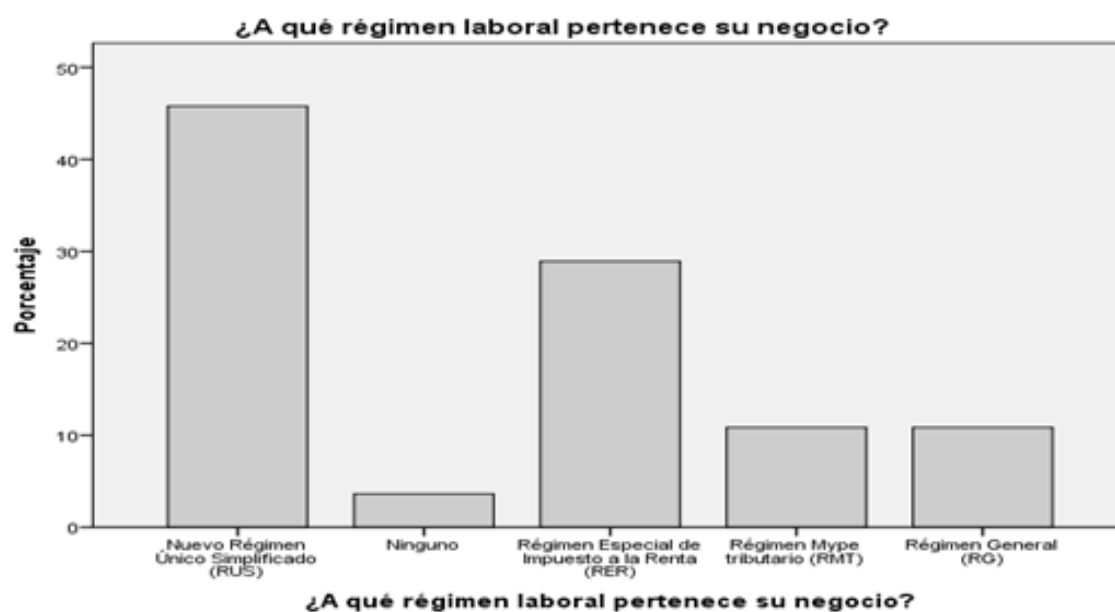


Figura 20. Gráfico de frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)

#### 5.2.2.4. Dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad).

Como se muestra en la tabla 20 y figura 22, 48 MYPE's que representan el 57,8% respondieron a la pregunta planteada, indicando que su Mype emite sus comprobantes de pago de forma física, eso quiere decir, que tanto sus facturas, boletas, guías, boletas de pago, entre otros, lo tienen de forma impresa, del mismo modo, el 41% indicaron que emiten comprobantes de pago de forma electrónica. Por otro lado, se observa que el 1,2% manifestaron que no emiten ningún comprobante de pago. Ello indica la importancia de brindar capacitaciones para enseñar a los empresarios la emisión correcta de sus comprobantes de pago.

Tabla 20

*Frecuencia de la dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)*

¿Qué tipo de comprobantes de pago emite su negocio?				
	<i>f</i> <sup>o</sup>	%	% válido	% acumulado
Físico	48	57.8	57.8	57.8
Ninguno	1	1.2	1.2	59.0
Electrónico	34	41.0	41.0	100.0
Total	83	100.0	100.0	

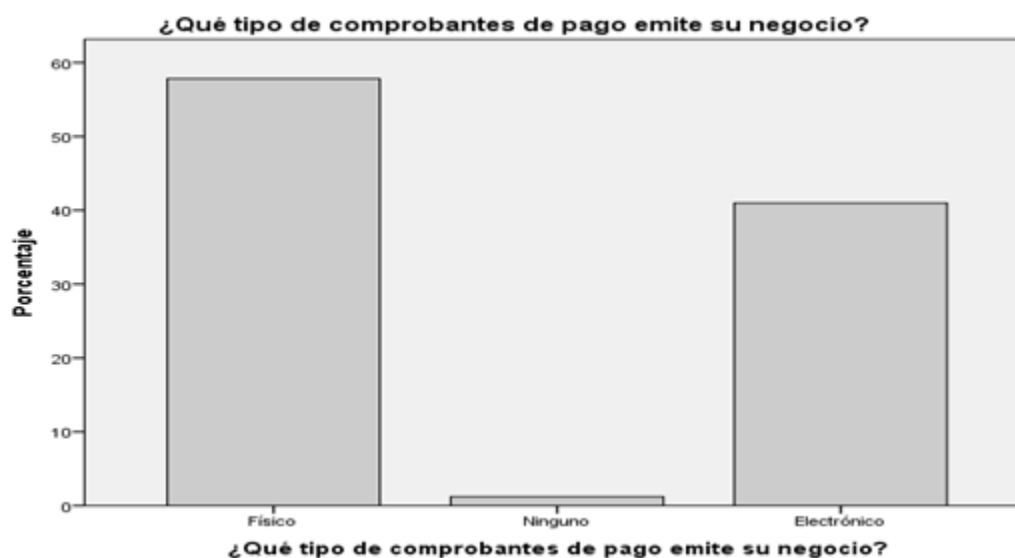


Figura 21. Gráfico de frecuencia, dimensión atributos de la empresa (Edad y formalidad)

### 5.2.2.5. Dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros).

Como se muestra en la tabla 21 y figura 23, 32 MYPE's que representan el 38,6% respondieron a la pregunta planteada, indicando que la principal fuente de financiamiento de su Mype lo obtiene de créditos de la banca privada, del mismo modo, el 24,1% indicaron que sus fuentes de financiamiento son recursos propios. Por otro lado, se observa que el 3,6% manifestaron que lo obtienen de recursos propios y de proveedores.

Tabla 21

*Frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)*

¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de su negocio?				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Recursos propios	20	24.1	24.1	24.1
Familiares	12	14.5	14.5	38.6
Crédito banca privada	32	38.6	38.6	77.1
Recursos propios. Crédito banca privada. Prov.	12	14.5	14.5	91.6
Recursos propios. Proveedores	3	3.6	3.6	95.2
Recursos propios. Programas de Gobierno. Crédito banca privada	4	4.8	4.8	100.0
Total	83	100.0	100.0	

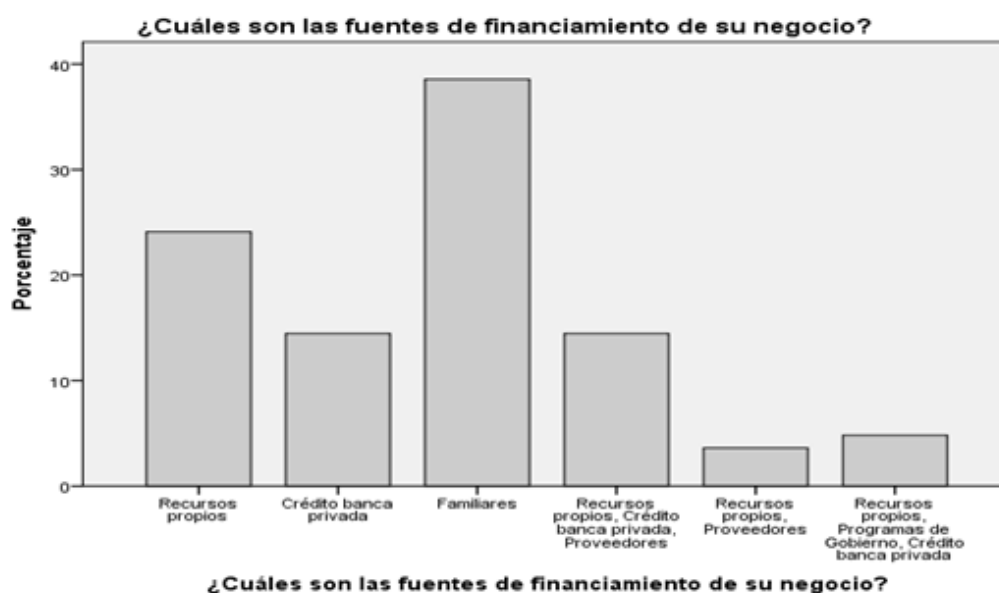


Figura 22. Gráfico de frecuencia, dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)

### 5.2.2.6. Dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros).

Como se muestra en la tabla 22 y figura 24, 31 MYPE's que representan el 37,3% respondieron a la pregunta planteada, indicando que el monto de financiamiento del capital de trabajo de su Mype se encuentra entre los 15,001 y 20,000 soles, del mismo modo, el 28,9% indicaron que se encuentra entre los 5,001 y 15,000 soles. Por otro lado, se observa que el 8,4% manifestaron que su monto de financiamiento del capital de trabajo supera los 26,000 soles.

Tabla 22

*Frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)*

Monto de financiamiento del Capital de Trabajo				
	f°	%	% válido	% acumulado
Menor de 5.000 Soles	9	10.8	10.8	10.8
Entre 5.001 y 15.000 Soles	24	28.9	28.9	39.8
Entre 15.001 y 20.000 Soles	31	37.3	37.3	77.1
Entre 20.001 y 25.000 Soles	12	14.5	14.5	91.6
De 26.000 a más	7	8.4	8.4	100.0
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

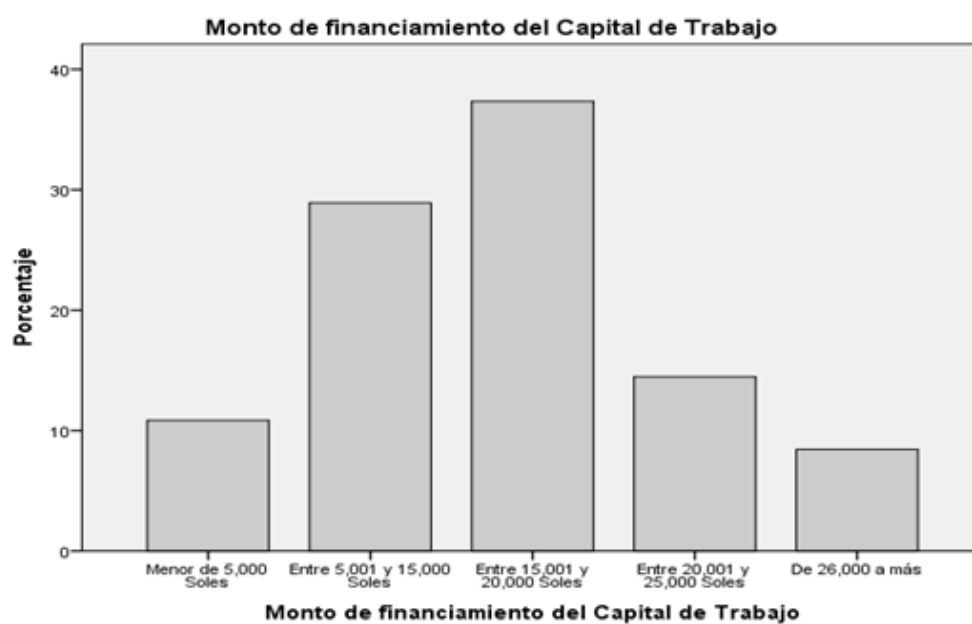


Figura 23. Gráfico de frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)

### 5.2.2.7. Dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros).

Como se muestra en la tabla 23 y figura 25, 52 MYPE's que representan el 62,7% respondieron a la pregunta planteada, indicando que la mejor medida que el gobierno podría tomar para ayudar a las MYPE's en su crecimiento sería la de otorgar préstamos favorables. Por otro lado, se observa que el 37,3% manifestaron la mejor medida del gobierno sería la de aplazar el pago de impuestos.

Tabla 23

*Frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)*

Indique ¿Qué medidas del gobierno ayudarían en el crecimiento de su negocio?				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Préstamos favorables	52	62.7	62.7	62.7
Aplazamiento en el pago de impuestos	31	37.3	37.3	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 24. Gráfico de frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Recursos financieros)

### 5.2.2.8. Dimensión estructura y recursos de la empresa (Capital humano).

Como se muestra en la tabla 24 y figura 26, 58 MYPE's que representan el 69,9% respondieron a la pregunta planteada, indicando que siempre supervisan las funciones de sus



trabajadores, del mismo modo, el 13,3% de la MYPE's indicaron que casi siempre lo hacen. Por otro lado, se observa que el 3,6% manifestaron que nunca supervisan a sus trabajadores, debido a la confianza que tienen en ellos.

Tabla 24

*Frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Capital humano)*

En su negocio. ¿Supervisa que las funciones de sus trabajadores se cumplan adecuadamente?				
	f°	%	% válido	% acumulado
Nunca	3	3.6	3.6	3.6
A veces	11	13.3	13.3	16.9
Casi siempre	11	13.3	13.3	30.1
Siempre	58	69.9	69.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 25. Gráfico de frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Capital humano)

**5.2.2.9. Dimensión estructura y recursos de la empresa (Capital humano).**

Como se muestra en la tabla 25 y figura 27, 35 MYPE's que representan el 42,2% respondieron a la pregunta planteada, indicando su personal cuenta con nivel educativo técnico, del mismo modo, el 33,7% de la MYPE's indicaron que su personal no cuenta con ningún nivel educativo. Por otro lado, se observa que el 24,1% manifestaron que su personal cuenta con

educación básica. Nuevamente se puede llegar a la conclusión que se deben brindar capacitaciones para que los empresarios manejen de mejor manera sus empresas.

Tabla 25

*Frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Capital humano)*

¿Cuál es el nivel educativo del personal de su negocio?				
	f°	%	% válido	% acumulado
Sin instrucción	28	33.7	33.7	33.7
Educación básica (primaria y secundaria)	20	24.1	24.1	57.8
Educación Técnica	35	42.2	42.2	100.0
Total	83	100.0	100.0	

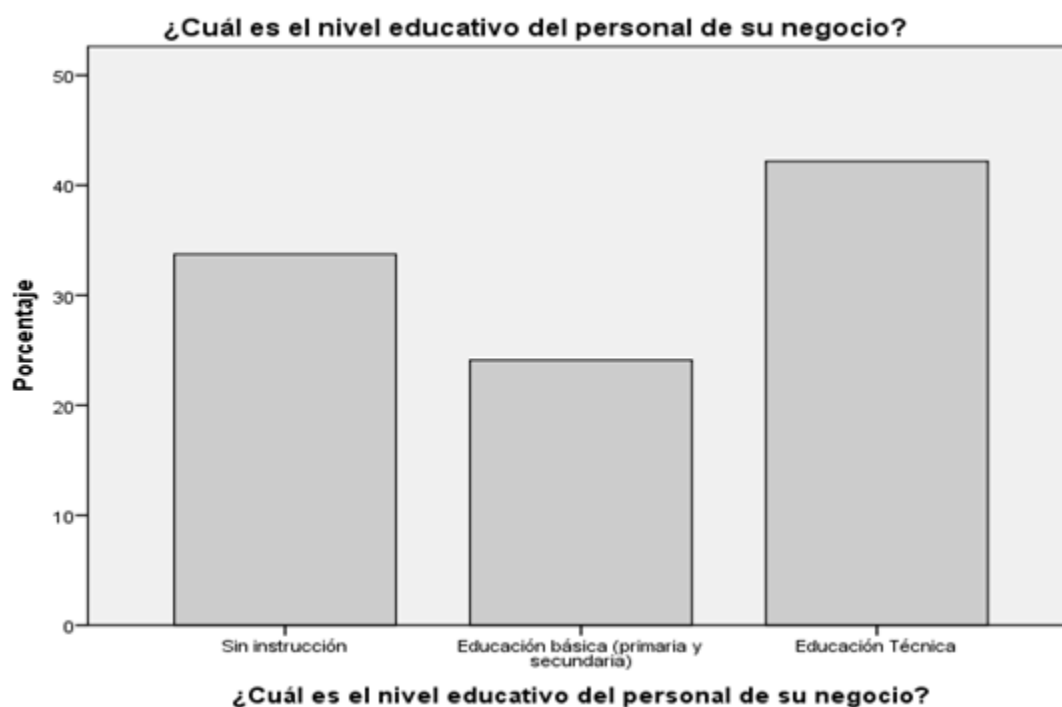


Figura 26. Gráfico de frecuencia de la dimensión estructura y recursos de la empresa (Capital humano)

#### **5.2.2.10. Dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio).**

Como se muestra en la tabla 26 y figura 28, 61 MYPE's que representan el 73,5% respondieron a la pregunta planteada, indicando que utilizan las redes sociales como canal

digital para sus ventas. Por otro lado, se observa que el 26,5% manifestaron que no utilizan ningún canal digital.

Tabla 26

*Frecuencia de la dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)*

¿Qué tipo de canal digital utiliza su negocio para las ventas?				
	f°	%	% válido	% acumulado
Redes sociales	61	73.5	73.5	73.5
Ninguno	22	26.5	26.5	100.0
Total	83	100.0	100.0	

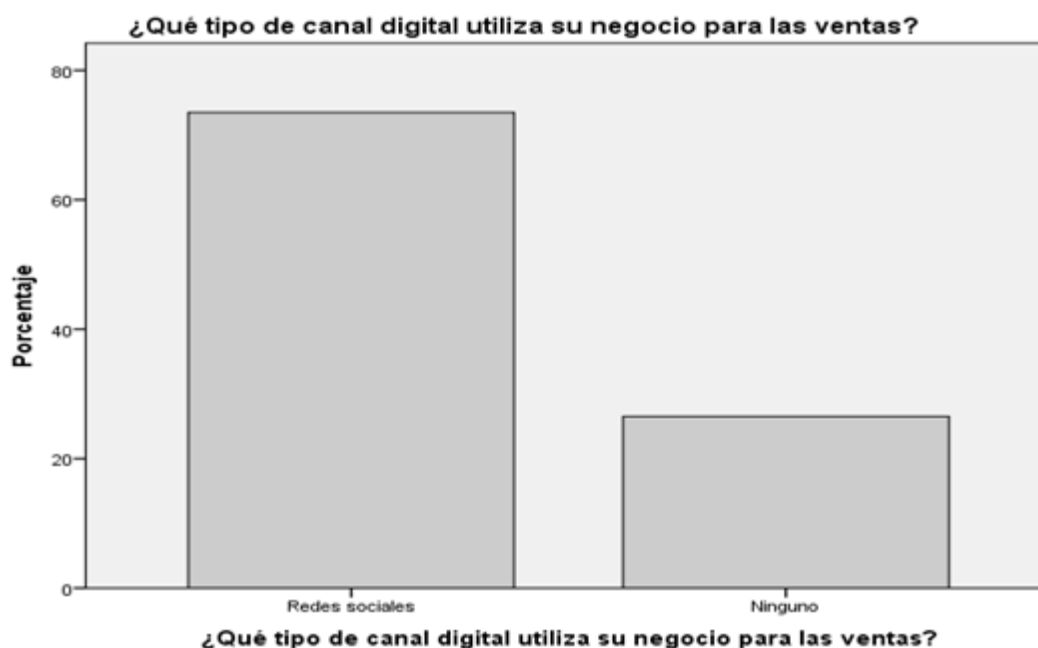


Figura 27. Gráfico de frecuencia de la dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)

#### **5.2.2.11. Dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio).**

Como se muestra en la tabla 27 y figura 29, 46 MYPE's que representan el 55,4% respondieron a la pregunta planteada, indicando que el mayor obstáculo que enfrentaron para poder innovar fue la falta de recursos financieros, del mismo modo, el 13,3% señalaron que

fue la falta de apoyo gubernamental lo que no les permitió innovar en nuevas ideas de negocio. Por otro lado, se observa que el 2,4% manifestaron que no innovaron debido a la falta de personal calificado y a la falta de infraestructura.

Tabla 27

Frecuencia de la dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)

¿Cuáles son los obstáculos que ha enfrentado su negocio para innovar?				
	$f^\circ$	%	% válido	% acumulado
Falta recursos financieros	46	55.4	55.4	55.4
Falta apoyo gubernamental	11	13.3	13.3	68.7
Falta de personal calificado	2	2.4	2.4	71.1
Falta recursos financieros. Falta de personal calificado	8	9.6	9.6	80.7
Otros	7	8.4	8.4	89.2
Falta de infraestructura	2	2.4	2.4	91.6
7.00	7	8.4	8.4	100.0
Total	83	100.0	100.0	



Figura 28. Gráfico de frecuencia de la dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)

### 5.2.2.12. Dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio).

Como se muestra en la tabla 28 y figura 30, 37 MYPE's que representan el 44,6% respondieron a la pregunta planteada, indicando que a veces toman en cuenta las opiniones del personal para el desarrollo de nuevas ideas, del mismo modo, el 21,7% señalaron siempre toman en cuenta dichas opiniones. Por otro lado, se observa que el 4,8% manifestaron que nunca toman en cuenta las opiniones de su personal.

Tabla 28

*Frecuencia de la dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)*

¿Toma en cuenta las opiniones del personal para el desarrollo de nuevas ideas?				
	$f^{\circ}$	%	% válido	% acumulado
Nunca	4	4.8	4.8	4.8
Casi nunca	11	13.3	13.3	18.1
A veces	37	44.6	44.6	62.7
Casi siempre	13	15.7	15.7	78.3
Siempre	18	21.7	21.7	100.0
Total	83	100.0	100.0	

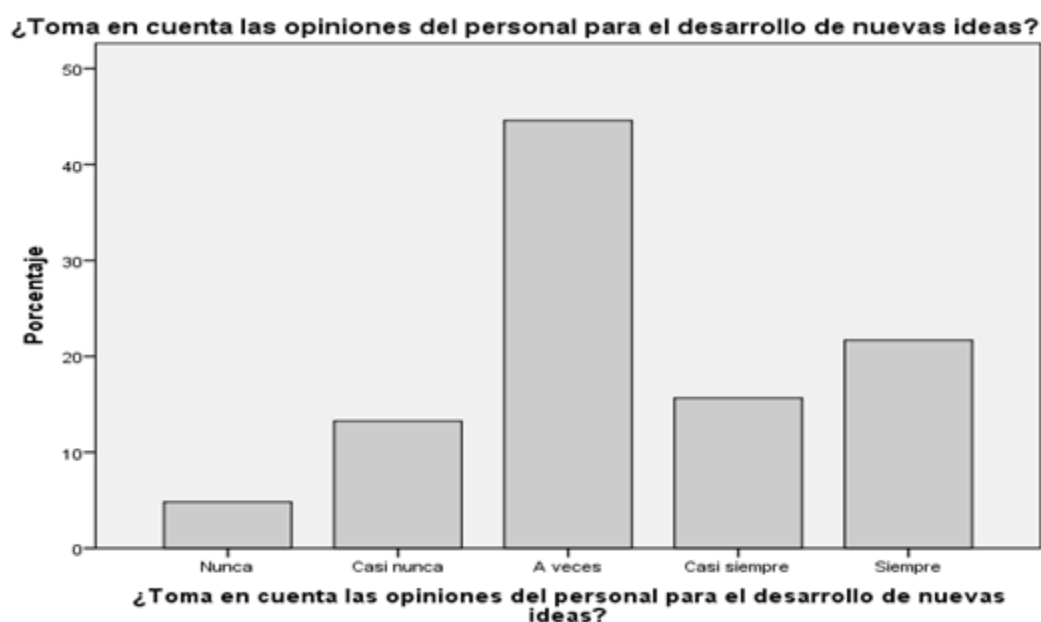


Figura 29. Gráfico de frecuencia de la dimensión intraemprendimiento (Creación de nuevas unidades de negocio)

### 5.3. Contrastación de resultados

#### 5.3.1. Contrastación de Hipótesis general:

La hipótesis general de la presente investigación afirma que: Los factores internos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

Para comprobar dicha afirmación, se plantean dos hipótesis, una hipótesis nula y una hipótesis alterna.

H0: Los factores internos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

H1: Los factores internos no se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

Para comprobar la hipótesis planteada, se presenta la tabla 29 de la prueba estadística Chi cuadrado entre los factores internos y el crecimiento empresarial.

Tabla 29

#### *Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis General*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23.159 <sup>a</sup>	4	.000
Razón de verosimilitud	19.291	4	.001
Asociación lineal por lineal	12.184	1	.000
N de casos válidos	83		

a. 6 casillas (60.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .53.

Para verificar la hipótesis, es necesario determinar el valor de significancia de  $\alpha = .05$ ; (Lind et al., 2012); luego, se debe determinar el estadístico de prueba, que en este caso será la prueba  $\chi^2$  de Pearson (Lind et al., 2012), con 4 grados de libertad [GL = (C-1) \* (F-1)].

Posteriormente, se calculó el valor crítico (o valor  $\chi^2$  crítico), obteniendo un valor de 9.4877, a partir del cual se estableció la regla de decisión.

Cuando el Chi2 calculado es mayor que Chi2 crítico, entonces se rechaza la H0, lo que significa que existe relación.

Cuando el Chi2 calculado es menor que Chi2 crítico, entonces no se rechaza la H0, lo que significa que no existe relación.

Por lo que se afirma que el Chi2 de Pearson (23,159) es mayor al Chi2 crítico (9.4877). Por ende, se rechaza la hipótesis nula H0.

La Tabla 29 evidencia el resultado de la prueba  $\chi^2$  de Pearson para la primera hipótesis planteada en esta investigación.

Hallado el valor crítico calculado, se procede a tomar la decisión final de la hipótesis:

•  $\chi^2$  de Pearson = **23,159**

•  $\chi^2$  crítico = **9.4877**

Conclusión:

La H0, la cual se encuentra en la zona de rechazo, como se muestra en la Figura 31. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula. De este modo, se puede afirmar con un 95% de confianza que existe una relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPEs del sector textil en Huancayo, 2022.

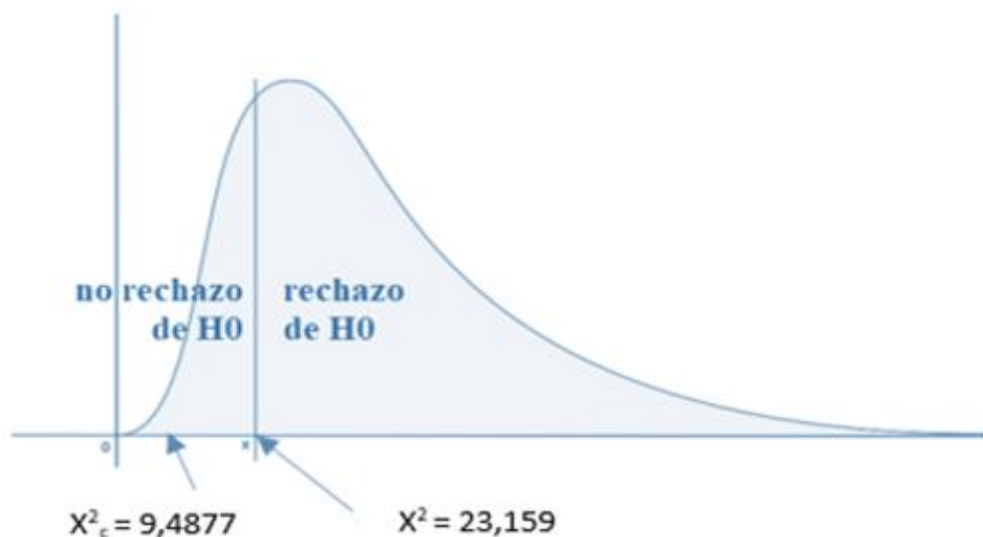


Figura 30. Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis General

### 5.3.2. Contrastación de hipótesis específicas.

Al igual que se contrastó la hipótesis general, Se procede de la misma manera con las hipótesis específicas formuladas en esta investigación. Para cada una de ellas, se plantea una hipótesis nula adicional a la ya establecida al inicio. A continuación, se presenta el análisis de las dimensiones de los factores internos y el crecimiento empresarial. Finalmente, se llevará a cabo la prueba de  $\chi^2$  de Pearson, cuyos resultados permitirán decidir cuál de las hipótesis será aceptada.

#### 5.3.2.1. Contrastación de hipótesis específica 1 (He1):

La primera hipótesis específica (He1) planteada afirma que: La planeación estratégica no se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

Con el fin de corroborar esta afirmación, se plantean dos hipótesis: una nula y una alterna.

He0: La planeación estratégica no se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.



He1. La planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

Tabla 30

*Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 1*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	23.159 <sup>a</sup>	4	.000
Razón de verosimilitud	19.291	4	.001
Asociación lineal por lineal	12.184	1	.000
N de casos válidos	83		

a. 6 casillas (60.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .53.

Para verificar la hipótesis, es necesario establecer un valor de significancia de  $\alpha = 0.05$ . (Lind et al., 2012); posteriormente se tiene que determinar el estadístico de prueba. en este caso. será la prueba  $\chi^2$  de Pearson (Lind et al., 2012). con 4 grados de libertad [GL = (C-1) \* (F-1)]; después. se calculó el valor crítico (o valor  $\chi^2$  crítico) obteniendo el valor de 9.4877. con esto se estableció la regla de la decisión:

Cuando el Chi2 calculado es mayor que Chi2 crítico. entonces se rechaza la H0. lo que significa que existe relación.

Cuando el Chi2 calculado es menor que Chi2 crítico. entonces no se rechaza la H0. lo que significa que no existe relación.

Por lo que se afirma que el Chi2 de Pearson (23.159) es mayor al Chi2 crítico (9.4877). Por ende. se rechaza la hipótesis nula H0.

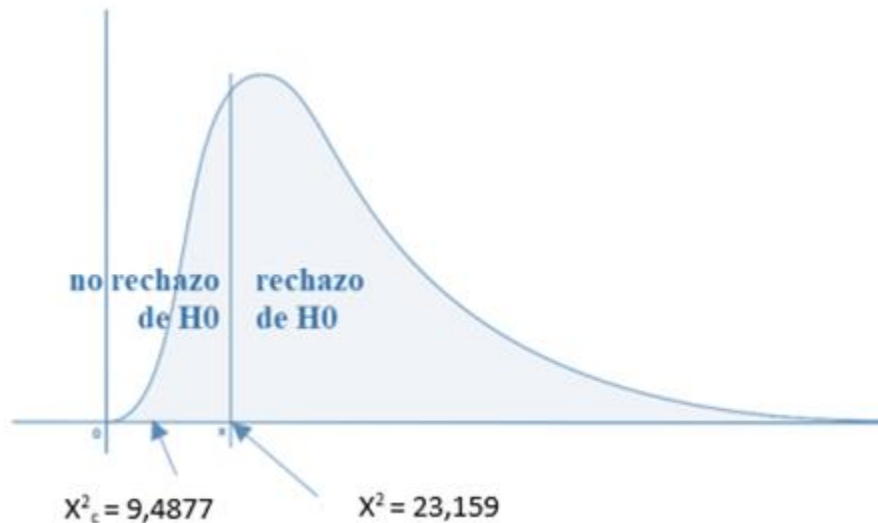
La Tabla 30 muestra los resultados de la prueba  $\chi^2$  de Pearson correspondiente a la primera hipótesis formulada en esta investigación.

Una vez obtenido el valor crítico calculado, se procede a tomar la decisión final respecto a la hipótesis:

- $\chi^2$  de Pearson = **23.159**

- $\chi^2$  crítico = **9.4877**

Conclusión:



*Figura 31.* Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 1

La  $H_0$ , la cual está sometida a prueba tiene lugar en la zona de rechazo, según se muestra en la Figura 32, en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula.

Por lo tanto, se puede afirmar con un 95% de confianza que existe una relación entre la planeación estratégica y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

### **5.3.2.2. Contrastación de hipótesis específica 2 (He2):**

La segunda hipótesis específica (He2) planteada afirma que: Los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

Con el fin de corroborar esta afirmación, se plantean dos hipótesis: una nula y una alterna.

He0: Los recursos humanos no se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

He1: Los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022.

Tabla 31

*Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 2*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19.260 <sup>a</sup>	2	.000
Razón de verosimilitud	20.622	2	.000
Asociación lineal por lineal	8.571	1	.003
N de casos válidos	83		

a. 0 casillas (0.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 9.64.

Para la comprobación de la hipótesis. se debe establecer el valor de significancia de  $\alpha = .05$ ; (Lind et al.. 2012); luego se tiene que determinar el estadístico de prueba. en este caso. será la prueba  $\chi^2$  de Pearson (Lind et al.. 2012). con 2 grados de libertad [GL = (C-1) \* (F-1)]; después. se calculó el valor crítico (o valor  $\chi^2$  crítico) obteniendo el valor de 5.9915. con esto se estableció la regla de la decisión:

Cuando el Chi2 calculado es mayor que Chi2 crítico. entonces se rechaza la H0. lo que significa que existe relación.

Cuando el Chi2 calculado es menor que Chi2 crítico. entonces no se rechaza la H0. lo que significa que no existe relación.

Por lo que se afirma que el Chi2 de Pearson (19.260) es mayor al Chi2 crítico (5.9915). Por ende. se rechaza la hipótesis nula H0.

La Tabla 31 evidencia el resultado de la prueba  $\chi^2$  de Pearson para la primera hipótesis planteada en esta investigación.

Hallado el valor crítico calculado. se procede a tomar la decisión final de la hipótesis:

- $\chi^2$  de Pearson = **19.260**
- $\chi^2$  crítico = **5.9915**

Conclusión:

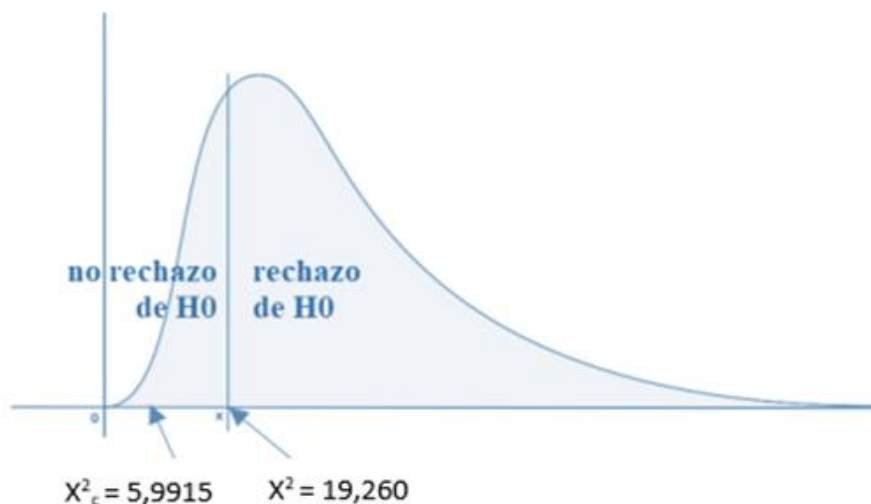


Figura 32. Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 2

La  $H_0$ , la cual está sometida a prueba tiene lugar en la zona de rechazo, según se muestra en la Figura 33. en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se puede afirmar que al 95% de confianza que existe relación entre los recursos humanos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo, 2022.

### 5.3.2.3. Contrastación de hipótesis específica 3 ( $H_{e3}$ ).

La tercera hipótesis específica ( $H_{e3}$ ) planteada afirma que: La innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo, 2022.

Con el fin de corroborar esta afirmación, se plantean dos hipótesis: una nula y una alterna.

$H_{e0}$ : La innovación no se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo, 2022.

$H_{e1}$ : La innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo, 2022.

Tabla 32

### Prueba Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Sig. asintótica (bilateral)

Chi-cuadrado de Pearson	45.438 <sup>a</sup>	4	.000
Razón de verosimilitud	18.371	4	.001
Asociación lineal por lineal	11.804	1	.001
N de casos válidos	83		

a. 6 casillas (60.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .19.

Para la comprobación de la hipótesis. se debe establecer el valor de significancia de  $\alpha = .05$ ; (Lind et al.. 2012); luego se tiene que determinar el estadístico de prueba. en este caso. será la prueba  $\chi^2$  de Pearson (Lind et al.. 2012). con 4 grados de libertad [GL = (C-1) \* (F-1)]; después. se calculó el valor crítico (o valor  $\chi^2$  crítico) obteniendo el valor de 9.4877. con esto se estableció la regla de la decisión:

Cuando el Chi2 calculado es mayor que Chi2 crítico. entonces se rechaza la H0. lo que significa que existe relación.

Cuando el Chi2 calculado es menor que Chi2 crítico. entonces no se rechaza la H0. lo que significa que no existe relación.

Por lo que se afirma que el Chi2 de Pearson (45.438) es mayor al Chi2 crítico (9.4877). Por ende. se rechaza la hipótesis nula H0.

La Tabla 32 evidencia el resultado de la prueba  $\chi^2$  de Pearson para la primera hipótesis planteada en esta investigación.

Hallado el valor crítico calculado. se procede a tomar la decisión final de la hipótesis:

- $\chi^2$  de Pearson = **45.438**
- $\chi^2$  crítico = **9.4877**

Conclusión:

La H0. la cual está sometida a prueba tiene lugar en la zona de rechazo. según se muestra en la Figura 34. en consecuencia. se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto. se puede afirmar que al 95% de confianza que: existe relación entre la innovación y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.

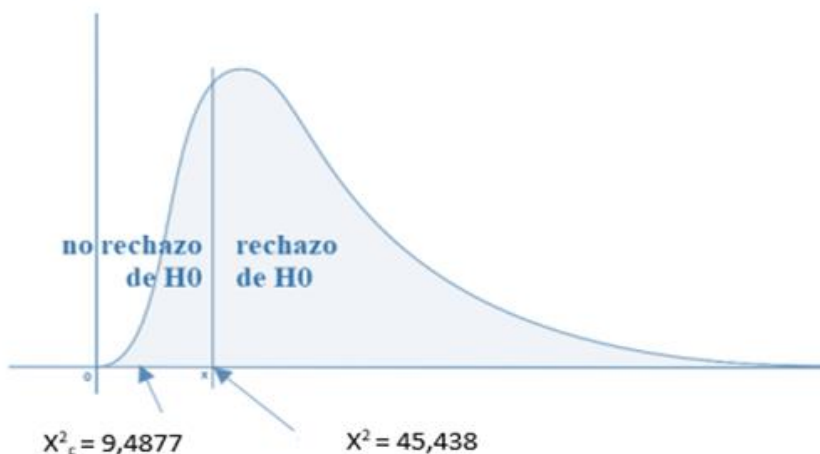


Figura 33. Distribución del Chi Cuadrado de la Hipótesis Específica 3

### 5.3.3. Discusión

En este trabajo de investigación, como objetivo general, se ha planteado identificar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, Huancayo, 2022. Los resultados del  $\chi^2$  de Pearson obtenido fue de 23.159 con un nivel de significancia asintótica de 0.000, lo que indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmando que existe una relación significativa entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's. Debido a ello, se puede afirmar que al aplicar un nivel de confianza del 95% se determina que existe una relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial en las MYPE's del sector textil de las principales galerías comerciales Gamarrita, Mercaderes e Industriales huanca en la ciudad de Huancayo, 2022. Es decir, que los factores internos referidos como la planeación estratégica, el capital humano, la innovación, la productividad, los sistemas de información y el aseguramiento de la calidad tienen una incidencia en el crecimiento de las MYPE's del sector textil de la ciudad de Huancayo, que se reflejara en el crecimiento orgánico, el cual permite crear nuevos productos y servicios, que se reasignen recursos para reducir los costos operativos e incrementar los ingresos.

Este resultado coincide con la tesis de Gabriel & Huamán (2020), en donde se identificó que tanto los factores internos como externos afectan el crecimiento de las MYPE's en Lima.

Los factores internos como la gestión y planificación estratégica fueron destacados como determinantes para el crecimiento.

Para entender la relación de estas variables en el desarrollo de las MYPE's referidas, es importante recordar que el crecimiento empresarial es el proceso de adaptación de cualquier organización a los cambios impulsados por la gestión empresarial y gerencial, por el cual una empresa desarrolla o expande sus capacidades productivas ajustando o adquiriendo nuevos recursos. Por otro lado, el crecimiento empresarial no se produce espontáneamente, este se crea y se logra a través de un proceso de aprendizaje, adquiriendo las habilidades, herramientas y cualidades necesarias mediante la capacitación continua o con la contratación de personal especializado que ayuda al desarrollo de la organización. Es en este contexto donde entran en juego diversos factores internos tanto de la organización como del emprendedor, tales como la planificación estratégica, el capital humano, la innovación, la productividad, los sistemas de información y el aseguramiento de la calidad, que a través de estos se busca mejorar y elevar los índices o ratios de rentabilidad, tener la capacidad suficiente de competir con empresas del sector y sostener la ventaja competitiva en el largo plazo.

Ahora, en cuanto al primer objetivo específico: Analizar cómo la planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo, 2022. Los resultados del  $\chi^2$  de Pearson obtenido fue de 23.159 con un nivel de significancia asintótica de 0.000, lo que indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, confirmando que existe una relación significativa entre la planeación estratégica y el crecimiento empresarial de las MYPE's.

Este resultado coincide con la tesis de Lingán (2018) que encontró que la planeación estratégica y la gestión del empresario son cruciales para el éxito de las MYPE's en Lima.

También se tiene a (Coello, 2006) donde señala que la planeación estratégica es el proceso por el cual los gerentes de una empresa cualquiera que sea su tamaño prevén su futuro

y desarrollan los procedimientos y operaciones para alcanzarlos. Como parte de este proceso, es crucial seleccionar la misión y las principales metas corporativas, analizar el entorno competitivo externo para identificar oportunidades y amenazas, evaluar el ambiente operativo interno para detectar fortalezas y debilidades, seleccionar estrategias que se basen en las fortalezas de la organización y que corrijan sus debilidades para aprovechar las oportunidades externas y contrarrestar las amenazas, y finalmente implementar la estrategia. Esto coincide con los hallazgos de la presente investigación. sugiriendo que una planeación estratégica efectiva es un factor determinante para el crecimiento de las MYPE's en diferentes contextos regionales.

El análisis anterior viene a ser respaldado por Koontz y Weihrich (2001) la planeación estratégica es la aplicación de una estrategia que implica la toma de decisiones. siendo los principales objetivos e iniciativas a largo plazo de la empresa y asignar los recursos necesarios para hacerlo realidad.

En cuanto al segundo objetivo específico: Analizar cómo los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022. Los resultados del  $\chi^2$  de Pearson obtenido fue de 19.260 con un nivel de significancia asintótica de 0.000. lo que indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. confirmando que existe una relación significativa entre los recursos humanos y el crecimiento empresarial de las MYPE's. Un aspecto importante observado es que los microempresarios al decidir la compra de un nuevo equipo o maquinaria toman en cuenta el diseño. su tecnología y los beneficios que prestará en su proceso productivo. De las MYPE's encuestadas. 78 (94.0%) consideran estos aspectos. Además. se observa que el número de máquinas está supeditado a los metros cuadrados disponibles en los stands. siendo la mayoría de 12 m<sup>2</sup>. por lo que algunos cuentan con otras máquinas en sus hogares. Otro aspecto relevante es la alta tasa de rotación de personal. lo cual impide una capacitación frecuente. Así. 53 MYPE's (63.9%) tienen



implementado un proceso de reclutamiento que solicita al personal con un mínimo de habilidades y conocimientos técnicos (tabla 5 y figura 4).

Este resultado coincide con la tesis de Meza & Meza (2014) en donde destacó que el capital humano y la capacitación son fundamentales para la competitividad y el crecimiento de las MYPE's. Los resultados nacionales muestran que las empresas que invierten en la capacitación y desarrollo de sus empleados tienen mayores tasas de crecimiento.

El análisis anterior viene a ser respaldado por (McEvoy. 1984). donde refiere que la gestión de los recursos humanos es vital para el buen funcionamiento de una empresa. el no darle la importancia constituye la principal causa de fracaso en las MIPYMES.

En cuanto al tercer objetivo específico: Analizar cómo la innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022. Los resultados del  $\chi^2$  de Pearson obtenido fue de 45.438 con un nivel de significancia asintótica de 0.000. lo que indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. confirmando que existe una relación significativa entre los recursos humanos y el crecimiento empresarial de las MYPE's. Sobre este aspecto. se aprecia que 41 (49.4%) MYPE's cuentan con una Misión. Visión y Valores. los cuales son importantes porque permiten definir el camino para alcanzar las metas propuestas. Sin embargo. 42 MYPE's (50.60%) no cuentan con estos elementos establecidos. Esto sugiere que cada vez más MYPE's están considerando la importancia de tener un plan estratégico. aunque básico. que les permita direccionar sus esfuerzos para ser viables y sostenibles en el tiempo. dando mayor valor a los clientes tanto internos como externos.

Este resultado coincide con la tesis de Bernal (2018) concluyó que la innovación es un factor clave para el crecimiento empresarial en las microempresas de México. similar a las MYPE's en Huancayo. Las empresas que innovan en sus productos y procesos logran diferenciarse en el mercado y captar una mayor cuota de clientes.

En un aspecto económico la definición de Schumpeter (1942) indica que la innovación es el proceso de transformación económica, social y cultural. Indica también que la innovación y el desarrollo tecnológico son uno de los motores básicos del desarrollo para las empresas. Schumpeter indica también que las funciones básicas de un empresario suelen confundirse con otras. El estado de empresarios puros es difícil de distinguir de otras actividades económicas. Pero solo aquellos que crean o implementan innovaciones se llaman emprendedores.

En conclusión, se ha corroborado mediante la aplicación de las pruebas estadísticas como el Chi cuadrado de Pearson, el grado de significación asintótica, que los factores internos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's como se ha planteado en la hipótesis general, al tener una correlación positiva media de 23.159.

## Conclusiones

1. El objetivo general de este trabajo de investigación fue identificar la incidencia de los factores internos en el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil en Huancayo. 2022. Por lo que, se concluye que, al aplicar la prueba estadística de Chi cuadrado entre las dos variables, se halló un valor crítico de 9.4877. El valor de Chi cuadrado para la hipótesis general fue de 23.159, lo que ubica a la hipótesis nula ( $H_0$ ) en la zona de rechazo, y, por lo tanto, se acepta la hipótesis general ( $H_1$ ). Esto indica que los factores internos, tales como la planeación estratégica, el capital humano y la innovación, tiene relación con el crecimiento de las MYPE's del sector textil en la ciudad de Huancayo.

2. El objetivo específico 1 de este trabajo de investigación fue analizar cómo la planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022. Por lo que, se concluye que, al aplicar la prueba estadística de Chi cuadrado entre las dos variables, se halló un valor crítico de 9.4877. El valor de Chi cuadrado para la hipótesis general fue de 23.159, lo que ubica a la hipótesis nula ( $H_0$ ) en la zona de rechazo, y, por lo tanto, se acepta la hipótesis general ( $H_1$ ). Esto significa que las empresas que implementan una planeación estratégica adecuada tienden a experimentar un mayor crecimiento empresarial.

3. El objetivo específico 2 de este trabajo de investigación fue analizar cómo los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022. Por lo que, se concluye que, al aplicar la prueba estadística de Chi cuadrado entre las dos variables, se halló un valor crítico de 9.4877. El valor de Chi cuadrado para la hipótesis general fue de 19.260, lo que ubica a la hipótesis nula ( $H_0$ ) en la zona de rechazo, y, por lo tanto, se acepta la hipótesis general ( $H_1$ ). Esto significa que una mejor gestión y desarrollo de los recursos humanos en estas empresas tiende a contribuir positivamente a su crecimiento empresarial.

4. El objetivo específico 3 de este estudio fue analizar cómo la innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022. Al aplicar la prueba estadística Chi cuadrado entre las dos variables. se ha hallado un valor crítico que equivale a 9.4877. con respecto al Chi cuadrado de la hipótesis específica 1 tiene un valor de 45.438; por lo que. se rechaza la hipótesis nula. Esto indica que. la innovación tiene un impacto significativo y positivo en el crecimiento empresarial de estas empresas.

## Recomendaciones

1. Para fomentar el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil, es crucial implementar programas de capacitación para los promotores de estas empresas. Estos programas, organizados por PRODUCE o instituciones privadas en colaboración con universidades, deben ser gratuitos o de bajo costo y enfocarse en aspectos clave de la planificación estratégica. Esto incluye desarrollar un plan estratégico básico basado en un análisis detallado de las variables internas y externas, estableciendo metas y objetivos claros para optimizar el uso de recursos. Además, se debe poner un fuerte énfasis en la capacitación en gestión del talento humano a través de cursos tipo MOOC, que proporcionen herramientas y metodologías modernas para mejorar la eficiencia y sostenibilidad a largo plazo de las MYPE's.

1. Implementar programas de capacitación para el personal y colaboradores de las MYPE's del sector textil en diversos procesos productivos, tales como patronaje, corte, diseño, cromatismo, y mantenimiento de maquinarias y equipos. Estos programas pueden ser desarrollados mediante convenios entre SENATI y PRODUCE, garantizando que los costos de capacitación sean mínimos para facilitar el acceso y mejorar la competitividad de las MYPE's.

2. Publicitar de manera efectiva el Programa de Apoyo Empresarial para las MYPE's (PAE-MYPE) en el sector textil y otros sectores, promoviendo su utilización como fuente principal de financiamiento a una tasa preferencial. Esto permitirá a las MYPE's evitar recurrir a créditos de la banca privada, préstamos familiares o el uso de recursos propios para financiar sus operaciones, facilitando su crecimiento y sostenibilidad.

3. El gobierno debe implementar programas de financiamiento para capital de trabajo que se ajusten a los diferentes rangos de ingresos de las MYPE's. Los requisitos para acceder a estos fondos deben ser alcanzables y adaptados a las necesidades específicas de cada empresa, ya sea que necesiten S/ 5.000.00, S/ 30.000.00, o cualquier otro monto. Para optimizar la

eficacia de estos programas. se puede aprovechar la infraestructura y el conocimiento especializado de COFIDE.

4. Para incrementar el volumen de ventas de las MYPE's en las galerías Gamarrita. Mercaderes e Industriales Huanca. es esencial potenciar el uso de medios digitales. La Universidad Continental. a través de la proyección social de la Carrera de Sistemas e Informática. debería apoyar a estas MYPE's en la creación de páginas web y catálogos digitales. Además. se debe fomentar el uso del *E-commerce* para maximizar los ingresos de estas empresas.

## Referencias

- Aguilera. C. I. (2000). Estudios Gerenciales. Colombia: Universidad ICESI. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21207704.pdf>
- Bager. T. (2010). *Intrapreneurs, entrepreneur and spin-off entrepreneurs: Similarities and differences*. University of Southern Denmark. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/238341157\\_Intrapreneurs\\_entrepreneurs\\_and\\_spin-off\\_entrepreneurs\\_Similarities\\_and\\_differences](https://www.researchgate.net/publication/238341157_Intrapreneurs_entrepreneurs_and_spin-off_entrepreneurs_Similarities_and_differences). 21. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/238341157\\_Intrapreneurs\\_entrepreneurs\\_and\\_spin-off\\_entrepreneurs\\_Similarities\\_and\\_differences](https://www.researchgate.net/publication/238341157_Intrapreneurs_entrepreneurs_and_spin-off_entrepreneurs_Similarities_and_differences)
- Banco Mundial. (2022). Perú Panorama General. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- BCRP. (2021). Memoria 2021, Actividad Productiva y Empleo. Lima: Área de Edición e Imprenta. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020.pdf>
- Bernal. (2018). *Factores internos y externos de crecimiento empresarial en micro empresas Mexicanas*. Ciencias Administrativas Teoría y Praxis. 2(14). 27-39.
- Bernal. T. C. (2010). Metodología de la Investigación (tercera ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Blázquez Santana. F., Dorta Velázquez. J. A., & Verona Martel. M. C. (2006). Factores del crecimiento empresarial: Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-35922006000100007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922006000100007)
- Bravo Acosta. D. S., & Triful Carranza. D. J. (2018). Factores que limitan el crecimiento de la microempresa comercial exclusividades Jarumy situada en el distrito de Chiclayo. Tesis para Optar al Título de Licenciado en Administración con Mención en Administración

- de Empresas. Chiclayo. Perú. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1532/1/TL\\_BravoAcostaDany\\_TrifulCarranzaDanissa.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1532/1/TL_BravoAcostaDany_TrifulCarranzaDanissa.pdf)
- CAF. (2018). América Latina: en busca de pymes más competitivas. Obtenido de <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/06/america-latina-en-busca-de-pymes-mas-competitivas/>
- Carrasco. D. S. (2019). Metodología de la Investigación Científica. Editorial San Marcos.
- Carrera Sánchez. M. M. (2012). Repositorio académico digital. Obtenido de actores que intervienen en el desarrollo de las PyMes del sector manufacturero en cinco municipios del área metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA: <http://eprints.uanl.mx/2636/>
- Cervera. R. C. (2012). Métodos y Técnicas de investigación en Relaciones Internacionales. Universidad Complutense de Madrid.
- Chávez. N., García García. N., García Polo. M., & Ruiz Rivera. L. R. (2016). *Factores que desalientan la formalización*. Obtenido de: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621084/GARCIA\\_GN.pdf?sequence=6#:~:text=La%20hip%C3%B3tesis%20planteada%20es%20que.Gammarra%20no%20tienden%20a%20formalizarse.](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621084/GARCIA_GN.pdf?sequence=6#:~:text=La%20hip%C3%B3tesis%20planteada%20es%20que.Gammarra%20no%20tienden%20a%20formalizarse.)
- Chiatchoua. C. (2021). Construcción de un modelo de competencias gerenciales para la competitividad de las MYPES. *Paradigma Económico*. 13. 35-63.
- Coello. C. E. (Mayo de 2015). *Presupuestos un Enfoque Gerencial*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=N2eEDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Congreso. d. l. (2013). Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Obtenido de



<https://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm#:~:text=La%20presente%20Ley%20tiene%20por.y%20su%20contribuci%C3%B3n%20a%20la>

Cueva. F. D. (2007). *Emprendimiento. Empresa y crecimiento empresarial*. Redalyc. Recuperado el 17 de 05 de 2022. de <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281621764007.pdf>

D'Alessio. F. I. (2008). *El Proceso Estratégico: Un enfoque de gerencia*. México: Pearson Educación. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/El\\_proceso\\_Estrategico\\_Fernando\\_D\\_Alessi.pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/El_proceso_Estrategico_Fernando_D_Alessi.pdf)

Dini. M. & Stumpo. G. (diciembre de 2020). *MIPYMES*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44148>

Doicela. S. (2022). *Análisis de los créditos del sector cooperativo como influencia en el crecimiento económico de las PYMES textiles del cantón Rumiñahui*. Sangolqui. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/29072/1/T-ESPE-052175.pdf>

ECOMEXPERÚ. (2019). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú*. Obtenido de: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf>

ECOMEXPERU. (2020). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú.*: Obtenido de: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Economipedia. (14 de mayo de 2022).. *Diccionario*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/factores-internos-de-una-empresa.html>

Echenique Gallardo. E. E. (2017). *Metodología de la Investigación. Manual informativo Interactivo*: <https://hdl.handle.net/20.500.12394/4278>

El Peruano. (2019). *Cuatro características de las Mipymes peruanas*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/81246-cuatro-caracteristicas-de-las-mipymes-peruanas>

- Express. A. (18 de noviembre de 2020). 5 factores que impulsan el crecimiento de la pyme. Obtenido de <https://www.americanexpress.com/es-mx/negocios/trends-and-insights/articles/5-factores-impulsan-crecimiento-la-pyme/>
- Figuroa. C.. & Sánchez. P. (2020). Relación entre los factores de la competitividad empresarial y el potencial exportador de. doi:[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656531/Figuroa\\_RC.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656531/Figuroa_RC.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- FONCODES. (s.f.). Ministerio de la producción. Obtenido de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/473368/DOCUMENTO\\_QUE\\_ES\\_COMPRAS\\_MYPERU-3.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/473368/DOCUMENTO_QUE_ES_COMPRAS_MYPERU-3.pdf)
- Gabriel. F.. & Huamán. S. (2020). Factores que limitan el crecimiento de las MYPE's de Lima metropolitana en el 2019. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/items/734729d6-f23e-4aba-b6d8-8291626f2abb>.
- German. A.. César. C.. Marti. C.. Aloña. M.. & Iñaki. H. (2008). Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV. Obtenido de <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/orkestra/orkestra07.pdf>
- Honorio Mamani. E. J. (2006). Análisis económico de las Mypes y su impacto en la generación de empleo e ingreso en la economía boliviana (caso de estudio: Prendas de vestir. ciudades de La Paz y El Alto). Tesis. La Paz. Bolivia. Recuperado el 14 de abril de 2022. de <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/8698/T-939.pdf?sequence=1>
- Hernández Sampieri. R.. Fernández Collado. C.. & Baptista Lucio. P. (2017). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Interamericana. <https://doi.org/1234567890>

- Incyde. F. (2001). Factores para consolidar una empresa. Recuperado el 13 de mayo de 2022. de [camara.es: https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/consolidacion.pdf](https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/consolidacion.pdf)
- INEI. (2021). Demografía Empresarial en el Perú. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_demografia\\_empresarial\\_6.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_6.pdf)
- Koontz. H., Wehrich. H., & Cannice. M. (2012). Administración. México.
- Lingán. C. Y. (2018). <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1487>. Obtenido de <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1487>
- López. V. G. (2020). Emprendedores y Pymes en el Perú. Economía y Negocios. Obtenido de <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/eyn/article/view/903/1328#citations>
- López Roldan. P., & Fachelli. S. (Febrero de 2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsoccua\\_cap2-4a2017.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsoccua_cap2-4a2017.pdf)
- Lozada. L. (2018). El capital humano y el crecimiento económico – financiero de las PYMES del sector textil del cantón Pelileo. Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28933/1/T4384i.pdf>
- Martinez Hellbusch. M. D. (2016). Estrategias y determinantes en la internacionalización de PYMES en el contexto del Mercosur. Caso Uruguay. Tesis. Murcia. España. Recuperado el 18 de abril de 2022. de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1955/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Meza. M. Y., & Meza. S. K. (2014). Factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles - confecciones de la región Junín periodo 2014. Tesis. Huancayo. Perú. Recuperado el 14 de abril de 2022. de

- <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/1527/MEZA%20MEZA.pdf?sequence=1>
- Method. R. (Diciembre de 2014). El Método de la Investigación. Obtenido de <https://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9%283%29195-204.pdf>
- Moreno. G. E. (27 de Marzo de 2021). blogger.com. Obtenido de Metodología de la investigación. pautas para hacer una tesis. : <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/delimitacion-del-problema-de.html>
- Nieves. C. P. (2020). El análisis de los factores de producción de las. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/4247/CAROL%20PAOLA%20DIAZ%20NIEVES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ñaupas Paitán. H., Valdivia Dueñas. M. R., Palacios Vilela. J. J., & Romero Delgado. H. (2018). Metodología de la Investigación. Ediciones de la U. [https://doi.org/http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drugas\\_de\\_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf](https://doi.org/http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drugas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf)
- OIT. (Noviembre de 2021). Factores Internos y Externos para el éxito de las PYME. Oficina de Actividades para los Empleadores. doi: ISBN 978-92-2-035814-6..
- ONU. (2021). Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas. Naciones Unidas.
- Ovolio. B. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). Perú.
- Pantoja. C. O. (2018). Repositorio Institucional UNFV. Obtenido de <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2386?show=full>
- Rupasingha. A., & Wang. K. (s.f.). *Access to capital and small business growth: evidence from CRA loans data.*

- Sánchez. (2018). Análisis de los factores que influyen en la internacionalización de las pymes que utilizan la herramienta Exporta Fácil Caso: Yanapi S.A. Esmeraldas. Ecuador. Recuperado el 14 de abril de 2022. de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1680/1/S%C3%81NCHEZ%20VALENCIA%20%20SHUNY%20GYRON%20.pdf>
- Sánchez. B. B. (2006). *Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Quipukamayoc. 13(25). 127–131.
- Sandra. N. C. (17 de 03 de 2015). Repositorio académico UPC. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/346807>
- School. E. B. (2022). Crecimiento empresarial: definición y modalidades. Recuperado el 14 de 05 de 2022. de: <https://www.eaprogramas.es/blog/negocio/empresa/crecimiento-empresarial-definicion-y-modalidades>
- SNI. (18 de Noviembre de 2021). sni.gob.pe. Recuperado el 2022. de SNI: Informalidad en las MYPES llega a 84.2%. por encima de sus niveles prepandemia: <https://sni.org.pe/sni-informalidad-en-las-mypes-llega-a-842-por-encima-de-sus-niveles-prepandemia/>
- Staff. B. E. (s.f.). 15 buenas prácticas de la administración de empresas que puedes aplicar desde casa. Recuperado el 10 de 05 de 2022. de [blog.bind.com.mx: https://blog.bind.com.mx/administracion-de-empresas](https://blog.bind.com.mx/administracion-de-empresas)
- Stoner. J., Freeman. E., & Gilbert Jr., D. (1996). *Administración* (Vol. Sexta Edición). México: Pearson. Recuperado el 13 de 05 de 2022. de [https://alvarezrubenantonio.milaulas.com/pluginfile.php/76/mod\\_resource/content/1/LIBRO%20DE%20ADMINISTRACION.pdf](https://alvarezrubenantonio.milaulas.com/pluginfile.php/76/mod_resource/content/1/LIBRO%20DE%20ADMINISTRACION.pdf)
- Sue. B., & Paul. W. (1990). *Growth and Performance Contrasts between 'Types' of Small Firms*.

- Tamayo. M. T. (2004). El Proceso de la Investigación Científica. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&source=gbgbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&source=gbgbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Talavera. G. C. (2018). Factores determinantes que limitan a las micro pequeñas empresas en su desarrollo económico y social en el Perú. Estudio de casos micro empresas del sector manufactura en el Emporium Comercial de Gamarra distrito de La Victoria periodo 2015-2016. Tesis para Optar al Título de Licenciado en Administración con Mención en Administración de Empresas. Lima. Perú. Obtenido de <http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2386/TALAVERA%20GUERRERO%20CARLOS%20ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tassaroli. A. (2013). Internacionalización de una MYPE. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza. Argentina. Recuperado el 14 de abril de 2022. de [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/5621/tesis-cs-ec-tassaroli.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5621/tesis-cs-ec-tassaroli.pdf)
- Trujillo Dávila. M.. & Guzmán Vásquez. A. (2008). Intraemprendimiento: una revisión al constructo teórico. sus implicaciones y agenda de investigación. 28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20503503.pdf>
- Vara. H. A. (2010). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Villanueva. J. E. (2008). Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3970/jegv1de1.pdf?sequence=1>
- Zhou. H. (Febrero de 2009). *Determinants and dimensions of firm growth*. Obtenido de <https://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/h200903.pdf>

### Apéndice A: Matriz de Consistencia

Problemas General	Objetivos General	Hipótesis General	Variables	Categorías	Metodología
¿Cuál es la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022?	Identificar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	Los factores internos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	Variable I	Recursos Humanos	Diseño: Estudio de tipo transversal No Experimental
¿Cuál es la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022?	Identificar la relación entre los factores internos y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	Los factores internos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	Factores Internos	Planeación estratégica Recursos Humanos Innovación	Diseño: Estudio de tipo transversal No Experimental
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		Orientación al usuario final Recursos Humanos Planeación estratégica Recursos Humanos Innovación Orientación al usuario final Atributos de la empresa Planeación estratégica Recursos	Tipo Básica

				Humanos	Básica
				Innovación	Nivel
				Orientación al usuario final	Correlacional
				Atributos de la empresa	
				Atributos de la empresa	
				Estructura y recursos de la empresa	
¿Cuál es la relación entre la planeación estratégica y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022?	Analizar cómo la planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	La planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	Variable II	Atributos de la empresa	
¿Cuál es la relación entre la planeación estratégica y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022?	Analizar cómo la planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	La planeación estratégica se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.	Crecimiento Empresarial	Estructura y recursos de la empresa	
¿Cuál es la relación entre los recursos humanos y el crecimiento	Analizar cómo los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las	Los recursos humanos se relacionan con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.		Estructura y recursos de la empresa	Población y Muestra
					Microempresarios de las galerías Gamarrita.
					Mercaderes e Industriales
					Huanca



empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022?

¿Cuál es la relación entre la innovación y el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022?

MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.

Analizar cómo la innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.

La innovación se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPE's del sector textil. Huancayo. 2022.

Estructura y recursos de la empresa

Intraemprendimiento

Población y

Muestra

Microempresarios

de las galerías

Gamarrita.

Mercaderes e

Industriales

Huanca

Técnica:

Encuesta

Instrumento:

Cuestionario

---

### Apéndice B: Matriz de Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítem
Factores Internos	Aspectos que forman parte de la gestión de la empresa. que lógicamente es quien puede proporcionar la mejor interpretación sobre ellos.	Planeación estratégica	Misión. visión	Preguntas 1 y 2.
		Recursos Humanos	Debilidades y fortalezas	Pregunta 3.
			Reclutamiento	Preguntas 4 y 5.
			Capacitación	Preguntas 6. 7 y 8.
			Maquinaria	Preguntas 9. 10 y 11.
Innovación	Desarrollo de nuevas ideas	Preguntas 12 y 13.		
Competitividad	El crecimiento empresarial analiza la evolución. la persistencia y los diferentes determinantes que se asocian para medir el desempeño (OIT. 2021)	Atributos de la empresa	Tamaño	Preguntas 14.
		Estructura y recursos de la empresa	Edad y formalidad	Preguntas 15. 16 y 17.
			Recursos financieros	Preguntas 18. 19 y 20.
			Capital humano	Preguntas 21 y 22.
			Intraemprendimiento	Creación de nuevas unidades de negocio

## Apéndice C: Cuestionario

Anexo : Instrumento de Recolección de Datos

### CUESTIONARIO

El presente estudio tiene como objetivo recabar información relacionada con influencia de los factores internos en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector textil de las principales galerías comerciales de la ciudad de Huancayo. Es por eso que, la información que usted nos brinde será anónimo y de ninguna forma podrá ser divulgada, ahora bien, solo podrán mostrarse los resultados generales y que estas contribuirán a la investigación. Todas las respuestas son válidas, no hay respuestas correctas ni incorrectas solo deberá marcar con equis (x) la respuesta.

#### CUESTIONARIO SOBRE LOS FACTORES INTERNOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL

<b>ITEM</b>	¿Acepta colaborar con la aplicación de esta encuesta en su negocio?	Si	No
<b>I</b>		1	2

<b>ITEM</b>	Su negocio es considerado como:	Microempresa	Pequeña empresa
<b>II</b>		1	2

I. Variable Independiente: Factores Internos

<b>ITEM</b>	Su negocio cuenta	Visión	Misión	Valores
<b>01</b>		1	2	3

<b>ITEM</b>	¿El personal de su negocio se identifica con las metas y objetivos propuestos?	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<b>02</b>		1	2	3	4	5

<b>ITEM</b>	¿Su negocio ha identificado sus fortalezas y debilidades?	Si	No
<b>03</b>		1	2

<b>ITEM</b>	¿Su negocio tiene un proceso de reclutamiento para la contratación del personal?	Si	No
<b>04</b>		1	2

**Si la respuesta es afirmativa, sírvase contestar la pregunta 5**  
**Si la respuesta es negativa, sírvase contestar la pregunta 6**

ITEM	Identifique ¿Qué proceso utiliza en su negocio para el	Definición del perfil deseado	Revisión de candidaturas y preselección	Entrevista y evaluación	Contratación	Inducción
05	reclutamiento de personal?	1	2	3	4	5

**Respuesta de opción múltiple**

ITEM	¿Su negocio brinda algún tipo de capacitación a su personal?	Si	No
06		1	2

**Si la respuesta es positiva, sírvase contestar la pregunta 07**

**Si la respuesta es negativa, sírvase contestar la pregunta 08**

ITEM	¿En qué áreas específicas capacita a su personal?	Patronaje y corte	Producción	Seguridad laboral	Atención al cliente	Gestión de calidad	Otros
07		1	2	3	4	5	6

ITEM	¿Cuál fue la principal causa por la que no recibieron capacitación?	Interrumpe producción	Costo elevado	Temor a renuncia de personal	No hay capacitadores (especialista)	Se contrata personal con capacitación previa
08		1	2	3	4	5

**Respuesta de opción múltiple**

ITEM	Actualmente, en su negocio ¿con cuantas máquinas, realiza su proceso de producción?	Entre 1 y 3	Entre 4 y 7	Entre 8 y 11	Entre 12 y 20	Otros
09		1	2	3	4	5

**Respuesta de opción múltiple**

ITEM	¿Con qué tipo de maquinaria cuenta su negocio?	Manual	Mecánica	Electrónica
10		1	2	3

ITEM	Al comprar su maquinaria ¿Toma en cuenta el diseño y tecnología, que le ofrece mayores beneficios para su proceso productivo?	Si	No
11		1	2

ITEM	¿Desarrolla nuevas ideas en sus productos o en sus procesos productivos?	Si	No
12		1	2

ITEM	¿Cada cuánto tiempo renueva los equipos de su negocio?	1 a 3 años	4 a 6 años	7 a más
13		1	2	3

## II. Variable Dependiente: Crecimiento Empresarial

ITEM	¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio actualmente?	Entre 1 y 5	Entre 6 y 10	Entre 11 y 15	Entre 16 y 20
14		1	2	3	4

ITEM	¿Año de constitución de su negocio es?	Antes de 1980	Entre 1990 y 2000	Entre 2001 y 2010	Entre 2011 y 2022
15		1	2	3	4

ITEM	¿A qué régimen laboral pertenece su negocio?	Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen Mype tributario (RMT)	Régimen General (RG)	Ninguno
16		1	2	3	4	5

ITEM	¿Qué comprobantes de pago emite su negocio?	Factura	Boletas	Proforma	Nota de pedido	Recibo por honorarios
17		1	2	3	4	5

### Respuesta de opción múltiple

ITEM	¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de su negocio?	Recursos propios	Programas de Gobierno	Crédito banca privada	Proveedores	Prestamistas particulares	Familiares
18		1	2	3	4	5	6

ITEM	Monto de financiamiento del Capital de Trabajo	Menor de 5,000 Soles	Entre 5,001 y 15,000 Soles	Entre 15,001 y 20,000 Soles	Entre 20,001 y 25,000 Soles
19		1	2	3	4

ITEM	Indique ¿Qué medidas del gobierno ayudarían a su negocio a crecer?	Subvenciones públicas directas	Prestamos favorables	Aplazamiento en el pago de impuestos	Fondos de financiación colectiva	Otros
20		1	2	3	4	5

ITEM	En su negocio, ¿Supervisa que las funciones de sus trabajadores se cumplan adecuadamente?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
21		1	2	3	4	5

ITEM	¿Cuál es el nivel educativo del personal de su negocio?	Sin instrucción	Educación básica (primaria y secundaria)	Educación Técnica	Educación Universitaria	Post grado (maestría)
22		1	2	3	4	5

ITEM	¿Qué tipo de canal digital utiliza su negocio para las ventas?	Página Web	WhatsApp	Facebook	Tik Tok	Instagram
23		1	2	3	4	5

ITEM	¿Cuáles son los obstáculos que ha enfrentado su negocio para innovar?	Falta recursos financieros	Falta apoyo gubernamental	Falta de personal calificado	Tecnología (maquinarias y equipos)	Falta de infraestructura	Otros
24		1	2	3	4	5	6

ITEM	¿Toma en cuenta las opiniones del personal para el desarrollo de nuevas ideas?	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
25		1	2	3	4	5

¡¡¡Muchas Gracias!!!

## Apéndice D: Validación de Experto 1



### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Taller de Investigación II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto, se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

Relación entre los Factores Internos y el Crecimiento Empresarial de las MYPES del Sector Textil, Huancayo, 2022

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento						PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente						5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte									
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.				X						X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X						X			X		
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X						X				X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X				X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X						X			X		
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X						X				X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.				X						X				X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.				X						X			X		
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.				X						X					X
Sumatoria Parcial				32	70					50			9	20	5
Sumatoria Total				42						50				39	

Observaciones:

Para aplicación en campo

Nombres y Apellidos del Experto:

Baldón Palpa Marcelo J.

Especialidad:

Finanzas y Planificación

DNI: 71427513

Nro. Celular:

988277316

Firma:   
 CORLAD  
 L.C. Adm. Marcelo J. Baldón Palpa  
 DIRECTOR REGIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS  
 CIAD N° 11431

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario:

El Instrumento cuenta con condiciones propias para ser aplicado

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	Si	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	Si	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	Si	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	Si	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	Si	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	Si	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	Si	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	Si	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	Si	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	Si	

Nombres y Apellidos del Experto: Mayco L. BARRERA Palpa

Teléfono: 988277316

DNI: 71427513

Firma: 





## Apéndice E: Validación de Experto 2

### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

**Considerando** que el/la estudiante, en la asignatura Taller de Investigación II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

**Influencia de los factores internos en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector textil de las principales galerías comerciales de la ciudad de Huancayo**

**Instrucciones:** Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento					PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)										
5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente					5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte										
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad				Tendenciosidad					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X	X				
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X					X			X			
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X	X				
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.				X						X	X				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X	X				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X	X				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X	X				
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X	X				
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X	X				
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X	X				
Sumatoria Parcial				8	40				4	45	45	4			
Sumatoria Total	48					49				49					

Observaciones:

Nombres y Apellidos del Experto: Jeymi Arias Hanco Especialidad: Empresa

• DNI: 46107854

Nro. Celular: 981994448

Firma:  .....

---

**ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS**


---

**Apreciación del experto sobre el cuestionario:** Influencia de los factores internos en el crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector textil de las principales galerías comerciales de la ciudad de Huancayo

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

**Nombres y Apellidos del Experto:** Jeymi Arias Hancoco


**Teléfono:** 981994448

**DNI.:** 46107854

**Firma:**.....




### Apéndice F: Validación de Experto 3



Universidad Continental

Taller de Investigación 2



Universidad Continental

## FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Taller de Investigación II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto, se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

INCIDENCIA DE LOS FACTORES INTERNOS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL, HUANCAYO, PERIODO 2020-2022.

**Instrucciones:** Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem

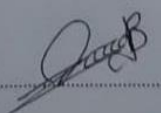
PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)														
5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte														
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.				X						X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X						X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X						X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.				X						X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X						X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X						X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.				X						X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.				X						X					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.				X						X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.				X						X					X
Sumatoria Parcial															
Sumatoria Total															

**Observaciones:**

---

**Nombres y Apellidos del Experto:** Eduardo Michael Parroga Baquero **Especialidad:** .....

• **DNI:** 42224886 **Nro. Celular:** 945990000

**Firma:** 

## ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

## Apreciación del experto sobre el cuestionario:

.....

.....

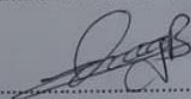
.....

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

 Nombres y Apellidos del Experto: Eduardo Michael Parraga Baquevizo

 Teléfono: 945990000

 DNI.: 42224886

 Firma: 

## Apéndice G: Validación de Moderador 1



### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que los estudiantes, en la asignatura Taller de Investigación II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual los estudiantes debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

Relación entre los Factores Internos y el Crecimiento Empresarial de las MYPES del Sector Textil, Huancayo, 2022

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento						PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente						5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte									
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X				X				X		
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X				X					X		
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.			X					X					X		
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X				X					X		
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X				X					X		X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.				X				X					X		
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.				X				X					X		
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X					X
Sumatoria Parcial			3	20	20				28	15			24	12	
Sumatoria Total				43				43					36		

Observaciones: Buen trabajo. Felicitaciones

Nombres y Apellidos del Experto: JULIO AGUSTIN LEON RUIZ

Especialidad: .

• DNI:29373415

Nro. Celular:987453116

JULIO AGUSTIN LEON RUIZ  
INGENIERO MECANICO  
ELECTRICISTA  
CIP: 60337

**ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS**

**Apreciación del experto sobre el cuestionario:**

- Los instrumentos que han utilizado son correctas para el desarrollo de la tesis
- Se debe llegar a la demostración de la hipótesis y lograr los objetivos planteados

<b>Criterios de Evaluación</b>	<b>Correcto</b>	<b>Incorrecto</b>
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

**Nombres y Apellidos del Experto: JULIO AGUSTIN LEON RUIZ**

**Teléfono: 987453116**

**DNI.: 29373415**



JULIO AGUSTIN LEON RUIZ  
 INGENIERO MECÁNICO  
 ELECTRICISTA  
 CIP. 60337



## Apéndice H: Validación de Moderador 2



### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

**Considerando** que el/la estudiante, en la asignatura Taller de Investigación II, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Taller de Investigación II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

(colocar tema)

**Instrucciones:** Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento					PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)										
5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente					5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte										
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X		X			
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X					X					X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X				X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X		X			
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X				X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X					X
Sumatoria Parcial				4	45				4	45		4	9	14	5
<b>Sumatoria Total</b>	49					49					32				

Observaciones:

.....

Nombres y Apellidos del Experto: Dr. Luis Armando Ordoñez Ramos Especialidad: Educación.

• DNI.:29633353

Nro. Celular: 357123726

Firma:.....



---

**ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS**


---

**Apreciación del experto sobre el cuestionario:** En términos generales esta uniformemente estructurado y entendible, legiblemente se llegará al propósito del análisis.

<b>Criterios de Evaluación</b>	<b>Correcto</b>	<b>Incorrecto</b>
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

**Nombres y Apellidos del Experto:** Dr. Luis Armando Ordoñez Ramos

**Teléfono:** 357123726

**DNI.:** 29633353

**Firma:**.....  
