

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

Factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de
Abancay

Presentada por:

Silvio Antenor Enríquez Ayma

Para optar el Título de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2022



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

“FACTORES DE CRECIMIENTO EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR
COMIDAS Y BEBIDAS DE LA CIUDAD DE ABANCAY”

Presentado por **Silvio Antenor Enríquez Ayma**, para optar el Título de Licenciado en
Administración

Sustentado y aprobado el 05 de agosto del 2022 ante el jurado evaluador:

Presidente:

Dr. Percy Fritz Puga Peña

Primer Miembro:

Mg. José Carlos Vilca Narváez

Segundo Miembro:

Mg. Elio Nolasco Carbajal

Asesor:

Dr. José Abdón Sotomayor Chahuaylla

Agradecimiento

A Dios padre todo poderoso por darme la vida y guiar mis pasos día a día.

A mis padres por haberme forjado como la persona q soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este.

A la universidad nacional Micaela bastidas de Apurímac por formarme un profesional apto para la sociedad

A mis maestros por sus enseñanzas para desarrollarme profesionalmente y compartir todos sus conocimientos, en especial al Dr. José Abdón Sotomayor Chahuaylla docente de la Facultad de Administración.



Dedicatoria

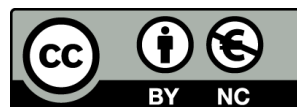
Primeramente, a Dios. Por darme vida, salud y sabiduría a lo largo de la etapa universitaria y a mí mismo por la perseverancia, sacrificio y dedicación; este peldaño más me ayuda a crecer personalmente.



“Factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay”

Línea de investigación: Gestión empresarial

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	3
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1 Descripción del problema	5
1.2 Enunciado del problema	7
1.2.1 Problema general	7
1.2.2 Problemas específicos.....	8
1.3 Justificación de la investigación	8
CAPÍTULO II	10
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	10
2.1 Objetivos.....	10
2.1.1 Objetivo general.....	10
2.1.2 Objetivos específicos	10
2.2 Operacionalización de variables	10
2.2.1 Definición de variables	10
2.2.1.1 Variables	10
2.2.1.2 Dimensiones e Indicadores	11
CAPÍTULO III	14
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	14
3.1 Antecedentes	14
3.1.1 Antecedentes internacionales.....	14



3.1.2	Antecedentes nacionales	15
3.1.3	Antecedentes locales	17
3.2	Marco teórico	18
3.2.1	Crecimiento empresarial	18
3.2.2	Objetivo del crecimiento empresarial	20
3.2.3	Principales perspectivas sobre el crecimiento empresarial	21
3.3	Marco conceptual.....	43
CAPÍTULO IV		45
METODOLOGÍA		45
4.1	Tipo y nivel de la investigación	45
4.1.1	Tipo de investigación.....	45
4.1.2	Nivel de investigación.....	45
4.1.3	Diseño de investigación	45
4.1.4	Método de investigación.....	46
4.2	Población y muestra.....	46
4.2.1	Unidad de análisis	46
4.2.2	Población.....	46
4.2.3	Muestra	47
4.3	Procedimiento	47
4.4	Técnicas e instrumentos.....	48
4.4.1	Técnicas	48
4.4.2	Instrumentos.....	48
4.4.3	Análisis de confiabilidad del instrumento.....	48
4.4.4	Validación del Instrumento.....	49
4.4.5	Análisis estadístico.....	49
4.4.6	Baremación	50
CAPÍTULO V.....		51



RESULTADOS Y DISCUSIONES	51
5.1 Descripción de resultados	51
5.2 Discusión.....	87
CAPÍTULO VI	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
6.1 Conclusiones	90
6.2 Recomendaciones	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97
ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición Conceptual y Operacional de la Variable Factores de Crecimiento.....	11
Tabla 2 Dimensiones e Indicadores de la Variable Factores de Crecimiento	11
Tabla 3 Valoración de la Fiabilidad.....	48
Tabla 4 Resumen del procesamiento de los casos.....	49
Tabla 5 Estadísticos de fiabilidad	49
Tabla 6 Baremación de Variable.....	50
Tabla 7 Baremación de Dimensiones.....	50
Tabla 8 Factores de Crecimiento.....	51
Tabla 9 Características Personales del Fundador.....	52
Tabla 10 Educación Superior	54
Tabla 11 Formación Especializada en Gestión de Negocios	55
Tabla 12 Experiencia en el Sector Económico de comida y bebidas.....	56
Tabla 13 Experiencia en Otro Sector	57
Tabla 14 Actitud Hacia el Riesgo	58
Tabla 15 Características Estratégicas.....	59
Tabla 16 Misión y Visión Orientada al Crecimiento	60
Tabla 17 Estrategia Competitiva.....	61
Tabla 18 Estrategia de Crecimiento	62
Tabla 19 Intención de Crecimiento	64
Tabla 20 Orientación Innovadora de la Estrategia.....	65
Tabla 21 Dotación Tecnológica	66
Tabla 22 Estrategias de Comercialización	67
Tabla 23 Orientación al Mercado.....	68
Tabla 24 Estructura Organizativa.....	69



Tabla 25 Características Financieras.....	70
Tabla 26 Disponibilidad de Recursos Financieros.....	72
Tabla 27 Acceso a Financiamiento Externo.....	73
Tabla 28 Acceso a Servicios Financieros.....	74
Tabla 29 Uso de Técnicas e Instrumentos para la Gestión Financiera.....	75
Tabla 30 Características del Capital Humano.....	76
Tabla 31 Formación y Habilidades Técnicas Específicas.....	77
Tabla 32 Criterios de Selección e Incentivos.....	78
Tabla 33 Prácticas de Comunicación y Socialización.....	79
Tabla 34 Formalización de las Prácticas de Recursos Humanos.....	80
Tabla 35 Capacidades Organizativas.....	81
Tabla 36 Capacidad de innovación tecnológica.....	83
Tabla 37 Capacidades Comerciales.....	84
Tabla 38 Capacidad Interna de Generación de Conocimiento.....	85
Tabla 39 Capacidad de Aprendizaje.....	86



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Factores de Crecimiento	51
Figura 2 Características Personales del Fundador	52
Figura 3 Educación Superior	54
Figura 4 Formación Especializada en Gestión.....	55
Figura 5 Experiencia en el Sector	56
Figura 6 Experiencia en Otro Sector.....	57
Figura 7 Actitud Hacia el Riesgo.....	58
Figura 8 Características Estratégicas	59
Figura 9 Misión y Visión Orientada al Crecimiento.....	61
Figura 10 Estrategia Competitiva	62
Figura 11 Estrategia de Crecimiento.....	63
Figura 12 Intención de Crecimiento	64
Figura 13 Orientación Innovadora de la Estrategia	65
Figura 14 Dotación Tecnológica.....	66
Figura 15 Estrategias de Comercialización.....	67
Figura 16 Orientación al Mercado	68
Figura 17 Estructura Organizativa	69
Figura 18 Características Financieras	71
Figura 19 Disponibilidad de Recursos Financieros	72
Figura 20 Acceso a Financiamiento Externo	73
Figura 21 Acceso a Servicios Financieros	74
Figura 22 Uso de Técnicas e Instrumentos para la Gestión Financiera	75
Figura 23 Características del Capital Humano	76
Figura 24 Formación y Habilidades Técnicas Específicas	78



Figura 25 Criterio de Selección e Incentivos	79
Figura 26 Prácticas de Comunicación y Socialización	80
Figura 27 Formalización de las Prácticas de Recursos Humanos	81
Figura 28 Capacidades Organizativas.....	82
Figura 29 Capacidad de Innovación Tecnológica.....	83
Figura 30 Capacidades Comerciales	84
Figura 31 Capacidad Interna de Generación de Conocimiento	85
Figura 32 Capacidad de Aprendizaje	86

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por título: “Factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay”, fue realizada con el afán de conocer que factores determinan el crecimiento en emprendimientos del rubro económico antes mencionada y, además, caracterizar cada uno de esos factores, dichos factores contribuirán a permitirá comprender ampliamente la organización y el dinamismo dentro de las unidades económicas estudiadas.

Asimismo, el crecimiento organizacional es un objetivo y una necesidad para todos los tipos de emprendimientos, sin importar el tamaño y/o actividad económica donde se desarrolle, puesto que el hecho de lograr crecer de manera sostenible no solo permitirá generar valor para sus propietarios sino también les posibilitará perdurar en el mercado. Por tanto, la presente investigación tuvo por objetivo describir los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Finalmente, con la presente investigación se proporcionó información y evidencias sobre la estructura de los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector alimentos y bebidas de la ciudad de Abancay. Mencionados hallazgos servirán de línea de base para futuras investigaciones que pretendan abordar la temática estudiada en esta investigación.

La presente investigación comprende lo siguiente:

Capítulo I: comprende la conceptualización del problema, el cual motivo la realización del estudio y se incluye la formalización del problema general, así como los problemas específicos, se incluye dentro de este capítulo la justificación.

Capítulo II: se desarrollaron los objetivos pertinentes, los cuales están de acorde al estudio.

Capítulo III: contiene los antecedentes necesarios para la realización del estudio, así mismo se incluye teoría sobre la cual se sustenta la investigación.

Capítulo IV: dentro del dicho capítulo se exponen los diversos aspectos metodológicos que comprenden la investigación, así mismo se desarrolló en instrumento con el cual se obtuvo los datos pertinentes a la investigación.

Capítulo IV: se desarrollan ampliamente los resultados que se obtuvieron a la aplicación del instrumento y se realiza las discusiones correspondientes.

Para finalizar se presentaron las conclusiones del estudio, así mismo se desarrollaron las recomendaciones para posteriormente mencionar los referentes bibliográficos utilizados, así como los anexos pertinentes dentro del estudio.



RESUMEN

El presente estudio tuvo por objetivo describir los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, para ello se desagregó en cinco dimensiones, las cuales se desarrollaron ampliamente dentro del estudio. Dicha investigación hizo uso del diseño no experimental, cuyo tipo es transeccional; así mismo tiene como alcance el ser descriptivo.

Se tomo como población los emprendimientos que se desarrollaron dentro del rubro comidas y bebidas, se identificó de esta forma 75 emprendimientos que conformaron la población. Para la recolección de datos se hizo uso de la encuesta, a través del cuestionario de preguntas que se aplicaron a los dueños de dichos emprendimientos.

A través del software estadístico SPSS y haciendo uso de las frecuencias absolutas y porcentajes para presentar los resultados, los cuales revelaron información determinante sobre los factores de crecimiento y en qué situación se encuentran estos emprendimientos actualmente, gracias a esta información se identifica las condiciones favorables para promover su crecimiento.

Palabras clave: *Factores de crecimiento, emprendimientos, características estratégicas.*

ABSTRACT

The objective of this study was to describe the growth factors in the enterprises of the food and beverage sector in the city of Abancay, for which it was disaggregated into five dimensions, which were widely developed within the study. Said investigation made use of the non-experimental design, whose type is transectional; Likewise, it has the scope of being descriptive.

The enterprises that were developed within the food and beverage category were taken as a population, in this way 75 enterprises that made up the population were identified. For data collection, the survey was used, through the questionnaire of questions that were applied to the owners of said enterprises.

Through the SPSS statistical software and using the absolute frequencies and percentages to present the results, which revealed decisive information about the growth factors and the current situation of these enterprises, thanks to this information the favorable conditions for promote its growth.

Keywords: *Growth factors, entrepreneurship, strategic features.*

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Los emprendimientos se desarrollan como respuesta de los sectores sociales con menos ingresos que cuentan con las suficientes capacidades e iniciativas para concebir e implementar emprendimientos que les permitan incrementar sus ingresos (Altagracia, 2016). Además, los emprendimientos son considerados ámbitos que permiten e integran la inserción laboral al contar con una organización flexible, permitiendo de esta forma que al responsabilidad familiar y laboral puedan integrarse sin descuidar a la familia o el trabajo. Las organizaciones que desarrollan actividades en torno a los emprendimientos vienen a ser las microempresas, las cuales están conformadas por personas con iniciativa de negocio e independencia.

Toda empresa o emprendimiento al ser creados tienen por finalidad el crecer y/o expandirse, es así que convertirse en una gran empresa es la visión que la mayoría de estos negocios busca alcanzar y materializar en un determinado período de tiempo (Díaz, 1998). El crecimiento de las empresas, sin importar el tamaño de las mismas se da siempre y cuando estas se adapten a los cambios a los cuales están sujetos, dependiendo del rubro en el cual se desarrolle, así mismo los emprendedores deben de correr riesgos a través de la toma de decisiones generando muchas veces cambios dentro de la organización, buscando el desarrollo empresarial (Blázquez, et al., 2006).

Así mismo, el desarrollo y/o crecimiento dentro de una empresa, se manifiesta por medio de la adaptación, el cual viene a ser un proceso ligado a los cambios y respaldado por la convicción emprendedora; la compra de recursos actualizados dependiendo del rubro donde se desarrolle el emprendimiento es necesario si se desea modificar la organización con el fin de una ampliación en la capacidad productiva que el emprendimiento posee, es así que los cambios son necesarios.

Lo mencionado con anterioridad, sin duda implica no solamente una mejora de la capacidad productiva, implica también modificaciones dentro de la estructura organizacional (Blázquez et al., 2006; Correa et al., 2001; Álamo, et al., 2002).

Respecto a la actividad emprendedora en el país, Global Entrepreneurship Monitor indica que nuestro país es uno de los países que cuenta con mayor número de emprendimientos, es así que se encuentra dentro de los cuatro primeros lugares, por lo cual la base de su economía viene a ser la eficiencia. Durante la etapa temprana, la tasa de emprendimiento dentro de nuestro país comparado con el mundo es del 25.1%, gracias a lo cual el Perú se encuentra en el sexto lugar, manteniéndose firme el dinamismo emprendedor y evidencia el desarrollo que emerge de una gran cantidad de iniciativas basadas en la innovación, las cuales reflejan una potencial que se traducirá en crecimiento. No obstante, la tasa de cierre sigue permaneciendo aun encima de la tasa de economías cuya base viene a ser la eficiencia; este porcentaje para el 2017 se incrementó a 6.1 % evidenciado de esta forma que la principal razón para explicar la situación viene a ser el poco compromiso, el conocimiento desactualizado y el no contar con las capacidades necesarias para impulsar los emprendimientos. El producto ofertado debe de ser novedoso e innovador, lo cual dentro de los emprendimientos solo se ve reflejado en un 15.9% dentro de la etapa temprana y en emprendimientos en pleno funcionamiento solo se ve reflejado en un 10%; una gran limitación presente en los emprendimientos viene a ser la capacidad tecnológica, la cual limita la innovación dentro del mercado. De la mayor parte de emprendimientos desarrollados en el país, hacen uso de tecnologías cuya antigüedad supera los 5 años, esta tecnología desfazada se ve reflejada en el 71.2% de emprendimientos que se encuentran dentro de la etapa de desarrollo, así mismo dentro del 88.3% de emprendimiento que ya funcionan y por ende están ya establecidos (Serida, et al., 2017).

Por otra parte, los datos señalan que la mortandad comparada entre emprendimientos y pequeños negocios que se desarrollan en economías subdesarrolladas y economías desarrolladas, evidencian que las posibilidades de fracaso durante los 5 años posteriores a su establecimiento dentro de las economías subdesarrolladas son mayores (Avolio, Mesones, & Roca, 2011).

Respecto a lo anterior, Alva (2017) señala que los factores que propician esta mortalidad de emprendimientos están relacionados a la publicidad, la competencia que se encuentra cerca del negocio que se emprendió, no contar con un plan de negocio por lo cual se improvisa y por último el no integrar mecanismos que permitan generar un control efectivo dentro el emprendimiento, por lo cual no se cuenta con trabajadores capacitados

Por otra parte, según Avolio, et al. (2011) los emprendimientos constantemente encuentran obstáculos que deben ser enfrentados y por lo cual la supervivencia se encuentra en riesgo, así como el desarrollo. Dentro del área administrativa se evidencian



factores ligados a los recursos humanos, contabilidad y el financiamiento que al no ser utilizados de forma eficiente no contribuyen a mejorar el emprendimiento e impulsar su crecimiento. Respecto al carácter operativo, se observa: limitación en cuanto a la logística y planeamiento evidenciando un deficiente control dentro de la producción, así como en los inventarios con los que cuenta el emprendimiento. Por otro lado, en lo que respecta a las estrategias, los dueños de los emprendimientos no cuentan con visiones a largo plazo, por lo cual no se cuenta con planes estratégicos para guiar el negocio. Asimismo, dentro de lo referido a los factores externos, el contar con un negocio o emprendimiento informal incrementa las barreras que impiden el crecimiento del negocio y su posterior formalización.

Es así que lo mencionado con anterioridad evidencia que los emprendimientos son indispensables para impulsar el desarrollo económicos dentro de las regiones en las cuales operan, así mismo ofertan puestos laborales para la población, contribuyendo al pleno empleo.

Además, los datos presentados muestran que si bien es cierto la tasa de creación de nuevos emprendimientos en el país es alta, también es alta la tasa de mortalidad de nuevos emprendimientos. Lo anterior muestra que muchos emprendimientos no llegan a la etapa madura, puesto que no logran desarrollarse ni mucho menos consolidarse en el mercado. Evidentemente, el hecho que un emprendimiento llegue o no a desarrollarse y consolidarse en el mercado, se encuentra condicionado por una serie de factores de crecimiento.

Por tanto, mientras se desconozcan cuáles son esos factores que determinan el crecimiento de los emprendimientos, no se podrá desplegar ningún tipo de estrategia o acción que contribuya al desarrollo y consolidación de estas unidades económicas en el mercado.

En resumen, la situación anterior configura un escenario en el cual se desconoce el estado de los factores de crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. De tal forma que conocer cuáles son los factores que inciden en el crecimiento de los emprendimientos del sector económico indicado y, además, caracterizar cada uno de esos factores de crecimiento, permitirá entender la estructura y la dinámica de las unidades económicas estudiadas.

En ese sentido en esta investigación se analizó los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

1.2 Enunciado del problema

1.2.1 Problema general



¿Cómo son los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo son las características personales del fundador en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?
- ¿Cómo son las características estratégicas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?
- ¿Cómo son las características financieras en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?
- ¿Cómo son las características del capital humanos en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?
- ¿Cómo son las capacidades organizativas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?

1.3 Justificación de la investigación

El emprendimiento es una actividad central en las economías modernas, dado que no solo generan puestos de empleo, sino que además generan riqueza, dinamizan la economía y promueven la innovación y competitividad de las regiones y los países.

Así, es importante entender cómo se estructuran los emprendimientos en la economía, además, es necesario caracterizarlas convenientemente y comprender la función que dichos factores cumplen dentro del crecimiento de los emprendimientos.

En ese contexto, se planteó la presente investigación cuya motivación viene a ser entender y comprender el proceso por el cual todo emprendimiento debe de crecer, dado que al no contar con teoría en las cuales se caracterice, analice e identifique los factores que determinan e impulsan el éxito o el fracaso los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Más aún no se cuenta con datos y estadística sobre dichos factores.

El estudio desarrollado contribuye a los emprendimientos de la ciudad de Abancay, gracias a la información disponible dentro del estudio, el sector más favorecido es el de comidas y bebidas; así mismo las instituciones ligadas a los emprendimientos contarán con bases teóricas en base a las cuales se desarrollará herramientas y se planificará las actividades a realizar, para promocionar los emprendimientos.

Por lo cual, se considera que el presente estudio contribuye potencialmente en lo que se detallará a continuación:

Teóricamente, la presente investigación constituye una base sólida que permitirá el conocimiento del estado en el que se encuentran los factores de crecimiento en los emprendimientos de la ciudad de Abancay. Las evidencias obtenidas servirán como base para posteriores estudios sobre la temática de crecimiento en los emprendimientos. Además, la presente investigación aporta una guía de análisis de dichos factores.

Metodológicamente, la presente investigación pone al servicio de los investigadores un instrumento validado para analizar los factores que determinan dicho crecimiento, el cual podría ser utilizada en investigaciones posteriores relacionadas con la temática abordada en la presente investigación.

En base al punto de vista social, las evidencias de la investigación contribuyen y se encuentran disponibles para diversas instituciones que conforman los sistemas de apoyo a los emprendimientos, en base a los resultados evidenciados podrán formular e implementar programas que contribuyan a fortalecer y promover los emprendimientos.

CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Describir como son los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

2.1.2 Objetivos específicos

- Conocer las características personales del fundador en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.
- Describir las características estratégicas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.
- Conocer las características financieras en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.
- Describir las características del capital humano en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.
- Conocer las capacidades organizativas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

2.2 Operacionalización de variables

2.2.1 Definición de variables

El estudio realizado tuvo por objetivo la descripción de los factores que contribuyen al crecimiento y fortalecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Por lo cual se identifica que la variable estudiada y desarrollada en la presente investigación viene a ser: factores de crecimiento.

2.2.1.1 Variables



El estudio fue motivado por la variable factores de crecimiento, por lo cual se define que el estudio es descriptivo, es así que dentro de la investigación se describió dicha variable.

Seguidamente la tabla 1 corresponde a la matriz de operacionalización, en dicha tabla se encuentra la conceptualización y operacionalización de la variable de estudio:

Tabla 1

Definición Conceptual y Operacional de la Variable Factores de Crecimiento

Variable	Factores de crecimiento
Definición conceptual	Son los elementos o causas que actúan junto con otros en el desarrollo de la empresa, manifestado tanto por el incremento de las magnitudes económicas que explican su actividad como por los cambios observados en su estructura económica y organizativa. (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014)
Definición operacional	<ul style="list-style-type: none"> - Características personales del fundador - Características estratégicas - Características financieras - Características del capital humano - Capacidades organizativas

Nota. Elaboración propia, en base a fundamento teórico (2014)

2.2.1.2 Dimensiones e Indicadores

Los indicadores de la variable factores de crecimiento de la presente investigación se presentan en la tabla 2.

Tabla 2

Dimensiones e Indicadores de la Variable Factores de Crecimiento

Variable	Dimensiones	Definición conceptual	Definición Operacional (Indicadores)
Factores de crecimiento	Características personales del fundador	Se trata del conjunto de elementos críticos que pudieran determinar parte contrastante entre el éxito o el fracaso durante las primeras etapas de un emprendimiento, se trata de la acumulación previa en experiencias y conocimientos en el sector a emprender por parte del emprendedor, así como también de aquella experiencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Educación superior 2. Formación especializada en gestión 3. Experiencia en el sector 4. Experiencia en otro sector 5. Actitud hacia el riesgo



	de haber participado en la creación o desarrollo de un emprendimiento previo. (Del Solar, 2010; Amorós, Gutiérrez y Varela, 2011)	
Características estratégicas	Se trata de las cualidades que otorgan carácter o sirven para distinguir el patrón de actos destinados a alcanzar metas fijadas mediante la coordinación y encausamiento de los recursos con el propósito de alcanzar una ventaja competitiva duradera que genere buena rentabilidad para la empresa respecto a la competencia. (Real Academia Española, 2014; Karflöf citado en Soriano, 1998)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Misión y visión orientada al crecimiento 2. Estrategia competitiva 3. Estrategia de crecimiento 4. Intensión de crecimiento 5. Orientación innovadora de la estrategia 6. Dotación tecnológica 7. Estrategias de comercialización 8. Orientación al mercado 9. Estructura organizativa
Características financieras	Hace referencia a las cualidades que otorgan carácter o sirven para distinguir la aportación de fondos propios y ajenos a una empresa con el fin de iniciar, desarrollar o continuar su proyecto. (Real Academia Española, 2014; Pérez, 2003)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad de recursos financieros 2. Facilidad de acceso a financiamiento externo 3. Acceso a servicios financieros 4. Uso de técnicas e instrumentos para la gestión financiera
Características del capital humano	Hace referencia a las cualidades que otorgan carácter o sirven para distinguir al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes de las personas con que cuenta una organización para desarrollar el proyecto de empresa y alcanzar las metas y objetivos propuestos. Así, el conjunto de los recursos humanos reales y potenciales de que dispone una organización en un tiempo dado constituye su capital humano. (Real Academia Española, 2014; Ríos, 1999)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formación y habilidades técnicas específicas 2. Criterios de selección e incentivos 3. Prácticas de comunicación y socialización 4. Formalización de las prácticas de recursos humanos
Capacidades organizativas	Son las competencias y habilidades que una empresa utiliza para transformar materia prima en producto final. Éstas dependen de la formación y del talento de los empleados de la	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de innovación tecnológica 2. Capacidades comerciales o en marketing



organización. (Bennis, Spreitzer y Cummings, 2002; Martínez y Milla, 2005)	3. Capacidad interna de generación de conocimiento
	4. Capacidad de aprendizaje

Nota. Elaboración propia, en base a fundamento teórico.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

El estudio realizado, se basó en los diversos antecedentes que se detallaran a continuación:

3.1.1 Antecedentes internacionales

Carrera (2012) desarrolló la investigación titulada: “Factores que intervienen en el desarrollo de las PyMES del sector manufacturero en cinco municipios del área metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA” UANL - Mexico.

El objetivo de dicha investigación radica en la determinación de factores de índole gubernamental de fomento (apoyos y servicios), los factores personales del empresario, así como los factores del negocio internos y externos, que inciden en un mayor desarrollo de las PyMES, afiliadas a la CAINTRA, para que logran que permanezcan y de esta forma impulsar el sector de manufactura. El estudio que se realizó tuvo una investigación a nivel explicativo cuyo diseño fue no experimental – transversal, así mismo hizo uso de la revisión documental y la encuesta como técnica para la recolección de datos; la muestra del estudio lo conformaron 86 PyMES del rubro manufacturero afiliadas a la CAINTRA (Carrera, 2012).

Finalmente, Carrera (2012) llegó a las siguientes conclusiones: (a) Los factores de índole personal contribuyen a incrementar el desarrollo de Pymes en dicho rubro; (b) los factores relacionados al gobierno no tienen relación significativa dentro del desarrollo de dicho sector y (c) los factores internos de la PyMES así como los externos tampoco intervienen de forma significativa con el desarrollo de dicho sector.

Rocca (2017) desarrolló la investigación titulada: “Los factores de éxito competitivo y la problemática del acceso a la financiación: un estudio empírico de las Mipymes en el Perú” UPCT - España.

El objetivo planteado fue recolección de evidencia empírica ligado a los factores de gestión que tienen relación significativa con el éxito y del mismo modo se relacionan con la accesibilidad al financiamiento. Respecto a la metodología, se

trata de una investigación empírica cuya muestra fue conformada por 94 Mipymes. Para el análisis estadístico univariante se emplearon las pruebas de ANOVA, Kruskal-Wallis y análisis de contingencia; Mientras que para el análisis multivariante se empleó la regresión logística por el método de Wald. se hizo uso de data secundaria que se obtuvo de la SUNAT. El estudio concluye que (a) la implementación de sistemas de control incrementa la probabilidad de éxito; (b) poseer certificados de calidad incrementa las posibilidades de éxito; (c) contar con innovación tecnológica influye en el éxito de la actividad productiva; (d) que el gerente tenga estudios superiores, así como una amplia experiencia tiene relación directa con un buen desempeño empresarial.

Franco (2012) desarrolló la investigación titulada: “Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia” UAB - España.

Dentro del estudio se buscó la determinación de factores relevantes cuya influencia es significativa en el dinamismo de las PYMES colombianas; la primera fase se realizó la investigación cuya técnica fue la elaboración de regresiones logísticas y en la segunda fase se realizó el estudio exploratorio con una muestra formada por 8 Pymes de Colombia.

Se llegó a las siguientes conclusiones: (a) Más de la mitad de empresarios recibieron o cuentan con estudios referidos al manejo; (b) Los empresarios que crean otras empresas inicialmente contaban con experiencia insignificante dentro de rubro; (c) Más de una tercera parte de empresas o empresarios forma parte de alguna red; (d) Los empresarios consideran que la aceptación del bien o servicio ofertado en la comunidad, representa el factor determinante del dinamismo empresarial; (e) no contar con suficiente capital al inicio de la realización de actividades empresariales limita el dinamismo de la empresa, así como las cargas fiscales; (f) contar con una buena reputación incrementa el prestigio empresarial, estos factores tienen relación directa con el dinamismo; (g) Las capacidades valoradas por los empresarios de la organizaciones dinámicas se encuentran en las áreas administrativas y marketing, las cuales tienen un mayor (Franco, 2012).

3.1.2 Antecedentes nacionales

Condorchoa y Gonzales (2017) desarrollaron la investigación titulada: “Análisis de los factores que limitan el desarrollo y crecimiento de la pequeña empresa en Lima, Perú” UPEC - Lima.

El objetivo dentro del estudio fue analizar la relación de los puestos gerenciales ocupados por familiares directos con la inadecuada estructura dentro de la organización, así como determinar si la deficiente especialización existente limita el crecimiento empresarial, el enfoque del estudio fue de carácter cualitativo y descriptivo. La técnica de investigación empleada fue la entrevista a profundidad. Asimismo, el método de muestreo empleado fue el no probabilístico, y la muestra de estuvo conformada por 19 empresarios, organizados en cinco segmentos (Condorchoa y Gonzales, 2017).

Finalmente, Condorchoa y Gonzales (2017) llegaron a las siguientes conclusiones: (a) que la gerencia este ocupada por familiares directos incide en inadecuada estructura dentro de la organización, lo cual contribuye a limitar el desarrollo y crecimiento dentro de la empresa; (b) se evidenciaron factores adicionales que limitan el desarrollo empresarial, tales como el conocimiento deficiente, capacitación insuficiente en las áreas administrativas y gerenciales; (c) el 50% de dueños de pequeñas empresas reinvierte sus utilidades y a su vez no hacen uso de productos bancarios por las altas tasas de interés; (d) la edad en la que oscilan los empresarios corresponde a 35 – 55 años, por lo cual cuentan con experiencia antes de la creación de su empresa por lo cual la experiencia y los contactos son factores que contribuyen al desarrollo de la empresa.

Nieto (2017) desarrolló la investigación titulada “Factores de crecimiento y rentabilidad de las mypes del sector comercial del parque industrial de Villa El Salvador – Lima, 2016” UIGV - Lima

La investigación tuvo por objetivo la determinación de la influencia de los factores ligados al crecimiento dentro de la rentabilidad de las Mypes del Sector Comercial en el Parque Industrial de Villa El Salvador. El estudio tiene por diseño la investigación no experimental cuyo nivel es el descriptivo, así mismo se hizo uso de la encuesta como técnica, la cual fue aplicada a la muestra; la investigación llegó a las siguientes conclusiones: (a) contar con un acceso crediticio limitado influye en el crecimiento de la empresa; (b) Un porcentaje mayoritario de MYPES cuenta con poca o nula diversificación de la oferta de sus productos en el mercado, además, no consideran la importancia que tienen las satisfacción de los clientes respecto a sus productos para mejorar sus niveles de rentabilidad y garantizar un crecimiento sostenido en el tiempo; (c) Un grupo importante de empresarios presenta niveles bajos de información referente al funcionamiento de los mercados,

por lo cual tienen poco o nula capacitación, esta situación evidentemente tiene un efecto considerable en la rentabilidad de estas empresas; y (d) El uso de herramientas tecnológicas continua siendo un tema reacio en algunos empresarios dentro de las MYPES, por lo cual no le prestan mucha atención e importancia, dado que no invierten en tecnología, pasando por alto los beneficios que podrán aportar en la gestión de las mismas y que en los tiempos actuales es un factor determinante que tiene relación directa con la rentabilidad (Nieto, 2017).

Reyes y Ugaz (2018) desarrollaron la investigación titulada “Evaluación de los factores endógenos competitivos de las microempresas de la urbanización Villa Sol, los Olivos, 2018” UPN - Lima.

El objetivo del estudio radica en conocer el nivel de los factores endógenos competitivos de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018, el estudio es de tipo básico y no experimental contando con un nivel descriptivo, así mismo se hizo uso de la encuesta como técnica dentro de la investigación, la cual se aplicó a la muestra que fue calculada utilizando el muestreo probabilístico, y corresponde a 86 microempresas. Finalmente, Reyes y Ugaz (2018) llegaron a las siguientes conclusiones: (a) los microempresarios no logran distinguir con claridad los factores que inciden en la toma de decisiones dentro de la empresa; (b) Una proporción mayoritaria de microempresarios señalan que tienen desventajas administrativas al no contar con la capacitación necesaria dentro de la gestión de empresas; (c) la proporción mayoritaria considera que capacitar a sus trabajadores no incide en la rentabilidad.

3.1.3 Antecedentes locales

Huanca y Loayza (2018) desarrollaron la investigación titulada: “La capacitación empresarial y el crecimiento interno de los emprendimientos del proyecto vínculos empresariales en el distrito de Challhuahuacho – Apurímac” UNAMBA - Apurímac.

El estudio planteo el siguiente objetivo: la determinación del nivel en que la capacitación empresarial influye en el crecimiento interno dentro de los emprendimientos; así mismo el estudio tiene como tipo la investigación aplicada con un nivel explicativo, la investigación fue de tipo aplicada y cuenta con un diseño no experimental de tipo transeccional, dentro de la cual se utilizó la observación directa y la encuesta como técnicas de estudio.

El estudio obtuvo como resultados que contar con capacitaciones ligadas a la gestión de la empresa influye moderadamente dentro del crecimiento a nivel interno de los emprendimientos, así mismo el estudio sustenta que el 45% de encuestados consideran que la capacitación que reciben en materia de gestión empresarial fue regular, por lo cual considera que el crecimiento interno también es regular. La conclusión a la que llegó el estudio viene a ser que la gestión empresarial dentro de una empresa juega un papel determinante al contribuir directamente dentro de los recursos humano y en la elaboración de estrategias (Huanca & Loayza, 2018).

Quispe (2017) desarrolló la investigación titulada: “Factores de éxito para la creación de mypes: caso colectivo integral de desarrollo en la región Apurímac, 2014 – 2016” UNAJMA – Andahuaylas.

El estudio tuvo por objetivo la describir los factores de éxito ligados a la creación de MYPES, la metodología utilizada tiene por enfoque el tipo cualitativo que se realizó a nivel descriptivo; el diseño corresponde a un diseño no experimental de corte transversal y se hizo uso de la encuesta como técnica.

El estudio arrojó los siguientes resultados: (a) de los beneficiarios el 67.6% se ubica entre bajo y muy bajo al ser analizado el nivel de desarrollo en el que se encuentran los factores de éxito; así mismo el 26.6% de encuestado ha desarrollado regularmente los factores de éxito y el 5.8% se ubica entre bueno y muy bueno al referirse al desarrollo de dichos factores; (b) al enfocarse en la capacidad emprendedora el 51.2% de encuestados se ubica entre bajo y muy bajo, el 28.8% se encuentra desarrollando dicha capacidad y el 19.9% tiene un buen desarrollo de esta capacidad, (c) dentro de la actitud emprendedora el 43.2% se ubica por debajo al referirse a su desarrollo, el 33.2% indica que se encuentra en desarrollo de dicha actitud emprendedora y el 23.3% tiene buena y muy buena actitud, por lo cual asumen iniciativa y toman riesgos dentro del negocio (Quispe, 2017).

3.2 Marco teórico

3.2.1 Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial, es y será el objetivo perseguido por toda empresa, así mismo está ligado a las estrategias utilizadas por la misma dentro del proceso de crecimiento de la empresa, es así que al hablar de crecimiento se hace referencia a diversos parámetros como el valor para el accionista, beneficios y ventas que la

empresa genera. El termino crecimiento hace referencia a la expansión que se da dentro de una organización, la cual busca conquistar nuevos mercados (Hernández, 2013).

Blázquez, Dorta y Verona (2006) refieren que contra un nivel educativo, contribuye a realizar un buena planificación de los recursos disponibles dentro de una organización, optimizando así los ingresos y la cuota de mercado que permiten el crecimiento, generando ventaja en comparación con organizaciones que no hacen uso de dichas herramientas.

Por su parte, (Boronat, et al., 2017) indica que, al mencionar el crecimiento dentro de una empresa u organización, es porque se busca que dicha empresa tenga continuidad dentro del mercado en el que se desarrolla, por lo cual se refiere lo siguiente:

La función directa de una organización es la generación de valor añadido, gracias a lo cual se genera nuevos proyectos, teniendo en cuenta que es necesario contar con un modelo de continuidad cuyo financiamiento e inversión estratégicas contribuya a generar equilibrio financiero, cuya clave de desarrollo es el índice de crecimiento, el cual debe de ser presupuestado a mediano y largo plazo (Boronat, et al., 2017).

Hax y Majluf refieren que el crecimiento funciona como mecanismo que permite satisfacer a nuestros trabajadores, al accionariado y por último a la clientela, a través de la satisfacción de sus intereses. Las personas con alto potencial y capacidades buscan la oportunidad que les permita desarrollare profesionalmente, generando progreso que es propiciado a través de un adecuado clima de crecimiento; asimismo, el accionariado procura que la rentabilidad sea superior al promedio, teniendo en cuenta que el crecimiento propiciará dicha rentabilidad (Blázquez, et al., 2006).

Canals Margalef indica que el crecimiento es el medio por el cual la empresa alcanzará las metas, a través de un pleno rendimiento y uso de los factores productivos, el uso debe de realizarse eficientemente respondiendo al mercado competitivo en el que se desarrolla, por lo cual la expansión asegura que la empresa sea competitiva a largo plazo. Las empresas que no se expanden sobreviven a través de la reducción en la estructura de gastos, es así que es necesario que las empresas busquen oportunidades de negocio para invertir, impidiendo la reducción de la



rentabilidad, generando expectativas a futuros inversionistas (Blázquez et al., 2006).

Correa (2007) indica que, junto al crecimiento empresarial, se encuentran ligados el mejoramiento continuo de las magnitudes económicas, así como contar con una compleja organización, por lo cual nace la disyuntiva de que el crecimiento condicione el tamaño de la organización, o que el tamaño es condicionante del crecimiento.

Para finalizar adoptaremos la definición de Blázquez (2006), entendiendo que el crecimiento empresarial viene a ser una adaptación constante que se encuentra ligada a los cambios continuos, cuyo impulso es el espíritu emprendedor de la cabeza que la organización, el cual debe de buscar la ampliación de la capacidad productiva de la organización para generar el desarrollo, es así que necesariamente se debe de ajustar o adquirir recursos que estén de acorde a la finalidad de la empresa, es así que los arreglos dentro de la organización brindan soporte ante cualquier modificación, se debe de tener en cuenta la capacidad de financiamiento antes de realizar dicho proceso y al ser realizado se debe de obtener un incremento en la productividad, el cual debe de perdurar con el paso del tiempo.

3.2.2 Objetivo del crecimiento empresarial

Penrose se refiere al crecimiento empresarial como aquel cuyo impulso es la necesidad de la obtención de mejores beneficios, esta idea es abordar a través de dos vertientes; la primera vertiente se aplica al ámbito personal dentro del cual un incremento en la rentabilidad se traduce como ventaja y la segunda vertiente viene a ser el ámbito empresarial (Blázquez, et al., 2006).

Desde el ámbito personal se evidencian comportamiento de índole social, los cuales incitan al emprendedor a aprovechar y generar nuevas oportunidades en beneficios a la empresa; Marris indica que existe una relación inherente entre el beneficio y la empresa que se resume en el rendimiento que la misma obtiene, es así que dicho rendimiento comprende el objetivo fundamental de dicho crecimiento (Blázquez, et al., 2006).

Blázquez (2006) continúa señalando que, dentro del ámbito empresarial, los beneficios son conceptos económicos concebidos dentro de las economías de escala, cuya proyección busca que el potencial empresarial se mantenga para sí buscar mercados en los cuales la empresa se desarrolle innovando en su negocio



para que la continuidad y rentabilidad se vean aseguradas. La política de inversiones debe de ser acertada si se desea incrementar la rentabilidad que contribuya al crecimiento sostenido de la organización.

A través del crecimiento empresarial se intimida a los posibles y futuros competidores, es así que el posicionamiento de la marca contribuye a la fidelización del cliente (Blázquez, et al., 2006).

3.2.3 Principales perspectivas sobre el crecimiento empresarial

Las principales perspectivas, desde los diferentes enfoques, que explican el crecimiento como estrategia que permite a la empresa obtener mayores ventajas en su entorno (Blázquez et al., 2006). Tales perspectivas son las siguientes: “(1) perspectiva de configuración del crecimiento o perspectiva del ciclo de vida, (2) perspectiva basada en los recursos y (3) perspectiva basada en la motivación” (Blázquez et al., 2006, p. 176).

3.2.3.1 Perspectivas de configuración del crecimiento o perspectiva del ciclo de vida

Blázquez et al. (2006), refiere a que la empresa evoluciona por fases, dentro de cada fase que compone esta evolución se adoptan modelos de crecimiento que se ajustan a las mismas, es así que existe una interrelación entre las estrategias a utilizar y las características del entorno, el surgimiento del desarrollo es parte imprescindible del crecimiento, y puede concebirse como un proceso que es forzado por componentes externos a la organización, por lo cual es inevitable que se lleve a cabo a través de la toma de decisiones que debe de realizarse conscientemente con el objetivo de satisfacer a los componentes implicados en el desarrollo.

Se toma en cuenta la teoría del ciclo de vida, dentro de la cual el entorno competitivo presiona a las organizaciones y empresas a mejoras continuas que permitan su crecimiento, es así que importar recursos disminuye los costos de producción, reflejándose en el incremento de la rentabilidad evitando que la organización decaiga y por ende tenga una muerte prematura. Elston pone en evidencia que el crecimiento en las pequeñas empresas crece más rápido, ya que al contar con dimensiones pequeñas se

facilita que estas se expandan e incrementen su tamaño paulatinamente (Blázquez, et al., 2006).

3.2.3.2 Perspectiva basada en los recursos

Para Blázquez et al. (2006) Penrose es considerada como la precursora dentro de la teoría de la empresa, cuya base se encuentra dentro de los recursos que posee, así mismo pone énfasis en la toma de decisiones dentro de la administración al considerar que la empresa es el fruto de las diversas combinaciones de los recursos que se poseen para producir y que a su vez sean heterogéneos, el tiempo determina la productividad de estas combinaciones, así como el uso y la aplicación que deriven de estas.

El modelo de crecimiento, tiene como base la teoría de recursos la misma que se centraliza en recursos sujetos a la capacidad sobrante y cuya transferencia del capital humano es necesario hacia áreas en donde sean proactivos, para de esta forma inducir el crecimiento empresarial en base a decisiones primando así la actitud frente al emprendimiento como impulsador del crecimiento (Blázquez et al., 2006).

3.2.3.3 Perspectiva basada en la motivación

La motivación, según Blázquez et al. (2006) dentro del estudio cuenta con dos tendencias, la primera tendencia se encuentra ligada a la eficacia dentro de la dirección de una empresa altamente jerarquizada y la segunda tendencia está ligada al análisis que debe de efectuarse a la motivación dentro del personal que forma parte de la empresa.

Se concluye que la motivación sirve de base para comprender con mayor precisión el porqué del actuar de los directivos frente a diversas situaciones, así como la toma de decisiones y la gestión de riesgos. Dentro de la motivación priman las actitudes individuales que contribuyan al crecimiento empresarial (Blázquez et al., 2006).

3.2.4 Modelos de crecimiento empresarial

Boronat (2017) hace referencia que el crecimiento en el ámbito empresarial suele llevarse a cabo de dos formas, la primera se refiere al crecimiento interno de la empresa cuyo objetivo es la maximización del nivel de ventas que permitan que la organización se expanda para contribuir a que el nivel de producción,

permitiendo a la empresa incursionar en diversos mercados, este crecimiento tiene por finalidad llevarse a cabo en mediano plazo. La segunda forma de crecimiento según Boronat, es llamado estratégico y se da por agentes externos a la empresa y suele considerarse como artificial, su fundamento vienen a ser los procesos de fusion y adquisiciones entre empresas, esta forma de crecimiento es propia de empresas maduras.

3.2.5 Factores internos y externos que potencian el crecimiento empresarial

El modelo de crecimiento es propio de cada empresa, por lo cual adoptar un modelo ya existente representa una desventaja ya que cada modelo se ajusta a las características de la empresa, las cuales fijan objetivos y metas diferentes e independientes. Es necesario que se analice los factores de índole interno y externo cuya función dentro del crecimiento es potenciarlos y que este perdure a lo largo del tiempo (Boronat et al., 2017).

3.2.6 Factores internos que pueden maximizar el crecimiento

Para Boronat et al. (2017) los factores internos relacionados a la maximización del crecimiento son las siguientes:

- Tiempo de vida de la organización.
- Total, de activos que componen la empresa (inversión), es decir el tamaño de la misma.
- Equipo humano que garantice los objetivos plasmados, a través de la consolidación de la gestión operativa.
- La propiedad, a través de la cual se debe de controlar internamente.
- Gestión del conocimiento

3.2.7 Factores externos que pueden maximizar el crecimiento

- El sector dentro del cual la empresa opera.
- Factores de índole macroeconómico que ejercen coacción dentro de la empresa, sin que está pueda interferir o controlar.
- Política, a través de la cual las empresas se reorganizan y modifican su estructura referida a la inversión, lo cual no contribuye a un crecimiento óptimo (Boronat et al., 2017).



3.2.8 Factores de entorno que determinan el emprendimiento

La OCDE (2011) indica que el emprender es considerado un procedimiento de índole económico, es así que el contar con un proyecto emprendedor elaborado dentro del marco regulatorio, así como contar con el financiamiento que requiere representan los factores imprescindibles que impulsan el crecimiento de dicho emprendimiento.

3.2.9 Financiamiento

El financiamiento al ser un factor relevante determina el éxito del emprendimiento su fracaso, es así que la mayoría de emprendedores recurren a apoyos financieros, es por ello que el estado implemento el programas y políticas que fomente estas iniciativas referidas al emprendimiento, ya que los mismos generan desarrollo dentro del país (García et al., 2018).

3.2.10 Servicio de apoyo y capacitación empresarial

Los programas implementados por el estado permiten que los emprendedores tengan mayor acceso a la capacitación empresarial, así como al apoyo de consultoría, el objetivo de dichos programas es que la infraestructura tecnológica se incremente y los productos ofertados lleguen a internacionalizarse. El desarrollar habilidades gerenciales permite que los emprendedores gestionen los créditos de los cuales disponen para invertir en el crecimiento del emprendimiento que lideran (García et al., 2016).

3.2.11 Marco regulatorio

El estado debe de brindar las condiciones óptimas dentro del ámbito nacional a través de marcos institucionales dentro del cual las organizaciones individuales o colectivas formadas en base a emprendimientos se inserten dentro del país a nivel económico, sociocultural y no encuentre formalizadas a nivel nacional (García et al., 2016).

3.2.12 Determinantes del crecimiento empresarial

Según La Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2011) la creación de toda organización y empresa busca como objetivo primordial el éxito, el cual se contempla a través de factores determinantes que incitan el desarrollo empresarial, por lo cual se desarrollan y fomentan políticas y reformas

que permiten que la empresa forme parte del crecimiento económico inherente a la nación, así como ser partícipe del cambio a nivel socioeconómico que se forja con el paso del tiempo.

El marco neo-shumpeteriano aborda con gran amplitud la teoría de la evolución del desarrollo económico, y a través de la misma surge la explicación de que el crecimiento tiene por estímulo la iniciativa empresarial, al cual también explica el crecimiento que se genera dentro de la empresa; esta iniciativa trae consigo la innovación y el conocimiento. Por otro lado, las teorías tradicionales conciben que la innovación, el conocimiento y el intercambio de ideas no son indispensables dentro de la dinámica del crecimiento (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2011).

Las teorías evolucionistas enfatizan el conocimiento cuya función radica en impulsar el proceso de desarrollo que contribuye a que las economías crezcan, así mismo implementar mejoras continuas en base al cambio dentro de procesos ligados a la organización y producción trae consigo altos niveles de eficiencia determinantes dentro del crecimiento de las economías. Los incentivos son la base de los cambios y de la actualización del conocimiento que permiten establecer e innovar en nuevas industrias (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2011).

La Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2011) concluye considerando a seis factores que determinan el crecimiento dentro de una empresa, (a) contar con un entorno regulado. (b) las condiciones presentes en el mercado. (c) nivel de acceso al financiamiento. (d) I+D. (e) Capacidad de gestionar y organizar una empresa. (f) Cultura.

3.2.12.1 Entorno regulatorio

Audretsch, et al. (citado en Álvarez, 2011) define el entorno regulatorio como aquel entorno en el cual la burocracia, la administración y fiscalización son determinantes para desarrollar y fomentar el espíritu de emprendimiento, relacionándose directamente con los costes de transacciones.

3.2.12.2 Condiciones de mercado



Para La Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2011) dichas condiciones pueden llevarse a cabo dentro del ámbito nacional e internacional, y tiene estrecha relación con las actividades desarrolladas por las Pymes, cuyo crecimiento se basa al nivel de acceso que se tenga a los mercados, así como al apoyo por parte del estado, para que la comercialización de productos permita que la capacidad productiva de la empresa se incremente y genere desarrollo y crecimiento.

El crecimiento dentro de las Pymes se ha abordado en los últimos años con mayor énfasis, al considerar que estas organizaciones empresariales han adquirido bastante notoriedad con la apertura de mercados a nivel mundial, incrementando los niveles de crecimiento (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2011).

3.2.12.3 Acceso al crédito

Las Pymes en la actualidad no cuentan con amplio acceso al financiamiento, por lo cual su crecimiento se ve limitado al no contar con fuentes de financiamiento que impulsen dicho crecimiento; contar con facilidad de financiamiento contribuye a minimizar las brechas de diferencias entre el crecimiento de las Pymes comparado con el de las grandes empresas (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2011).

3.2.12.4 I + D y sistemas nacionales de innovación

La base que impulsa el crecimiento está representada por la innovación, dentro del ámbito empresarial la innovación referida a la tecnología es determinante para el cambio y así impulsar el crecimiento sostenido. Actualmente dentro del proceso de innovación se involucran factores diversos que guardan relación con los usuarios y proveedores, así como la relación que existe entre empresas y su infraestructura productiva (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2011).

3.2.12.5 Capacidades empresariales, gestión y organización

Al relacionar los dueños y gerentes con la fuerza laboral, se obtiene la medición del espíritu emprendedor; es así que existe diferencias entre

los países al referirse al tema del espíritu empresarial ya que existen variaciones que se evidencian dentro de los niveles en los cuales se lleva a cabo el desarrollo económico, considerando así que las características propias de cada país son los principales determinantes de dichas diferencias (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2011)

3.2.12.6 Cultura

Se concibe la cultura como el factor que propicia y determina el crecimiento de los emprendimientos, dentro de este factor es necesario hacer mención a principalmente a la educación y la actitud frente a las oportunidades y a los riesgos, por lo cual el emprendedor como actor debe contar un amplio conocimiento para tomar decisiones acertadas, que contribuyan al crecimiento (Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, 2011).

3.2.13 El ciclo de vida de las empresas

Prieto (2014) refiere que los cambios constantes son disyuntivas a las cuales la empresa debe de hacer frente en las diversas etapas del desarrollo. La toma de decisiones está ligada a los cambios constantes, los cuales suelen ser específicos en las diferentes etapas y están orientados a la consolidación de la empresa para que este siga operando el rubro en el cual está establecido propiciando su permanencia en el mercado y evitando la muerte prematura.

Según Prieto (2014) no es posible hacer uso de las estrategias aplicadas en emprendimiento jóvenes para utilizarlas en organizaciones maduras, ya que están resultan ser nulas, por lo cual cada empresa debe de plantear estrategias propias; así mismo las fases que integran el ciclo de vida de la organización son imprescindibles y es necesario que se desarrolle estrategias en cada una de ellas.

3.2.14 Las claves del crecimiento empresarial

La creación de toda organización tiene como base el crecimiento, guardando el deseo de que a largo plazo sea una empresa grande, según Diaz de Santos (1998) el crecimiento tiene por cimiento cuatro ideales que son la búsqueda de oportunidades, aprovechamiento de las oportunidades, planificar como llevar a

cabo el crecimiento y por último adoptar estrategias que contribuyan al fin planteado.

Así mismo estos cuatro ideales se desarrollan como respuesta a preguntas referidas al crecimiento, a las vías disponibles y al accionar de los gerentes para impulsar y materializar el crecimiento (Díaz de Santos, 1998).

3.2.14.1 Las ventanas de oportunidades

Díaz de Santos (1998) refiere que la transformación de la sociedad está ligada a diversos procesos, dentro de los cuales implícitamente se encuentran los cambios; las empresas deben de hacer frente a los retos impuestos por dichas transformaciones y pueden ser tomadas como oportunidades que impulsen avances dentro de la organización. Se hace referencia a las ventanas de oportunidades como incentivos que deben de aprovecharse al abrirse para impulsar el crecimiento antes de que se cierren; es necesario que los gerentes anticipen estas ventanas de oportunidades para actuar con rapidez en beneficio de la organización.

- **El imperativo de los directivos** Los dirigentes o cabezas de las organizaciones, día a día afrontan retos a los cuales deben de hacer frente y no eludirlos, estos imperativos según Díaz se relacionan con la gestión y vienen a ser: (a) estar alertas ante los cambios que generen cambio e impactos en la organización; (b) adaptarse a los cambios a través de visiones precisas (c) la adaptación continua de la organización para seguir operando dentro del mercado; (d) la gestión debe de orientarse a la realidad y planteando visiones a futuro (Díaz de Santos, 1998).

La principal función de los directivos radica en que estos deben de estar alertas para la detección de cambios a los cuales debe de someterse a la organización, estos cambios pueden darse a corto o largo plazo por lo cual la empresa debe de estar preparada para asumir los riesgos y salir exitosa de estos cambios (Díaz de Santos, 1998).

- **Peligros y oportunidades** Los cambios adoptados por el mercado repercuten en los consumidores, es así que estos suelen cambiar su comportamiento ante las diversas situaciones que tienen lugar

dentro del mercado, lo cual puede producir crisis en los sectores en los cuales opera la empresa generando disyuntivas que pueden representar peligros para la organización y esta debe de actuar para contrarrestarlos convirtiéndolos en oportunidades. Las organizaciones empresariales deben de anticipar dichos cambios (Díaz de Santos, 1998).

Según Díaz de Santos (1998) dichos cambios son fuente de oportunidades que permiten el crecimiento empresarial a través del desarrollo de ventajas competitivas que permiten que la empresa siga operando dentro del mercado.

3.2.14.2 Equipos de oportunidades

Díaz de Santos (1998) indica que las empresas deben de contar con equipos de oportunidades, cuyo objetivo es cazar las oportunidades que el mercado brinda para el crecimiento de la organización.

- **Características propias de los equipos de oportunidades** Los trabajos que se realizan en equipo se caracterizan por que los integrantes participan activamente dentro del mismo, estos equipos se buscan el mejoramiento de las condiciones actuales modificándolas, el trabajo que se desarrolla es el ámbito interno de la empresa, los equipos de trabajo tienen naturaleza reactiva, por lo cual buscan corregir situaciones que ya existen (Díaz de Santos, 1998).

Los equipos de oportunidades buscan intereses contrarios, es decir el fin que buscan es la creación y aprovechamiento de oportunidades, el trabajo se realiza externamente por lo cual se busca un amplio conocimiento del entorno en cual se desenvuelve a la empresa, buscando y explotando las oportunidades que se presentan y que contribuyan al crecimiento (Díaz de Santos, 1998).

- **Metodología de trabajo de los equipos de oportunidades** Díaz de Santos (1998) identifica las funciones imprescindibles de los equipos y oportunidad: (a) el descubrimiento de oportunidades existentes en el mercado para que la empresa crezca y se desarrolle; (b) determinar si las oportunidades son viables y reales;

(c) aprovechamiento de la oportunidad para la creación de una nueva unidad productiva dentro de la empresa.

- **Características operativas** Las características operativas que se desarrollan dentro de dichos equipos son: debe de contarse con pocos integrantes que tengan amplio conocimiento del área en el que laboran, el equipo debe de fijar objetivos reales con la participación y control de los integrantes, al detectar oportunidades favorables el número de integrantes aumenta con el objetivo de desarrollar estrategias, las jerarquías dentro de los equipos son nulas ya que todos los integrantes buscan el mismo objetivo, los integrantes deben de ampliar rápidamente sus conocimientos para la identificación y aprovechamiento de oportunidades, la comunicación dentro del equipo fluye libremente y la empresa se encuentra integrada; es necesario que los equipos busque e identifiquen los medios para que se financien los objetivos plasmados (Díaz de Santos, 1998).
- **Organización** Díaz de Santos (1998) refiere que, al formarse los equipos de trabajo, estos se desenvuelven informalmente y al momento de plasmar en la práctica los objetivos trazados la estructura del equipo se formaliza paulatinamente adoptando esquemas de trabajo que están de acorde a la organización. Al inicio de la conformación de dichos equipos de trabajo, es necesario que se conformen en base a la cohesión y coordinación para que posteriormente los integrantes asuman funciones diversas, convirtiendo el grupo de trabajo en un equipo multifuncional que integre a trabajadores de diversas áreas para colaborar en el cumplimiento de los objetivos planteados.

3.2.14.3 Planificación del crecimiento

Según Díaz de Santos (1998) para que el proceso planteado se materialice de acuerdo a las pautas consideradas, es necesario que este se planifique eficiente y eficazmente, convirtiendo este proceso en una evolución provocada por la planificación impulsando el crecimiento.

3.2.14.4 El enfoque estratégico

Se desarrolla a través de un procedimiento planificado basado en el enfoque estratégico buscando la lograr el objetivo planteado a través de estrategias reales y planificadas para así alcanzar dichos objetivos (Díaz de Santos, 1998).

- **¿Qué es una estrategia?** Una vez establecidos los objetivos para su materialización se adopta estrategias cuya función radica acciones para alcanzar dichos objetivos, estas estrategias deben ser precisas y planificadas con anterioridad. Las estrategias deben de enfocarse en cuatro factores claves: qué objetivos se desea conseguir, que acciones se realizarán para el logro de los objetivos, que recursos son necesarios para implementar actividades y acciones y que mecanismo se implementaran (Díaz de Santos, 1998).
- **Secuencia de desarrollo de las estrategias** El desarrollo de estrategias se da a través de cuatro fases que viene a ser: analizar el entorno y la realidad en la cual opera la empresa, identificación de las oportunidades para la toma de decisiones correspondiente, formulación propiamente dicha de las estrategias dependiendo del tipo de mercado y por último poner en marcha las estrategias e implementarlas (Díaz de Santos, 1998).
- **Selección de la estrategia correcta** Díaz de Santos (1998) indica que los directivos y cabezas dentro de una organización “deben ser capaces de, entre diversas alternativas, seleccionar la estrategia más adecuada para la empresa y el producto o servicio”.
- **Criterios clave para la selección de las estrategias** Díaz de Santos (1998) refiere que la eficacia dentro de la toma de decisiones, se refiere a identificar la estrategia que este de acorde a los objetivos, existen criterios para seleccionar eficientemente dicha estrategia y dichos criterios tienen como base las ventajas que generará, los riesgos que acarrea su aplicación, las habilidades necesarias para su desarrollo, disposición de recursos, adaptación de la estrategia y el nivel de rentabilidad que generará la aplicación de la estrategia.

- **Los enfoques del pensamiento estratégico** Díaz de Santos (1998) menciona que el pensamiento estratégico debe de ser desarrollado por los dueños de empresas y los directivos, dentro de este desarrollo es necesario que se visualice, analice e interprete el entorno externo de la empresa, así como el mercado y los competidores; identificar las horas dedicadas para controlar y administrar es indispensable para impulsar las ventajas competitivas.

Para el desarrollo del pensamiento estratégico, la clave radica en que se les asigne a las necesidades de cada miembro una escala de acuerdo al interés y prioridad logrando así que las necesidades de los clientes sean satisfechas, se impulsa las ventajas competitivas y se fortalece las virtudes de la empresa (Díaz de Santos, 1998).

3.2.15 Etapas del desarrollo de la empresa

3.2.15.1 Características de la empresa en la etapa de arranque

Según Gómez (2016):

“Las empresas comienzan como una simple idea. En su etapa inicial, rara vez son algo más que un mero sueño o proyecto que su creador está probando para verificar su viabilidad. La variación de los detalles de esta organización es prácticamente ilimitada. No obstante, sin importar la industria, la localización ni el mercado, generalmente reúnen dos características. La primera característica, implica que los dueños sean el centro de todo, puesto que la inversión de tiempo, energía y recursos económicos se da por ellos; asimismo, la estructura organizacional es mínima e informal, los procedimientos se llevan a cabo conforme vayan necesiéndose y sufren modificaciones constantes. La mayor parte de las comunicaciones provienen del propietario o pasan por él. La segunda característica refiere que por lo regular la compañía se concentra en un producto o servicio. Confía encontrar un nicho donde pueda permanecer suficiente tiempo para establecerse a largo plazo” (p. 86).

3.2.15.2 Características de la empresa en la etapa de expansión/formalización

Gómez (2016) sostiene que:

La incertidumbre de los años del período de arranque, una empresa entra en la segunda etapa, caracterizada por la expansión de algunas áreas (ventas, productos y número de empleados) y por estructuras y procesos organizacionales más formales. La transición de la etapa de arranque a ésta tal vez ni siquiera resulte perceptible, o bien se caracteriza abruptamente por la apertura de una sucursal, la contratación de ejecutivos profesionales o la introducción de un nuevo producto. En esta etapa se vuelven relevantes la necesidad de crecer y las complejas medidas adoptadas para desarrollarse; es así que algunas empresas crecen de manera significativa y sus estructuras se modifican muy poco; en cambio, el tamaño de otras permanece inalterado, o crecen lentamente, pero pasan por la importante reestructuración con un esfuerzo a largo plazo. Las empresas suelen afectar la transición de una estructura centrada en el fundador a una jerarquía más formal, con funciones bien diferenciadas. (p. 87)

3.2.15.3 La empresa madura

La madurez se torna evidente cuando:

“Los márgenes sanos de utilidad empiezan a reducirse, cuando se multiplican los competidores, cuando el producto de mayor demanda ya no se distingue de los otros en el mercado, o cuando las ventas se estancan o decrecen. Las empresas familiares maduras ofrecen singulares satisfacciones a la familia del propietario - gerente. Han logrado sobrevivir, crecer y labrarse un nicho en la industria y en la comunidad. Las empresas que lograron llegar a la etapa de la madurez han cimentado su reputación en el mercado, han superado las crisis del flujo de efectivos de las fases anteriores alcanzando la estabilidad financiera, han contratado ejecutivos profesionales y han instituido intrincados sistemas de administración” (Gómez, 2016, p. 90).

3.2.16 Razones para crecer

Barbero (2006) señala que: “La importancia de medir el crecimiento en la pyme radica en que el crecimiento es indicador más apropiado para estimular el rendimiento. A nivel microeconómico el crecimiento de la pyme es importante para obtener más ingresos y por tanto más estabilidad, para lograr mayores economías de escala, para obtener mayores beneficios (suponiendo que el margen se mantenga o incluso aumente), para realizarse como emprendedor” (p.11)

Sin embargo, según Barbero (2006) las razones principales por las que el crecimiento es importante para las pymes son: (a) antídoto para la supervivencia y (b) rendimiento superior.

- Según Barbero (2006) el antídoto para la supervivencia es el motivo más importante para desear el crecimiento es “que el crecimiento actúa como un seguro de vida para la organización” (p. 12).
- Así mismo Barbero (2006) señala que el rendimiento superior viene a ser la “multitud de estudios demuestran que las compañías que crecen obtienen un rendimiento superior al de las compañías con un crecimiento inferior” (p. 13).

3.2.16.1 Satisfacción de los empleados

Barbero (2006) sostiene que:

“En aquellas organizaciones que crecen se observa un nivel de satisfacción de los empleados superior al de aquellas organizaciones que no crecen . La relación tiene lógica, puesto que en aquellas que crecen se generan nuevas vacantes que se traduce en oportunidades de promoción para los empleados. Las oportunidades de promoción hacen que aumente el índice de satisfacción de los empleados, ya que por lo general esta implica mayor remuneración, aumento de la responsabilidad y avance en la organización. Sin embargo, en organizaciones que no crecen, suele haber una rotación de empleados superior ya que los puestos de promoción permanecen limitados” (p. 14).

3.2.16.2 Economías de escala

Según Barbero “el crecimiento produce la ventaja de economías de escala, mediante la cual, a medida que se incrementa el número de

unidades producidas se reduce el coste medio de las unidades de producto fabricadas. En definitiva, las empresas logran una posición competitiva superior” (p. 15).

3.2.17 Barreras al crecimiento

Parks señala que el crecimiento es una cuestión de gestión del cambio, puesto que, si el emprendedor se adapta a los volátiles cambios que implica una venture al principio, la organización contara con las condiciones para crecer. En ese sentido, Parks señala que existen once barreras al crecimiento (Barbero, 2006).

3.2.17.1 Barrera inicial

Barbero (2006) menciona que:

“Es la barrera de despegue. La cuestión es si el emprendedor tiene suficiente conocimiento y capacidad para ofrecer un producto a los clientes de manera competitiva. Parte de esta barrera, se sitúa en el hecho de que el emprendedor subestime el tiempo necesario para que la venture genere ventas, y como consecuencia de un cálculo erróneo se incurra en gastos superiores a los estimados inicialmente” (p. 37).

3.2.17.2 Barrera del flujo de caja

Barbero (2016) señala que los dueños de emprendimientos no tienen conocimiento de la formulación de “cuentas de flujo de caja, y no llegan realmente a entender como teniendo una cuenta de pérdidas y ganancias saneada, acaban entrando en procedimiento concursal. El control de las cuentas de clientes, proveedores y activo material es crucial” (p. 38).

3.2.17.3 Barrera de la delegación

“La venture crece y se convierte en una organización demasiado grande para ser gestionada por una sola persona. Esta barrera se soluciona rodeándose de gente capaz a la cual poder delegar, y queriendo dejarles cometer errores, formarles y confiar en ellos” (Barbero, 2006, pág. 38).

3.2.17.4 Barrera de la idea

Para Barbero (2006) “una venture nace en base a una idea de negocio destinada a un determinado nicho de mercado. Una vez establecida, la venture debe recibir nuevas ideas para continuar creciendo, procedentes ya sea de empleados, clientes, consejo de administración” (pág. 38).

3.2.17.5 Barrera del liderazgo

Barbero (2006) señala que “a medida que crece la venture, se requieren nuevas capacidades por parte del emprendedor, sobre todo de control y de planificación. Las claves para superar esa barrera son el liderazgo y la coordinación” (p. 38).

3.2.17.6 Barrera de la capitalización

“Para continuar financiando el crecimiento ya no es suficiente acudir a las 4Fs ni financiación bancaria a corto plazo. Las soluciones propuestas son obtener deuda a largo plazo, financiación de capital riesgo, salida a bolsa o venta de la participación” (Barbero, 2006, pág. 38).

3.2.17.7 Barrera de la complacencia

Barbero (2006) sostiene que las semillas del éxito actúan también como semillas de destructivas cuando la empresa no busca renovarse y mejorar su mano de obra, por lo cual se siguen ofertando la misma producción dirigida a los clientes habituales (p. 38).

3.2.17.8 Barrera de la expansión-diversificación

Según Barbero (2006) “los planes de expansión no se cumplen como fueron proveídos originalmente, la organización mantiene un exceso de recursos que consumen fondos a gran velocidad” (p. 38).

3.2.17.9 Barrera de la sucesión

Barbero (2006) señala que “llega un momento en que el emprendedor no es el mejor directivo para hacer que la organización mantenga el ritmo de crecimiento” (p. 38). En ese sentido, se debe formar a talento de primera categoría para que tomen el testigo en el liderazgo de la organización y el impulsar el crecimiento (pág. 38).

3.2.17.10 Barrera de la implicación

“El emprendedor no se adapta al cambio que supone dejar de ser la cabeza visible de la organización” (Barbero, 2006, pág. 38).

3.2.17.11 Barrera del valor

“El emprendedor se da cuenta de que no existe una razón profunda para haber iniciado la actividad emprendedora. Es decir, no se ha meditado profundamente los motivos por los que se emprende” (Barbero, 2006, pág. 38).

3.2.18 Modelos de crecimiento

3.2.18.1 Modelo de Greiner

Según Barbero (2006) sostiene que el modelo de Greiner: “Se compone de cinco etapas distintas de crecimiento. Cada etapa comienza con un periodo de crecimiento estable y paulatino (evolución), y termina con un periodo de cambio y desajuste organizacional (revolución). Este cambio o revolución está causado principalmente por un problema de tipo organizativo cuya solución compete a la dirección de la venture. El problema implica un freno para la organización cuyo crecimiento se detiene hasta el momento en que se soluciona ese problema. Es decir, la organización no puede pasar a la siguiente fase y continuar creciendo hasta que se resuelva el problema propio de cada fase. Una vez solucionado el problema la venture transita a la siguiente fase con una nueva serie de implicaciones de gestión y nuevos problemas organizativos distintos a los de la etapa anterior. Si el entorno de un sector cambia de manera más rápida, la organización debe evolucionar de manera más acelerada por las fases de crecimiento ya que las evoluciones y revoluciones comienzan a devenir de manera anticipada” (p. 19-20).

3.2.18.2 Modelo de Churchill y Lewis

“Estos autores realizan una crítica de los modelos de crecimiento anteriores por tener en cuenta solamente dos dimensiones (normalmente tiempo y tamaño de la organización en función de las

ventas). Churchill y Lewis estiman que estas dimensiones son inadecuadas ya que las ventas no reflejan otros factores como valor añadido, complejidad de la línea de productos, grado de cambio de productos y tecnología (citado en Barbero, 2006, pág. 22). A diferencia del modelo de Greiner, se enfoca más en las fases iniciales de una organización; es decir, el modelo de Churchill y Lewis es más aplicable a ventures y resulta más claro y realista que el modelo de Greiner. Por el contrario, el modelo de Greiner es más aplicable a organizaciones maduras. El modelo posee seis etapas en las que se describe la evolución organizativa en función de estilo de gestión, estructura organizacional, sistemas formales de gestión, retos estratégicos y grado de implicación de la dirección” (Barbero, 2006, p. 22).

3.2.18.3 Modelo de Flamholtz

“Flamholtz describe un modelo interesante de etapas del crecimiento derivado de la sencillez de este. El modelo de este autor tiene siete etapas que se subdividen en dos periodos. El primer periodo corresponde a la “evolución de una organización desde su inepción hasta la madurez organizacional, es decir, desde la creación por parte del emprendedor hasta que la profesionalización en la gestión de la misma. Este periodo contiene cuatro etapas (nueva venture, expansión, profesionalización y consolidación). El segundo periodo corresponde a las etapas quinta a séptima (diversificación, integración y decadencia, y revitalización) y corresponde a la evolución desde que la organización es gestionada profesionalmente” (Barbero, 2006, p. 22).

3.2.19 Modelo de Factores determinantes del crecimiento

Para Camisón, Boronat y Villar (2013) este modelo contempla a 5 factores que lo integran, el primero viene a ser las características propias del dueño del emprendimiento, el segundo factor viene a ser las características estratégicas, el tercer factor viene a ser las características referidas al financiamiento, el cuarto factor engloba las características de la mano de obra y por ultimo las características de la organización.

3.2.19.1 Características personales

Dentro de dichas características personales se encuentran la educación que el dueño recibió, así como el tiempo de experiencia con el que cuenta y la actitud frente que asume el dueño del emprendimiento frente a la detección del riesgo (Camisón, Boronat, y Villar, 2013).

3.2.19.2 Características estratégicas

Dentro de estas características se integran la misión y visión del emprendimiento y la relación que guarda con el emprendimiento, la cultura organizativa es fundamental para el desarrollo de estrategias e innovación haciendo uso de la tecnología; dentro de estas características se analiza la organización y la orientación de la empresa y si la producción es de calidad y/o certificada (Camisón, Boronat, y Villar, 2013).

3.2.19.3 Características financieras

Dentro de estas características se identifican si se cuenta con los recursos económicos necesarios para el emprendimiento, también se analiza la disponibilidad de financiamiento externo con el que cuenta el emprendimiento (Camisón, Boronat, y Villar, 2013).

3.2.19.4 Características del capital humano

Se incluye las habilidades con las que cuenta el emprendedor, así como el uso de incentivos dependiendo de la motivación, se incluye la socialización que el emprendedor tiene con sus clientes y si este integra los recursos humanos dentro de su organización (Camisón, Boronat, y Villar, 2013).

3.2.19.5 Características organizativas

Dentro de estas características resaltan la innovación en el rubro de la tecnología, el marketing que realiza el emprendedor para que la empresa crezca, las capacitaciones con las que cuenta el emprendedor (Camisón, Boronat, y Villar, 2013).



3.2.20 Emprendimiento

3.2.20.1 Definición de emprendimiento

Fayolle define el emprendimiento como el proceso orientado a crear e incrementar el valor, así mismo dentro de este término se encuentra la gestión de riesgos; el bien o servicio que se oferta debe de contener un valor añadido que deriva de los recursos y conocimientos con los que cuenta el emprendedor (Vásquez, 2017)

Vásquez (2017) refiere que para emprender no simplemente se necesita gestionar el emprendimiento, sino que es necesario que este se adapte a mercado que constantemente cambia, así mismo la base de todo emprendimiento viene a ser la innovación y la organización. Por su parte Chiavenato en base a la innovación y organización son factores que van de la mano y reflejan la esencia de todo emprendimiento; Reynolds (2016) conceptualiza el emprendimiento la facultad de descubrir oportunidades para la posterior creación de una organización y así realizar actividades económicas dentro de un determinado sector económico.

Julià, et al. (2015) indican que el termino emprendimiento actualmente se ha propagado ampliamente, cuya concepción generalizada viene a ser el proceso de implementación o desarrollo de una idea de negocio con la finalidad de convertirse en una empresa.

Julià et al. (2015) resalta la relación inherente entre el emprendimiento y la innovación, dentro del cual la innovación refleja cambios constantes en busca de oportunidades que generen ventajas competitivas. Los emprendimientos contribuyen a un cambio dentro del modelo económico existente, desarrollando actividades innovadoras y creativas basadas en la tecnología.

Cuervo et al. (2006) indica que el elemento principal para que el progreso de las economías viene a ser el emprendimiento, cuyas vertebrae son identificar, evaluar y explotar las oportunidades existentes, la creación de nuevas empresas y la renovación de las ya existentes, mejoramiento del bienestar social. Finalmente, Stevenson y Jarillo conceptualizan el emprendimiento como aquel proceso a través



que las personas identifican oportunidades para aprovecharlas a su favor.

3.2.21 Teorías del emprendimiento: enfoques y niveles de análisis del estudio

3.2.21.1 Enfoque económico

Rocha y Giraldo (2015) señalan que los economistas fueron los primero que abordaron estudios referidos a los emprendimientos, es así que inicialmente buscaron una definición para el término emprendimiento, haciendo uso de entrepreneur, cuyo significado viene a ser empresario. Es así que inicialmente se buscó establecer las actividades que realiza el empresario dentro del proceso económico, por lo cual se empezaron a realizar múltiples estudios referidos a este tema, las investigaciones sintetizan la actividad empresarial del emprendedor en base a la gestión de riesgos, disposición de recursos necesarios para generar la actividad, el proceso de innovación y la toma de decisiones, el liderazgo industrial, la combinación de factores productivos para incrementar la rentabilidad dentro de la organización y las funciones que debe de realizar el empresario (Rocha y Giraldo, 2015).

3.2.21.2 Enfoque gerencial

Al surgir la administración como disciplina nace la necesidad de estudiar al emprendedor, haciendo un análisis holístico diferenciando las herramientas económicas y administrativas de las cuales se hacen uso para la toma de decisiones dentro de proceso de producción (Rocha y Giraldo, 2015).

Según Guzmán se debe de someter a análisis los diversos aportes teóricos, dentro de estos aportes destacan Drucker y la innovación, Porter y la competitividad, Estrategias adaptativas y asertivas, entre otros (Rocha y Giraldo, 2015).

3.2.21.3 Enfoque sociológico

Rocha y Giraldo refieren que este enfoque busca analizar el objeto de estudio por partes separadas, para determinar los factores que condicionan y coaccionan el proceso emprendedor; es así que dentro de

este enfoque se busca estudiar dichos factores como condicionantes de crecimiento y éxito empresarial (2015).

3.2.21.4 Enfoque psicológico

Rocha y Giraldo respecto a este enfoque destacan la participación de la escuela psicológica que desarrolló las características del comportamiento del emprendedor, dentro de este enfoque se analizaron las fuerzas de índole interna cuya función es condicionar al emprendedor (2015).

3.2.21.5 El proceso emprendedor

Ramos, Moreno y Gómez (2012) refieren que para la creación de organizaciones empresariales se desarrollan actividades referidas a identificar oportunidades de negocios, así como su posterior crecimiento, es así que se hace referencia a todas las acciones cuya finalidad es el posicionamiento de la empresa dentro del mercado y las estrategias para lograr su consolidación.

Pérez (2011) toma como base que el proceso emprendedor representa al núcleo del emprendimiento, dentro del cual se integrarán acciones y estrategias que explotarán las oportunidades, así mismo los elementos determinantes dentro de este proceso son principalmente la oportunidad identificada para implementar el emprendimiento, planificar las acciones a desarrollar dentro del emprendimiento y los recursos financieros con los que cuenta el empresario.

Urbano y Toledano (2008) hacer referencia a que “el proceso emprendedor es aquel proceso que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades”.

Etapas del proceso emprendedor.

Schnarch identificó que dentro del proceder del emprendimiento deben de desarrollarse nueve pasos, los cuales deben ser consecuentes y realizados dentro del orden en el que están establecidos, así mismo cada paso debe realizarse por completo a través de las retroalimentaciones correspondientes (Schnarch, 2022).



- **Motivación y competencias.** Según (Schnarch, 2022) primeramente se debe de contar con las capacidades, conocimientos y habilidades necesarias dentro del proceso emprendedor, además de la estimulación para hacerlo.
- **Identificación de la idea de negocio.** Esta etapa radica en la búsqueda de necesidades insatisfechas como oportunidades de negocio.
- **Selección y evaluación de la idea.** Se evalúan cada oportunidad potencial junto con las propuestas y así escoger las que se encuentren de acorde a nuestra realidad.
- **Desarrollo del concepto de la oferta.** La idea de negocio debe de ser transformada en un concepto y lograr explicar el cómo se debe de proceder.
- **Validación de la oportunidad de negocio.** Implica la simulación de puesta en marcha de la idea, lo cual permitirá analizar la aceptación que se genera y realizar modificaciones antes el posible rechazo.
- **Plan y modelo de negocio.** Se desarrollan y describen las fórmulas de la organización para crear, entregar y capturar el valor.
- **Análisis económico y recursos.** Implica el desarrollo del plan de negocios, el cual debe de incluir marketing, recursos humanos, finanzas y operaciones.
- **Nacimiento y supervivencia.** Debe de comprender las estrategias y los planes para lanzar el producto al mercado y asegurar la empresa perdure en el mismo.
- **Crecimiento y desarrollo.** Dentro de este paso se desarrollan los procesos para el despegue de las estrategias competitivas.

3.3 Marco conceptual

- a) **Factores de crecimiento.** Considerados como elementos que causan o repercuten positivamente en el desarrollo de la organización empresarial, así mismo su actuar es en compañía de otros elementos que permiten incrementar la magnitud económica, estos elementos están ligados al cambio dependiendo de la estructura económica dentro de la organización (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014)



- b) **Características personales del fundador.** Vienen a ser los elementos conjuntos que determinan y contrastan el éxito o declive de una organización en las primeras etapas de su concepción, dentro de estas características personales se integran la experiencia previa con la cual debe de contar el emprendedor (Del Solar, 2010; Amorós, Gutiérrez y Varela, 2011).
- c) **Características estratégicas.** Son cualidades que caracterizan o distinguen los patrones del accionar con el cual se alcanzaron metas trazadas, y a través de las cuales se pueden generar ventajas competitivas en pro de la organización, permitiendo el incremento de la rentabilidad en comparación con la competencia (Soriano, 1998).
- d) **Características financieras.** Referido a los fondos con los que cuenta el emprendedor, estos pueden ser propios o externos; la finalidad de estos fondos es la iniciativa empresarial para posteriormente proyectar su desarrollo y crecimiento (Pérez, 2013).
- e) **Características del capital humano.** Se refiere a las cualidades características del conocimiento, la habilidad y actitud de los trabajadores con los que cuenta y contará la organización con el fin del desarrollo y persecución de metas trazadas, así como los objetivos, es así que dentro de estas características encontramos a los recursos humanos y potenciales que integran una organización para la constitución del capital humano (Ríos, 1999).
- f) **Capacidades organizativas.** Referidas aquellas competencias dentro de una organización a la cual se suman las habilidades del emprendedor para la transformación de la materia prima dentro del proceso productivo, con la finalidad de lograr un producto final que será exitoso dentro del mercado; así mismo estas capacidades organizativas competen a todos los integrantes de la organización (Martínez & Milla, 2005).

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

4.1 Tipo y nivel de la investigación

4.1.1 Tipo de investigación

El estudio realizado es de tipo básico cuyo propósito es “aquella que es fundamento para otras investigaciones y pretende conocer, explicar y comprender los fenómenos, la investigación básica se interesa por problemas de conocimiento de cualquier tipo” (Vieytes, 2004, pág. 35)

4.1.2 Nivel de investigación

El estudio cuenta con un nivel descriptivo.

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014).

4.1.3 Diseño de investigación

El estudio se desarrolló con un diseño no experimental – de tipo transversal, los cuales se caracterizan por presentan principalmente la característica derivada de la observación y medición de un fenómeno en lugar de manipular algunas de las variables afectadas en el estudio” (Sánchez y Dauahare, 2002, pág. 46).

La investigación transversal es aquella que se desarrolla en un solo momento o cuenta con un solo corte de tiempo, por lo cual el instrumento es de una sola aplicación (Silva M. R., 2016).

4.1.4 Método de investigación

El desarrollo del estudio contempló el método deductivo, el cual se caracteriza por la estructuración de razonamiento a partir de los cuales se inferirán para la obtención de conclusiones y juicios de forma general, siendo así necesario las premisas afirmativas, las cuales son utilizadas para exponer conceptos a partir de los cuales se obtendrán conclusiones (Pimienta y de la Orden, 2017).

4.2 Población y muestra

4.2.1 Unidad de análisis

La investigación se desarrolló con el principal propósito de la descripción del estado de los factores ligados al crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, por lo cual la unidad de análisis serán los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Según Hernández et al. (2014) la unidad de análisis, denominado también casos o elementos, hace referencia a los participantes, objetos, sucesos o colectividades del estudio, que depende del planteamiento y los alcances de la investigación.

4.2.2 Población

La población “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (Carrasco, 2005, pág. 236).

La población del presente proyecto de investigación estuvo conformada por los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. En ese sentido, se tomó como población a los emprendimientos del sector que fueron constituidas durante los últimos dos años.

Por tanto, la población de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay asciende a 75 propietarios de negocios de emprendimientos, según información proporcionada por la Municipalidad Provincial de Abancay.

En el anexo 4, se presenta el listado de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, según información proporcionada por la Municipalidad Provincial de Abancay.



4.2.3 Muestra

“La muestra hace referencia a una parte de la población o universo. Es decir, corresponde al conjunto de unidades de análisis que se extraen del marco muestra para representar la conducta del universo en su conjunto” (Vieytes R. , 2004, pág. 396).

En vista que la población del estudio asciende a 75 propietarios de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay; y dado que, es un número manejable y con la finalidad de obtener mayor precisión en la información se realizó un trabajo de campo censal, es decir se recopiló información de toda la población objeto de estudio, sin necesidad de recurrir al muestreo.

4.3 Procedimiento

El procedimiento de investigación del presente estudio se describe a continuación:

- La primera acción que se desarrolló fue confeccionar una base de datos de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, este listado se constituyó en el marco muestral de la presente investigación. Para elaborar mencionado listado se recurrió a las fuentes oficiales de la Municipalidad Provincial de Abancay.
- Una vez que se contó con el marco muestral para la presente investigación, se procedió a administrar la ficha de encuesta a todos los elementos del marco muestral, debido la recopilación de la información tuvo la característica de ser censal, por las razones expuestas en la sección población y muestra de este informe.
- La información recopilada mediante la aplicación de la Ficha de Encuesta fue codificada y centralizada en una matriz de datos, una hoja de cálculo de Microsoft Excel.
- Después de haber realizado la codificación y centralización de los datos recabados en el trabajo de campo se procedió a procesar la información con la ayuda del programa estadístico SPSS 23.
- Finalmente, con la información procesada, se redactaron los resultados, así como las conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

4.4 Técnicas e instrumentos

4.4.1 Técnicas

La técnica de investigación que se empleó en la presente investigación fue la encuesta.

“La encuesta como método de investigación científica persigue el objetivo de obtener respuestas a un conjunto de preguntas. Las preguntas se organizan de acuerdo con determinados requisitos en un cuestionario” (García, 2016, pág. 95).

Según Arbaiza (2014) La encuesta “presenta un número determinado de preguntas impresas en función de los propósitos de la investigación y en un orden o formato específico” (pág. 209).

4.4.2 Instrumentos

El instrumento de investigación que se empleó en la presente investigación fue la ficha de encuesta.

4.4.3 Análisis de confiabilidad del instrumento

Para medir la fiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach. El Alfa de Cronbach consiste en la correlación de interelementos promedio y asume que los ítems (medidas en escala de Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. Los valores de este coeficiente oscilan entre 0 y 1, considerando como criterio general un coeficiente aceptable cuando su valor es igual o superior a 0.70.

Tabla 3

Valoración de la Fiabilidad

Intervalo al que pertenece al coeficiente de alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems de analizados
[0 – 0.5]	Inaceptable
[0.6 – 0.6]	Pobre
[0.6 – 0.7]	Débil
[0.7 – 0.8]	Aceptable
[0.8 – 0.9]	Bueno
[0.9 – 1]	Excelente

Nota. Metodología de la Investigación

Tabla 4*Resumen del procesamiento de los casos*

		N	%
Casos	Validos	75	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	75	100,0

Nota. SPSS 23, elaboración propia

Tabla 5*Estadísticos de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Número de elementos
0.994	26

Nota. SPSS 23, elaboración propia

El coeficiente Alfa Cronbach obtenido, para la prueba de confiabilidad del instrumento, resultó igual a 0.994 (con 26 elementos). Este coeficiente según la tabla 3 señala que el instrumento es excelente, puesto que alcanzó un valor superior al 0.7.

4.4.4 Validación del Instrumento

La ficha de validación del instrumento se realizó en el mes de setiembre del año 2020 antes que se aplique la ficha de encuesta a los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, los resultados por los expertos son los siguiente:

- El experto Dr. Wilson Mollocondo Flores, valida el instrumento con una aprobación del 78%.
- El experto Mg. Josué Huamaní Cayllahua, valida el instrumento con una aprobación del 78%
- El experto Mg. Máximo Soto Pareja, valida el instrumento con una aprobación del 79%

Por lo tanto, la ficha de encuesta fue validado por los expertos en la materia con una aprobación del 78.33% y se procedió con la encuesta en el año 2020 para lo cual en el anexo 3, se presenta la ficha de validación del instrumento.

4.4.5 Análisis estadístico

La presente investigación, para el análisis de datos, aplicó la estadística descriptiva. El estadístico descriptivo que fue empleado para analizar los datos de la presente investigación fue la distribución de frecuencias.

Hernández et al. (2014) señala que “una distribución de frecuencias es un conjunto de puntuaciones respecto de una variable ordenadas en sus respectivas categorías y generalmente se presenta como una tabla” (p. 282).

Asimismo, es conveniente precisar que la presente investigación no utilizó un estadístico de prueba de hipótesis, dado que se trata de un estudio descriptivo.

Según Hernández et al. (2014) “las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho” (p. 104).

4.4.6 Baremación

Tabla 6

Baremación de Variable

Nivel	Factores de crecimiento	Escala de valoración
Muy malo	1 – 5	Muy en desacuerdo (1)
Malo	6 – 10	En desacuerdo (2)
Regular	11 – 15	Ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)
Bueno	16 – 20	De acuerdo (4)
Muy bueno	21 - 25	Muy de acuerdo (5)

Nota. Metodología de la Investigación, elaboración propia

Tabla 7

Baremación de Dimensiones

Nivel	Características personales del fundador	Características estratégicas	Características financieras	Características de capital humano	Capacidades organizativas	Escala de valoración
Muy malo	1 – 5	1 - 9	1 – 4	1 – 4	1 – 4	Muy en desacuerdo (1)
Malo	6 – 10	10 – 18	5 – 8	5 – 8	5 – 8	En desacuerdo (2)
Regular	11 – 15	19 – 27	9 – 12	9 – 12	9 – 12	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
Bueno	16 – 20	29 – 36	13 – 16	13 – 16	13 – 16	De acuerdo (4)
Muy bueno	21 - 25	37 - 45	17 - 20	17 - 20	17 - 20	Muy de acuerdo (5)

Nota. SPSS 23, Elaboración propia



CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1 Descripción de resultados

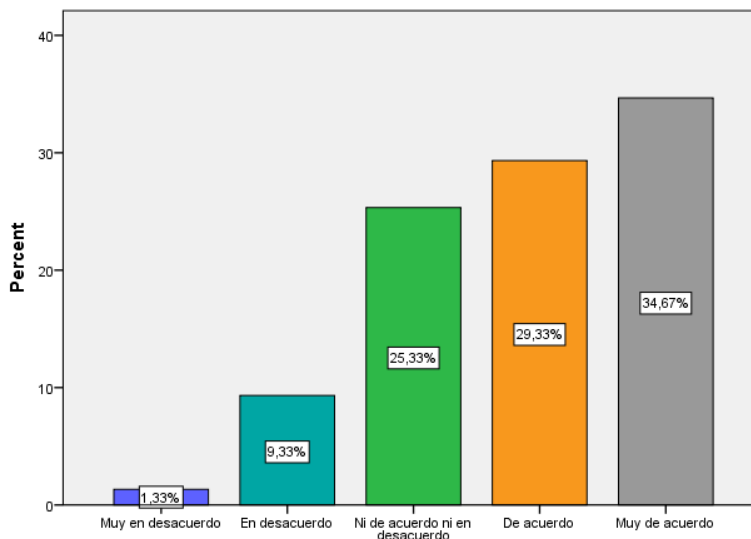
5.1.1 Variable: Factores de crecimiento

Tabla 8
Factores de Crecimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	7	9.3	10.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	25.3	36.0
De acuerdo	22	29.3	65.3
Muy de acuerdo	26	34.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, elaboración propia.

Figura 1
Factores de Crecimiento



Nota. Tabla 5, Elaboración Propia.

Los resultados obtenidos muestran que el 34.7% de los dueños de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay están muy de acuerdo en que los factores de crecimiento proporcionan a los emprendimientos condiciones favorables para el crecimiento sostenido de sus emprendimientos. Por su parte, el 29.3% se encuentra de acuerdo en que los



factores de crecimiento proporcionan condiciones favorables y el 25.3% le es irrelevante (ni de acuerdo ni en desacuerdo) en que los factores de crecimiento proporcionan condiciones favorables. Mientras que el 9.3% afirma estar en desacuerdo en que los factores de crecimiento proporcionan condiciones favorables que proporciona para el crecimiento sostenido de sus emprendimientos y el 1.3% afirma estar muy en desacuerdo en que los factores de crecimiento proporcionan condiciones favorables que proporciona para el crecimiento sostenido de sus emprendimientos.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (48) propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay perciben que los factores que determinan el crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas son favorables. Evidenciándose que el factor que es considerado más favorable para el crecimiento de los emprendimientos está construido por las características estratégicas. Seguido en orden de importancia y aporte por los factores: capacidades organizativas, características personales del fundador y características del capital humano. Asimismo, solo uno de los factores estudiados, es percibido como aquel que proporciona en menor medida condiciones favorables para el crecimiento de los emprendimientos, se trata del factor características financieras.

Los datos anteriores evidencian que el estado actual de los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se encuentran en condiciones favorables para su crecimiento y desarrollo en el mercado.

5.1.1.1 Dimensión 1: Características personales del fundador

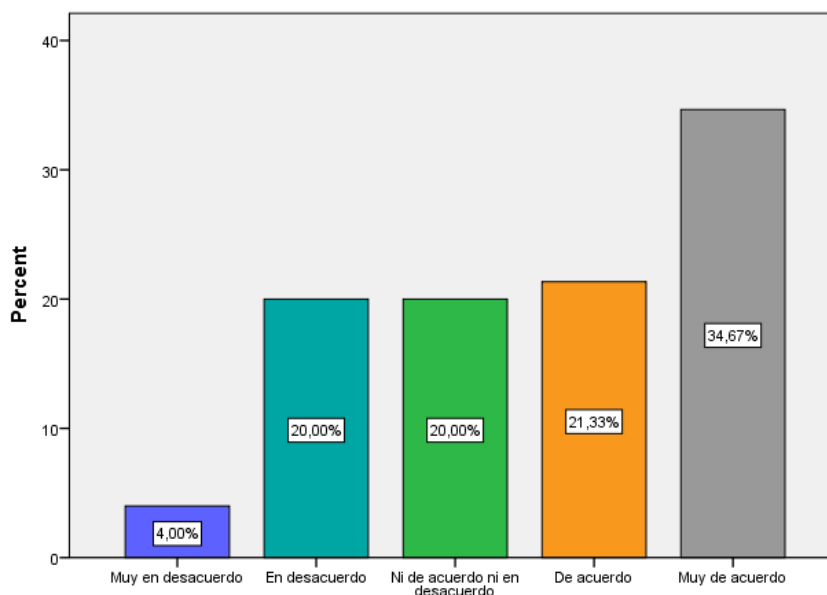
Tabla 9
Características Personales del Fundador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	3	4.0	4.0
En desacuerdo	15	20.0	24.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	20.0	44.0
De acuerdo	16	21.3	65.3
Muy de acuerdo	26	34.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia.

Figura 2
Características Personales del Fundador





Nota. Tabla 6, Elaboración Propia.

Los resultados obtenidos muestran que el 34.7% de los propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay están muy de acuerdo en que las características personales del fundador proporcionan condiciones favorables al crecimiento de sus emprendimientos. Por su parte, el 21.3% señalan que están de acuerdo en que las características personales del fundador que proporcionan condiciones favorables al crecimiento de sus emprendimientos; el 20.0% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo en que las características personales del fundador proporcionan condiciones favorables al crecimiento de sus emprendimientos y el 4.0% que proporciona condiciones muy en desacuerdo en que las características personales del fundador proporcionan condiciones favorables al crecimiento de sus emprendimientos.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (42) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay consideran que las actuales características personales del fundador contribuyen de manera positiva al crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

5.1.1.1 Ítem 1: Educación superior

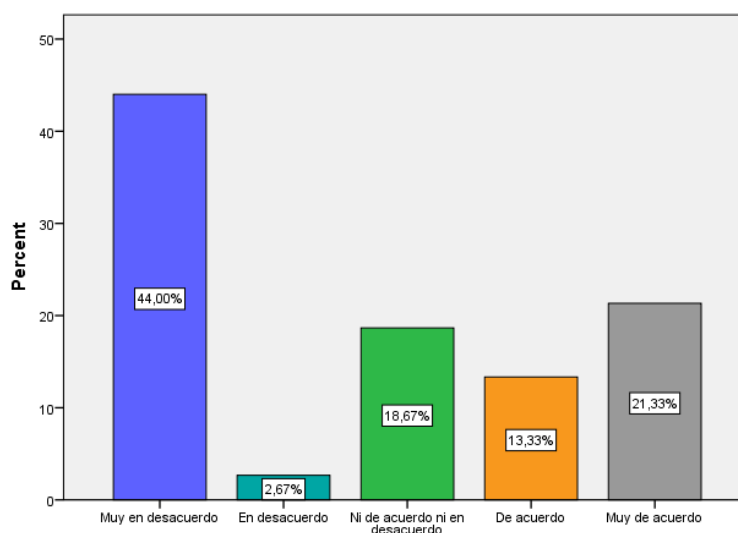


Tabla 10
Educación Superior

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	33	44.0	44.0
En desacuerdo	2	2.7	46.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	18.7	65.3
De acuerdo	10	13.3	78.7
Muy de acuerdo	16	21.3	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia.

Figura 3
Educación Superior



Nota. Tabla 7, Elaboración Propia.

Los resultados obtenidos muestran que el 44.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está muy en desacuerdo con la afirmación: usted posee educación superior para administrar su negocio. Por su parte, el 21.3% está muy de acuerdo con la afirmación y el 18.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 13.3% está de acuerdo y el 2.7% en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que casi la mitad (35) propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay no están de acuerdo con la afirmación: Usted posee educación superior para administrar su negocio y no cuenta con educación superior para administrar sus emprendimientos es por ello que la gran mayoría de los dueños de los emprendimientos no cuentan con estudios superiores.



5.1.1.1.2 Ítem 2: Formación especializada en gestión

Tabla 11

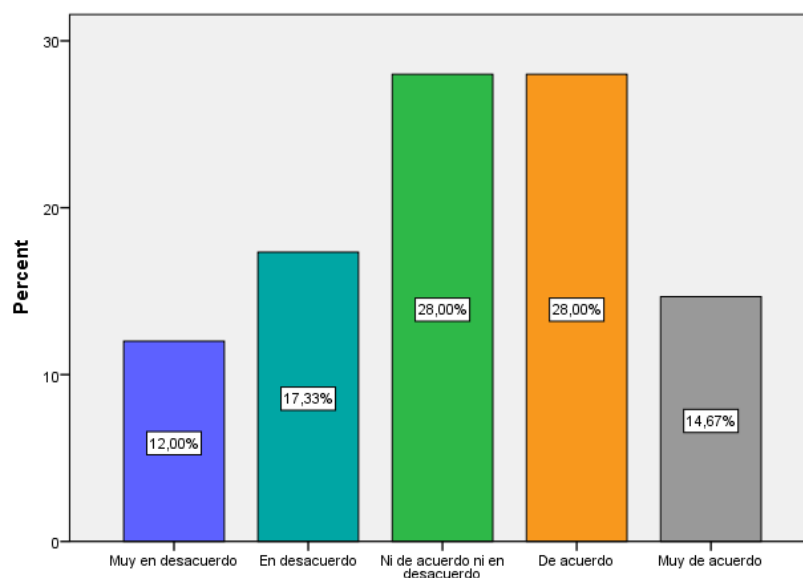
Formación Especializada en Gestión de Negocios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	9	12.0	12.0
En desacuerdo	13	17.3	29.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	28.0	57.3
De acuerdo	21	28.0	85.3
Muy de acuerdo	11	14.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia.

Figura 4

Formación Especializada en Gestión



Nota. Tabla 8, Elaboración Propia.

Los resultados obtenidos muestran que el 28.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: usted cuenta con formación especializada en gestión para administrar mi negocio. Por su parte, el 28.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación y el 17.3% está en desacuerdo. Mientras que el 14.7% está muy de acuerdo y el 12.0% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que casi la mitad (32) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay cuenta con formación especializada en gestión para administrar sus



emprendimientos en su mayoría, señalan poseer formación especializada para administrar sus emprendimientos.

5.1.1.1.3 Ítem 3: Experiencia en el sector

Tabla 12

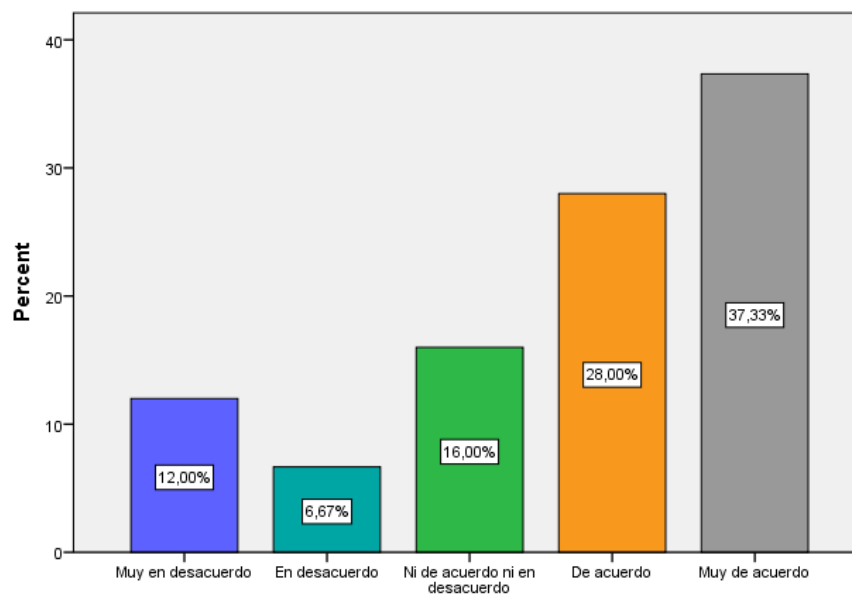
Experiencia en el Sector Económico de comida y bebidas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	9	12.0	12.0
En desacuerdo	5	6.7	18.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	16.0	34.7
De acuerdo	21	28.0	62.7
Muy de acuerdo	28	37.3	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 5

Experiencia en el Sector



Nota. Tabla 9, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 37.3% de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay están muy de acuerdo con la afirmación: usted cuenta con experiencia empresarial en el sector económico de comidas y bebidas. Por su parte, el 28.0% está de acuerdo con la afirmación y



el 16.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 12.0% está muy en desacuerdo y el 6.7% en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (49) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay cuenta con experiencia en el sector económico en el cual desarrolla sus actividades empresariales.

5.1.1.1.4 Ítem 4: Experiencia en otro sector

Tabla 13

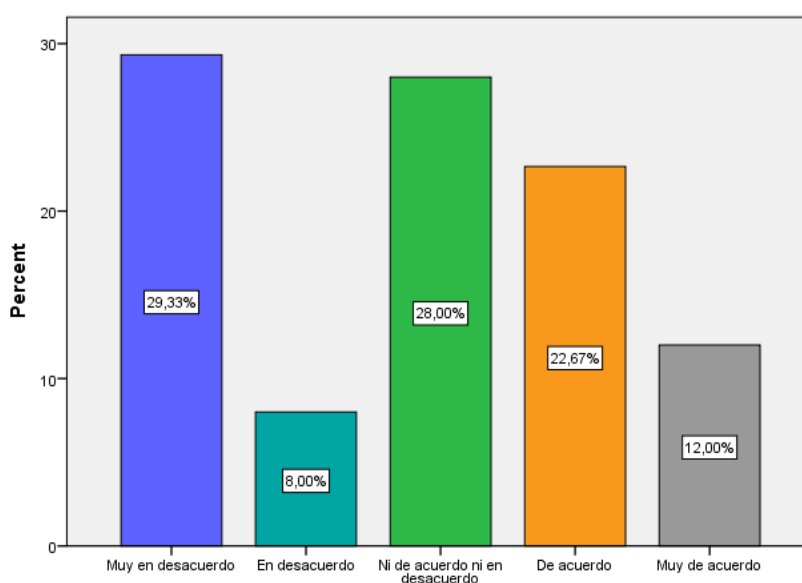
Experiencia en Otro Sector

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	22	29.3	29.3
En desacuerdo	6	8.0	37.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	28.0	65.3
De acuerdo	17	22.7	88.0
Muy de acuerdo	9	12.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia.

Figura 6

Experiencia en Otro Sector



Nota. Tabla 10, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 29.3% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay están muy en desacuerdo en que sea necesario tener experiencia empresarial en otros sectores económico. Por su parte, el 28.0% de los dueños señalan que están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación y el 22.7% están de acuerdo. Mientras que el 12.0% están muy de acuerdo y el 8.0% en desacuerdo. En ese sentido, se advierte que (28) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay no cuenta con experiencia empresarial en otro sector económico del mercado por ello no cuentan con información como son los factores en otros rubros.

5.1.1.1.5 Ítem 5: Actitud hacia el riesgo

Tabla 14

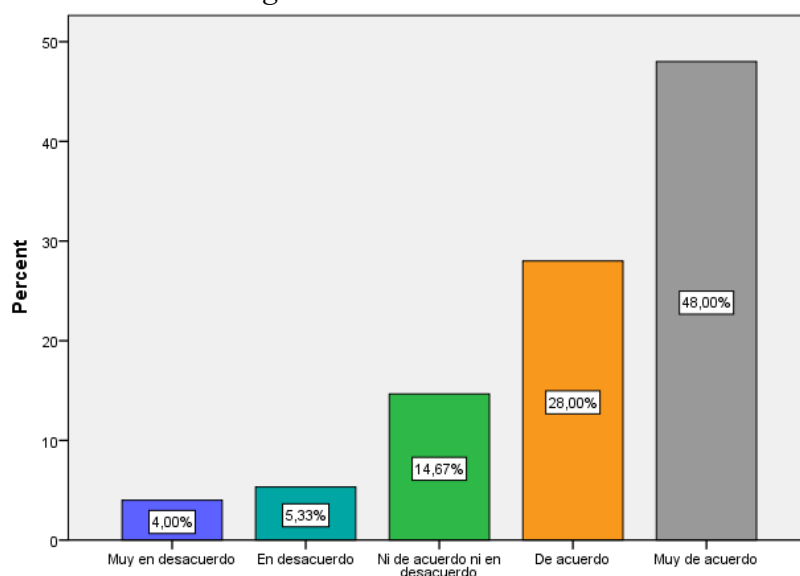
Actitud Hacia el Riesgo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	3	4.0	4.0
En desacuerdo	4	5.3	9.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	14.7	24.0
De acuerdo	21	28.0	52.0
Muy de acuerdo	36	48.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia.

Figura 7

Actitud Hacia el Riesgo



Nota. Tabla 11, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 48.0% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está muy de acuerdo con la afirmación: usted posee una actitud favorable para asumir riesgos en su negocio. Por su parte, el 28.0% está de acuerdo con la afirmación y el 14.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 5.3% está en desacuerdo y el 4.0% muy en desacuerdo.

En ese sentido (57) propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay posee una actitud favorable para asumir riesgos en la gestión de sus emprendimientos.

5.1.1.2 Dimensión 2: Características estratégicas

Tabla 15

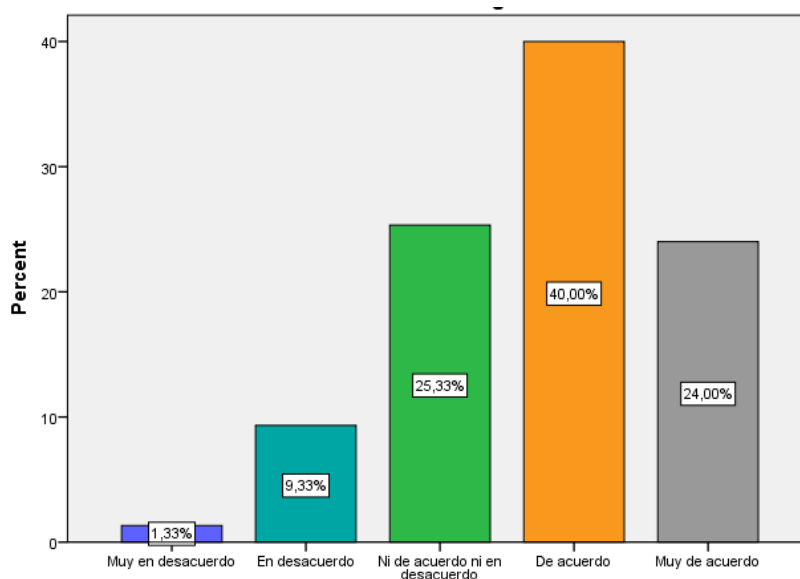
Características Estratégicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	7	9.3	10.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	25.3	36.0
De acuerdo	30	40.0	76.0
Muy de acuerdo	18	24.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 8

Características Estratégicas



Nota. Tabla12, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 40% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay están de acuerdo y consideran que las características estratégicas proporcionan condiciones favorables al crecimiento de sus emprendimientos. Por su parte, el 25.3% de los dueños señalan que es irrelevante (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y el 24.0% están muy de acuerdo y proporciona condiciones muy favorables. Mientras que el 9.3% afirma que están en desacuerdo y proporciona condiciones poco favorables y el 1.3% están en muy en desacuerdo que proporciona condiciones muy desfavorables.

En ese sentido un total de (48) propietario de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay están de acuerdo que la dimensión de características estratégicas es favorable para sus emprendimientos y tienen mayor importancia en cuanto a las demás características.

5.1.1.2.1 Ítem 6: Misión y visión orientada al crecimiento

Tabla 16

Misión y Visión Orientada al Crecimiento

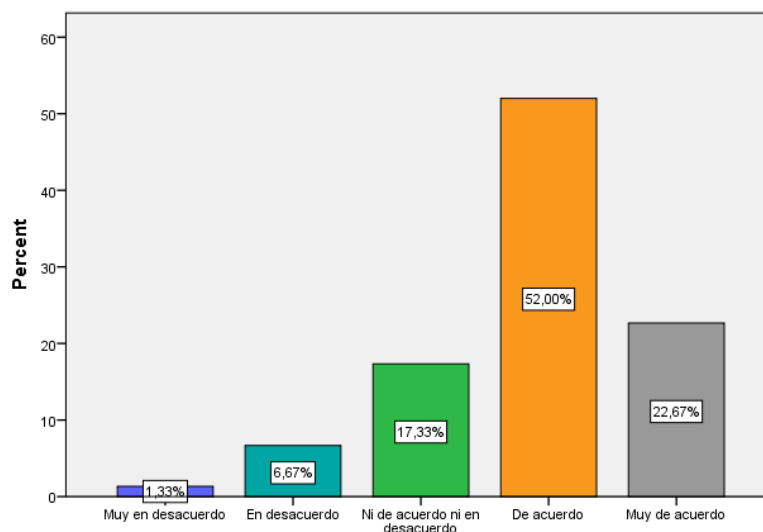
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	5	6.7	8.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	17.3	25.3
De acuerdo	39	52.0	77.3
Muy de acuerdo	17	22.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 9

Misión y Visión Orientada al Crecimiento



Nota. Tabla 13, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 52.0% emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: su negocio tiene claramente definida su misión y visión orientada al crecimiento. Por su parte, el 22.7% está muy de acuerdo con la afirmación y el 17.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 6.7% está en desacuerdo y el 1.3% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (56) propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay tienen claramente definida su misión y visión orientada al crecimiento, por lo que ellos tienen un objetivo a alcanzar durante el crecimiento de su negocio.

5.1.1.2.2 Ítem 7: Estrategia competitiva

Tabla 17

Estrategia Competitiva

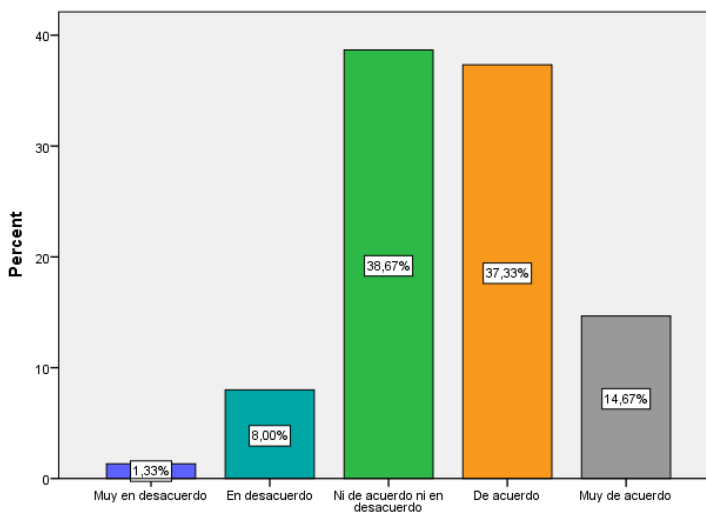
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	6	8.0	9.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	38.7	48.0
De acuerdo	28	37.3	85.3
Muy de acuerdo	11	14.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 10

Estrategia Competitiva



Nota. Tabla 14, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 38.7.0% de dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación: dentro de su negocio se aplican estrategias competitivas enfocadas en el crecimiento. Por su parte, el 37.5% está de acuerdo con la afirmación y el 14.7% está muy de acuerdo. Mientras que el 8.0% está en desacuerdo y el 1.3% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (39) de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay definen y aplican en sus emprendimientos estrategias competitivas enfocadas en el crecimiento.

5.1.1.2.3 Ítem 8: Estrategia de crecimiento

Tabla 18

Estrategia de Crecimiento

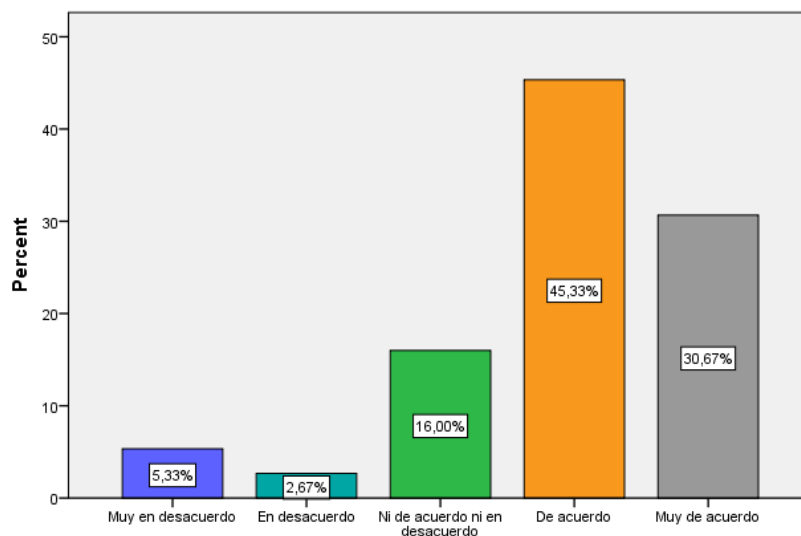
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	4	5.3	5.3
En desacuerdo	2	2.7	8.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	16.0	24.0
De acuerdo	34	45.3	69.3
Muy de acuerdo	23	30.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 11

Estrategia de Crecimiento



Nota. Tabla 15, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 45.3.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: su negocio tiene claramente definidas las estrategias de crecimiento para el mediano y largo plazo. Por su parte, el 30.7% está muy de acuerdo con la afirmación y el 16.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, Mientras que el 5.3% está en muy en desacuerdo y el 2.7% en desacuerdo.

La valoración que tienen los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay es positiva respecto a la estrategia de crecimiento, (57) dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, en su mayoría, señalan que sus emprendimientos tienen claramente definidas sus estrategias de crecimiento para el mediano y largo plazo. Mi negocio tiene claramente definidas las estrategias de crecimiento para el mediano y largo plazo.



5.1.1.2.4 Ítem 9: Intención de crecimiento

Tabla 19

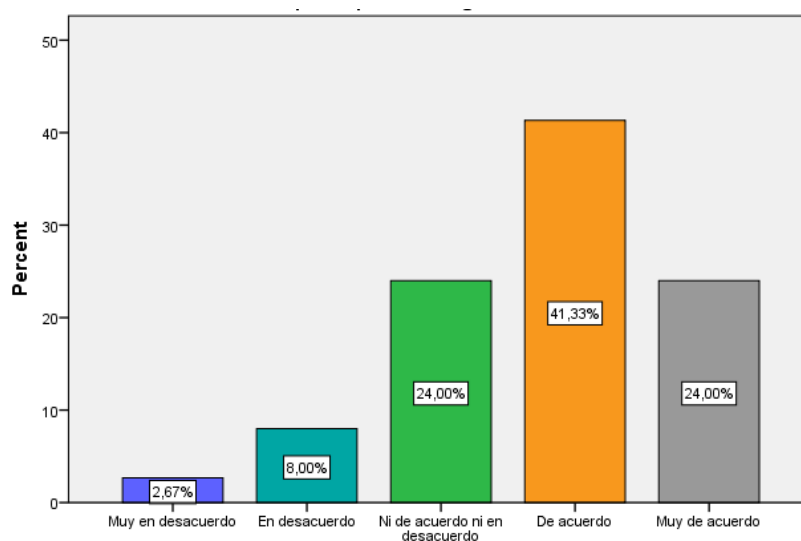
Intención de Crecimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	2	2.7	2.7
En desacuerdo	6	8.0	10.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	24.0	34.7
De acuerdo	31	41.3	76.0
Muy de acuerdo	18	24.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 12

Intención de Crecimiento



Nota. Tabla 16, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 41.3% de los empresarios del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: usted ha definido claramente la intención de crecimiento en el mediano y largo plazo para su negocio. Por su parte, el 24.0% está muy de acuerdo con la afirmación y el 24.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 8.0% está en desacuerdo y el 2.7% muy en desacuerdo.



En ese sentido, se advierte que los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, en su mayoría (49) propietarios señalan que sus emprendimientos tienen claramente definidas las intenciones de crecimiento en el mediano y largo plazo.

5.1.1.2.5 Ítem 10: Orientación innovadora de la estrategia

Tabla 20

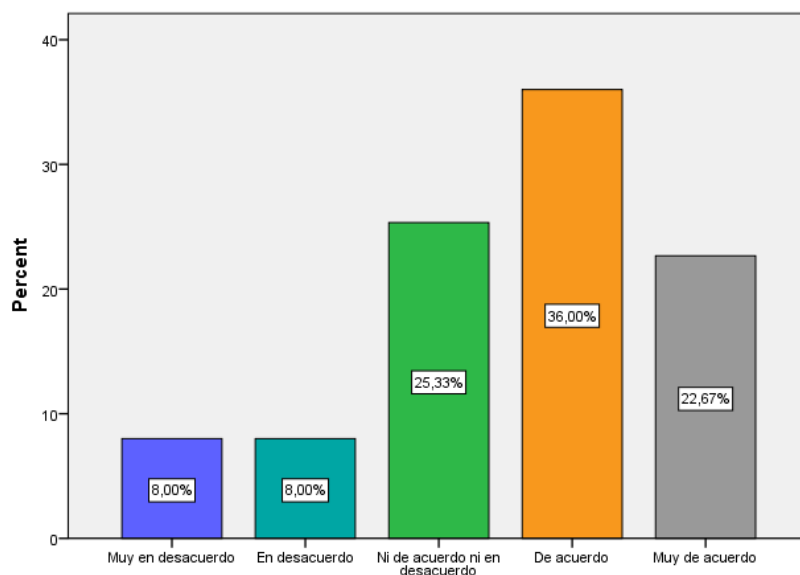
Orientación Innovadora de la Estrategia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	6	8.0	8.0
En desacuerdo	6	8.0	16.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	25.3	41.3
De acuerdo	27	36.0	77.3
Muy de acuerdo	17	22.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 13

Orientación Innovadora de la Estrategia



Nota. Tabla 17, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 36.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: su negocio está orientado a la innovación estratégica. Por su parte, el 25.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación y



el 22.7% está muy de acuerdo. Mientras que el 8.0% está en desacuerdo y el 8% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (49) propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay cuentan con una orientación innovadora de la estrategia.

5.1.1.2.6 Ítem 11: Dotación tecnológica

Tabla 21

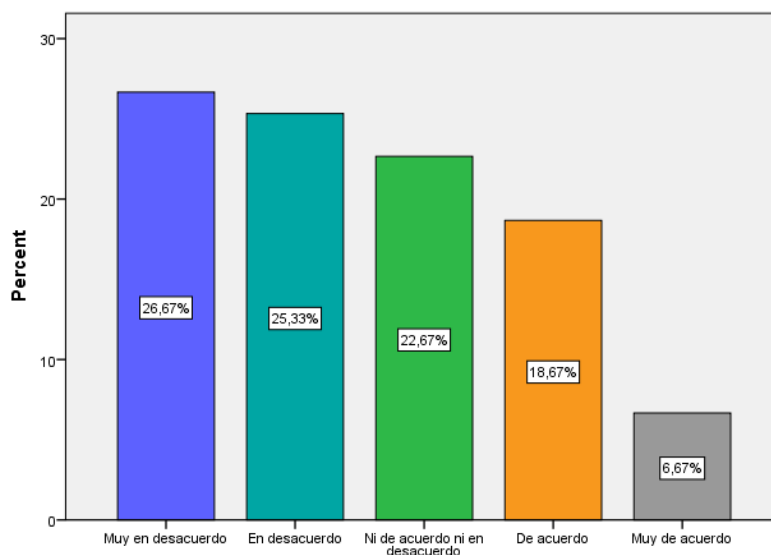
Dotación Tecnológica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	20	26.7	26.7
En desacuerdo	19	25.3	52.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	22.7	74.7
De acuerdo	14	18.7	93.3
Muy de acuerdo	5	6.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 14

Dotación Tecnológica



Nota. Tabla 18, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 26.7% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de muy en desacuerdo con la afirmación: su negocio cuenta con tecnología moderna



y actualizada. Por su parte, el 25.3% está en desacuerdo con la afirmación y el 22.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 18.7% está de acuerdo y el 6.7% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (39) propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay cuenta con tecnología desfasada y rezagada respecto a las últimas actualizaciones del mercado para la operación de sus emprendimientos en tal sentido estos propietarios deben de adquirir equipos más modernos para su operación.

5.1.1.2.7 Ítem 12: Estrategias de comercialización

Tabla 22

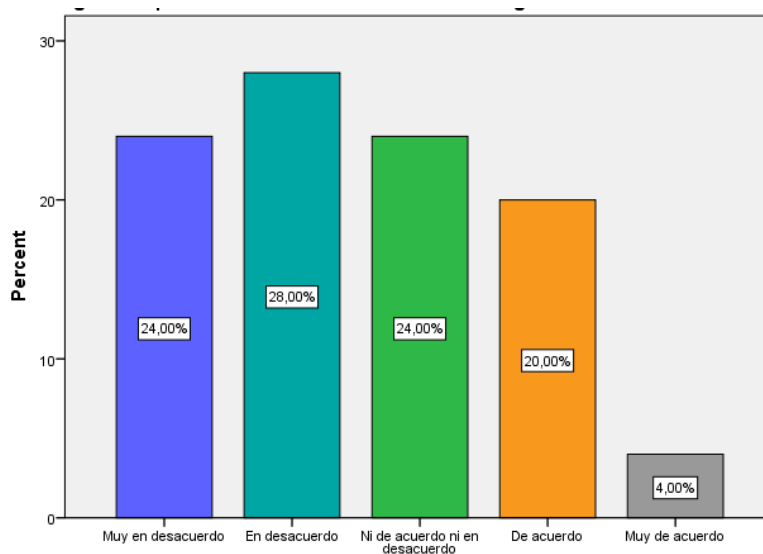
Estrategias de Comercialización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	18	24.0	24.0
En desacuerdo	21	28.0	52.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	24.0	76.0
De acuerdo	15	20.0	96.0
Muy de acuerdo	3	4.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 15

Estrategias de Comercialización



Nota. Tabla 19, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 28.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está en desacuerdo con la afirmación: su negocio implementa de manera intensiva estrategias de comercialización. Por su parte, el 24.0% está muy en desacuerdo con la afirmación y el 24.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 20.0% está de acuerdo y el 4.0% muy de acuerdo.

En tal sentido, se advierte que más de la mitad (39) dueños de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay no implementan de manera intensiva las estrategias de comercialización en la gestión de sus emprendimientos.

5.1.1.2.8 Ítem 13: Orientación al mercado

Tabla 23

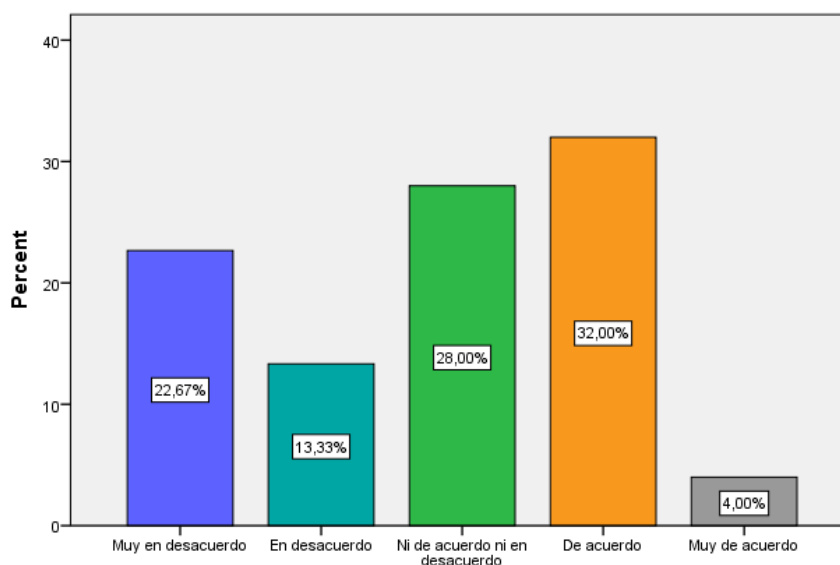
Orientación al Mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	17	22.7	22.7
En desacuerdo	10	13.3	36.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	28.0	64.0
De acuerdo	24	32.0	96.0
Muy de acuerdo	3	4.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 16

Orientación al Mercado



Nota. Tabla 20, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 32.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: las estrategias y actividades de crecimiento de su negocio están orientadas hacia el mercado. Por su parte, el 28.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación y el 22.7% está muy en desacuerdo. Mientras que el 13.3% está en desacuerdo y el 4% muy de acuerdo.

En ese sentido, se advierte que un total de (27) propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay implementan en sus emprendimientos estrategias y actividades orientadas hacia el mercado.

5.1.1.2.9 Ítem 14: Estructura organizativa

Tabla 24

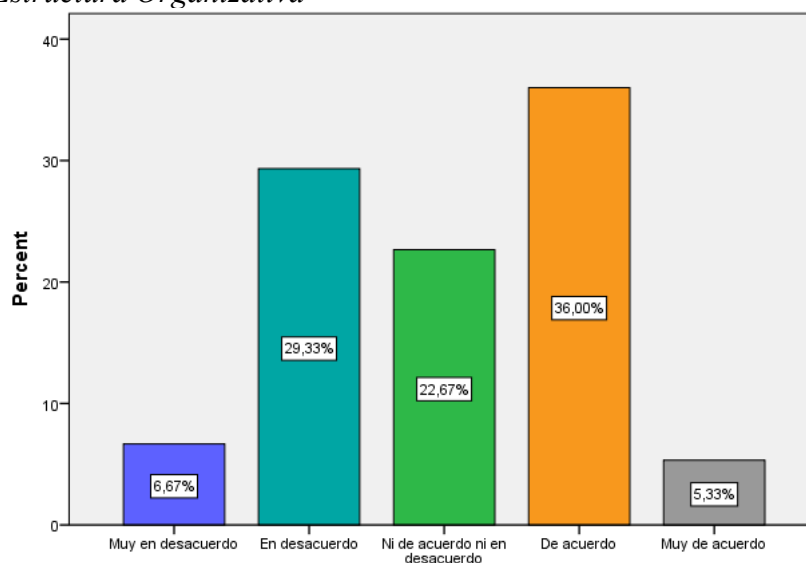
Estructura Organizativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	5	6.7	6.7
En desacuerdo	22	29.3	36.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	22.7	58.7
De acuerdo	27	36.0	94.7
Muy de acuerdo	4	5.3	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia.

Figura 17

Estructura Organizativa



Nota. Tabla 21, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 36.0% de dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: su negocio en cuanto al crecimiento se ha favorecido al implementar estrategias organizativas. Por su parte, el 29.3% está en desacuerdo con la afirmación y el 22.7% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 6.7% está muy en desacuerdo y el 5.3% muy de acuerdo.

Los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, señalan que la estrategia organizativa implementada favorece el crecimiento de sus emprendimientos. En ese sentido, se advierte que (31) propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay implementan estrategias organizativas que favorecen el crecimiento de sus emprendimientos.

5.1.1.3 Dimensión 3: Características financieras

Tabla 25

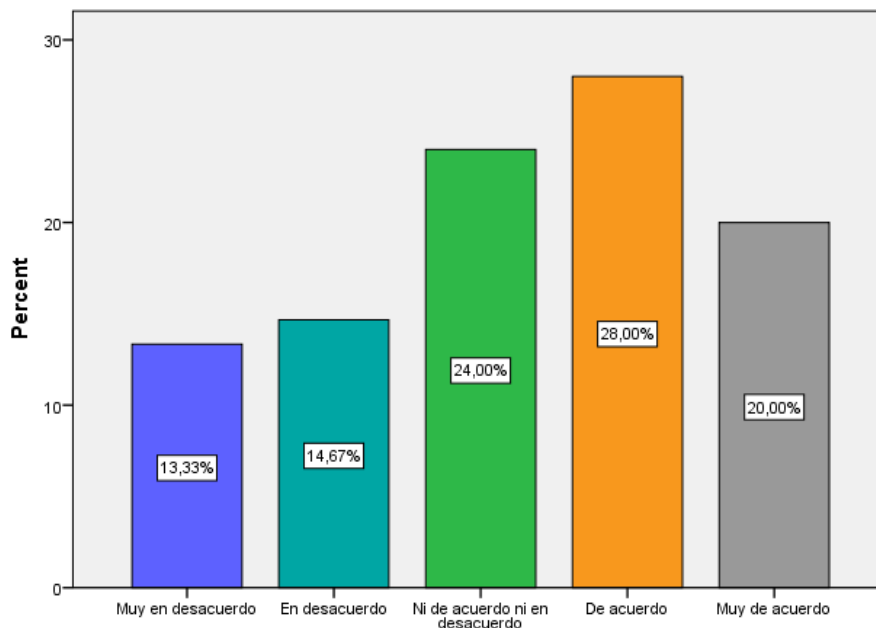
Características Financieras

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	10	13.3	13.3
En desacuerdo	11	14.7	28.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	24.0	52.0
De acuerdo	21	28.0	80.0
Muy de acuerdo	15	20.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 18
Características Financieras



Nota. Tabla 22, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 28.0% de los dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo y considera que las características financieras proporcionan condiciones favorables al crecimiento de sus emprendimientos. Por su parte, el 24.0% de los dueños están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20.0% proporciona condiciones muy de acuerdo. Mientras que el 14.7% está en desacuerdo y el 13.3% que proporciona está muy en desacuerdo con las condiciones muy desfavorables.

En ese sentido, se advierte que (36) dueños de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay consideran que las características financieras contribuyen de manera positiva al crecimiento de sus emprendimientos. Los datos anteriores evidencian que las actuales características financieras proporcionan a los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay condiciones favorables para su crecimiento y desarrollo en el mercado.

5.1.1.3.1 Ítem 15: Disponibilidad de recursos financieros

Tabla 26

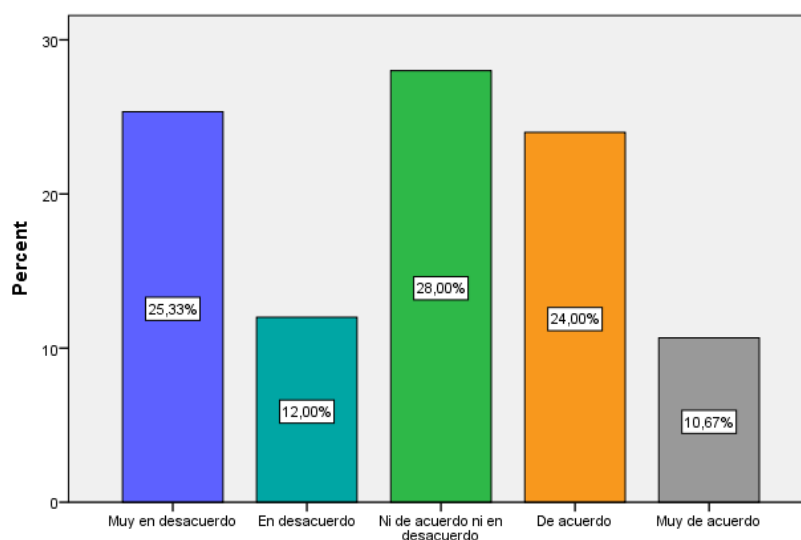
Disponibilidad de Recursos Financieros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	19	25.3	25.3
En desacuerdo	9	12.0	37.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	28.0	65.3
De acuerdo	18	24.0	89.3
Muy de acuerdo	8	10.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 19

Disponibilidad de Recursos Financieros



Nota. Tabla 23, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 28.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación: usted cuenta con los recursos financieros necesarios para que su negocio a largo plazo acelere su crecimiento. Por su parte, el 25.3% está muy en desacuerdo con la afirmación y el 24.0% están de acuerdo. Mientras que el 12.0% está en desacuerdo y el 10.7% muy en de acuerdo.



En ese sentido, se advierte que (28) propietarios de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay no disponen de suficientes recursos financieros para sostener el crecimiento de sus emprendimientos en el largo plazo.

5.1.1.3.2 Ítem 16: Facilidad de acceso a financiamiento externo

Tabla 27

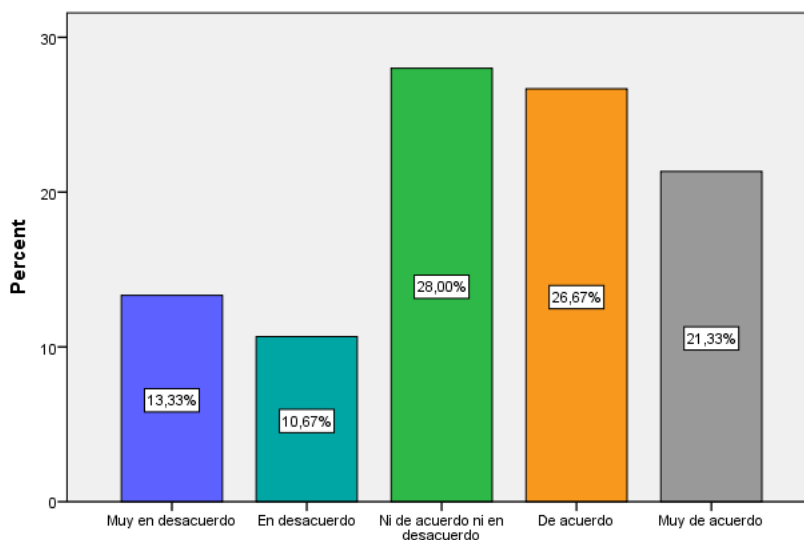
Acceso a Financiamiento Externo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	10	13.3	13.3
En desacuerdo	8	10.7	24.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	28.0	52.0
De acuerdo	20	26.7	78.7
Muy de acuerdo	16	21.3	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 20

Acceso a Financiamiento Externo



Nota. Tabla 24, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 28.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación: usted cuenta con acceso al financiamiento externo para acelerar el crecimiento de su negocio a través de la inversión. Por su parte, el 26.7% está de acuerdo con la afirmación y el 21.3%



está muy de acuerdo. Mientras que el 13.3% está en muy en desacuerdo y el 10.7% en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que (36) dueños de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay tienen facilidad de acceso a financiamiento externo para las inversiones de sus emprendimientos con fines de crecimiento.

5.1.1.3.3 Ítem 17: Acceso a servicios financieros

Tabla 28

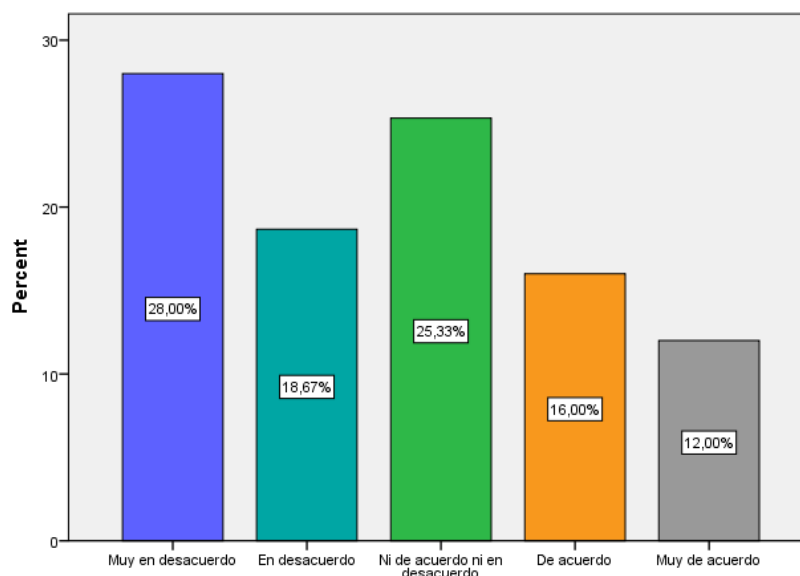
Acceso a Servicios Financieros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	21	28.0	28.0
En desacuerdo	14	18.7	46.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	25.3	72.0
De acuerdo	12	16.0	88.0
Muy de acuerdo	9	12.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 21

Acceso a Servicios Financieros



Nota. Tabla 25, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 28.0% de los dueños de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está muy



en desacuerdo con la afirmación: usted accede frecuentemente a servicios financieros para mejorar su negocio. Por su parte, el 25.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación y el 18.7% está en desacuerdo. Mientras que el 16.0% está de acuerdo y el 12.0% muy de acuerdo.

En ese sentido, se advierte que (35) propietarios o de dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay no acceden de manera frecuente a servicios financieros para dar soporte a las operaciones comerciales de sus emprendimientos.

5.1.1.3.4 Ítem 18: Uso de técnicas e instrumentos para la gestión financiera

Tabla 29

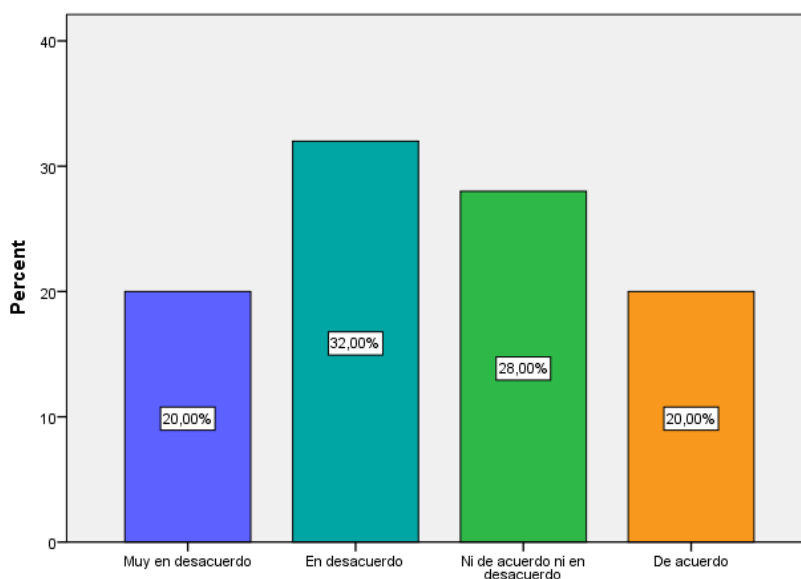
Uso de Técnicas e Instrumentos para la Gestión Financiera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	15	20.0	20.0
En desacuerdo	24	32.0	52.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	28.0	80.0
De acuerdo	15	20.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 22

Uso de Técnicas e Instrumentos para la Gestión Financiera



Nota. Tabla 26, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 32.0% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está en desacuerdo con la afirmación: usted utiliza la gestión financiera a través de las técnicas e instrumentos dentro de su negocio. Por su parte, el 28.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20.0% está muy en desacuerdo. Mientras que el 20.0% está de acuerdo.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (39) dueños de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, en su mayoría, señalan que sus emprendimientos no hacen uso intensivo de técnicas e instrumentos para la gestión financiera de sus negocios.

5.1.1.4 Dimensión 4: Características del capital humano

Tabla 30

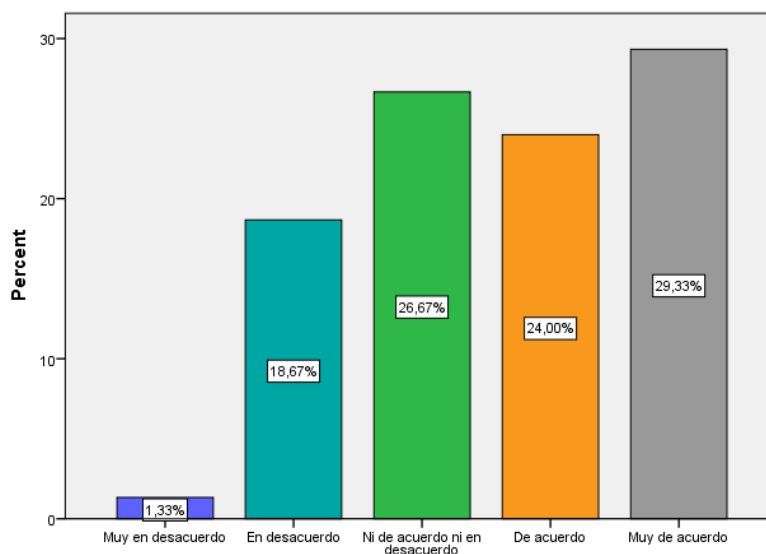
Características del Capital Humano

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	14	18.7	20.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	26.7	46.7
De acuerdo	18	24.0	70.7
Muy de acuerdo	22	29.3	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 23

Características del Capital Humano



Nota. Tabla 27, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 29.3% de los dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está muy de acuerdo y considera que las características del capital humano proporcionan condiciones muy favorables al crecimiento de sus emprendimientos. Por su parte, el 26.7% de los dueños esta ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 24.0% está de acuerdo. Mientras que el 18.7% afirma que está en desacuerdo y el 1.3% está en muy en desacuerdo y no proporciona condiciones muy desfavorables.

En ese sentido, se advierte que (40) dueños de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay consideran que las características del capital humano contribuyen de manera positiva al crecimiento de sus emprendimientos. Los datos anteriores evidencian que las actuales características del capital humano proporcionan a los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay condiciones favorables para su crecimiento y desarrollo en el mercado.

5.1.1.4.1 Ítem 19: Formación y habilidades técnicas específicas

Tabla 31

Formación y Habilidades Técnicas Específicas

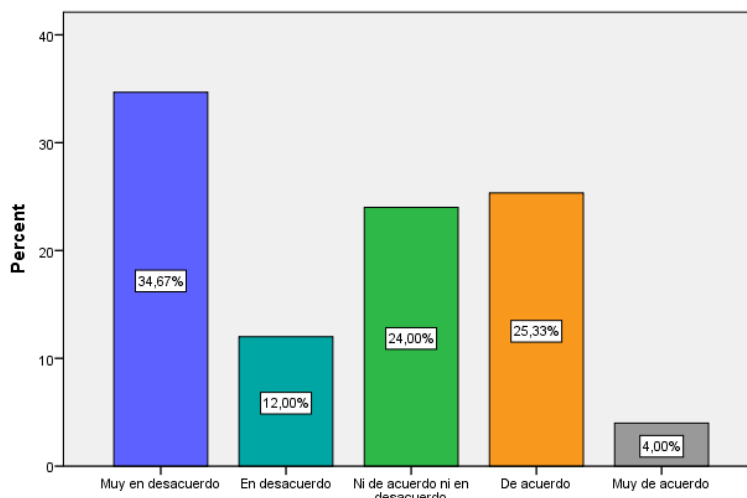
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	26	34.7	34.7
En desacuerdo	9	12.0	46.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	24.0	70.7
De acuerdo	19	25.3	96.0
Muy de acuerdo	3	4.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 24

Formación y Habilidades Técnicas Específicas



Nota. Tabla 28, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 34.7% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está muy en desacuerdo con la afirmación: los trabajadores realizan eficientemente su trabajo, al contar con formación y habilidades técnicas requeridas para laborar dentro de su negocio. Por su parte, el 25.3% está de acuerdo con la afirmación y el 24.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 12.0% está en desacuerdo y el 4.0% muy de acuerdo.

En ese sentido, se advierte que (35) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay cuentan en sus emprendimientos con trabajadores que no poseen la formación y habilidades técnicas necesarias para realizar su trabajo con eficiencia.

5.1.1.4.2 Ítem 20: Criterios de selección e incentivos

Tabla 32

Criterios de Selección e Incentivos

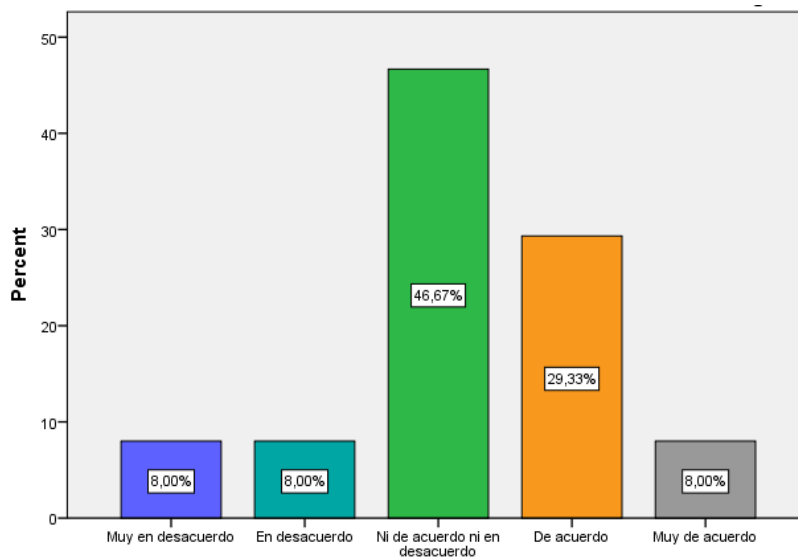
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	6	8.0	8.0
En desacuerdo	6	8.0	16.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	46.7	62.7
De acuerdo	22	29.3	92.0
Muy de acuerdo	6	8.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 25

Criterio de Selección e Incentivos



Nota. Tabla 29, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 46.7% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación: Dentro de su negocio usted ha definido claramente los criterios de selección y mecanismos de incentivos para resaltar el desempeño de su personal. Por su parte, el 29.3% está de acuerdo con la afirmación y el 8.0% está muy de acuerdo. Mientras que el 8.0% está en desacuerdo y el 8.0% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que (28) propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay tienen claramente definidos, en sus emprendimientos, los criterios de selección e incentivos para su personal.

5.1.1.4.3 Ítem 21: Prácticas de comunicación y socialización

Tabla 33

Prácticas de Comunicación y Socialización

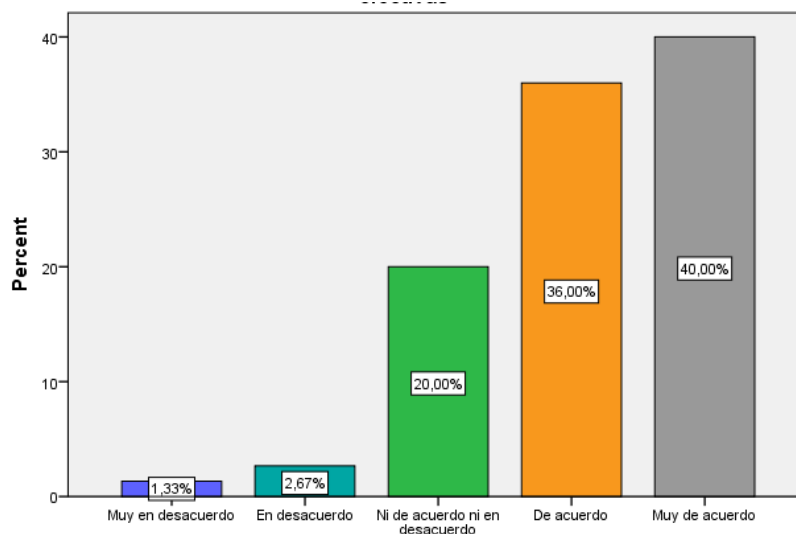
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	2	2.7	4.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	20.0	24.0
De acuerdo	27	36.0	60.0
Muy de acuerdo	30	40.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 26

Prácticas de Comunicación y Socialización



Nota. Tabla 30, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 40.0% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está muy de acuerdo con la afirmación: Dentro de su negocio se emplea efectivamente las prácticas comunicativas y socializativas. Por su parte, el 36.0% está de acuerdo con la afirmación y el 20.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 2.7% está en desacuerdo y el 1.3% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que más de la mitad (57) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay desarrolla prácticas de comunicación y socialización efectivas en sus emprendimientos las cuales son efectivas y ayudan a los emprendimientos en su desarrollo.

5.1.1.4.4 Ítem 22: Formalización de las prácticas de recursos humanos

Tabla 34

Formalización de las Prácticas de Recursos Humanos

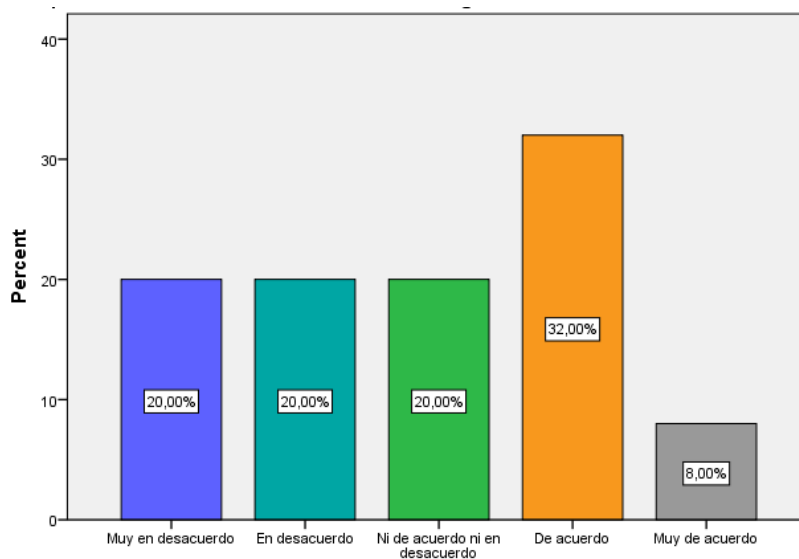
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	15	20.0	20.0
En desacuerdo	15	20.0	40.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	20.0	60.0
De acuerdo	24	32.0	92.0
Muy de acuerdo	6	8.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 27

Formalización de las Prácticas de Recursos Humanos



Nota. Tabla 31, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 32.0% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: dentro de su negocio se ha formalizado las prácticas de recursos humanos. Por su parte, el 20.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación y el 20.0% está en desacuerdo. Mientras que el 20.0% está muy en desacuerdo y el 8.0% muy de acuerdo.

En ese sentido, se advierte que (30) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay formalizan las prácticas de recursos humanos en sus emprendimientos en su mayoría señalan que se encuentran las prácticas (decisiones, procedimientos y actividades).

5.1.1.5 Dimensión 5: Capacidades organizativas

Tabla 35

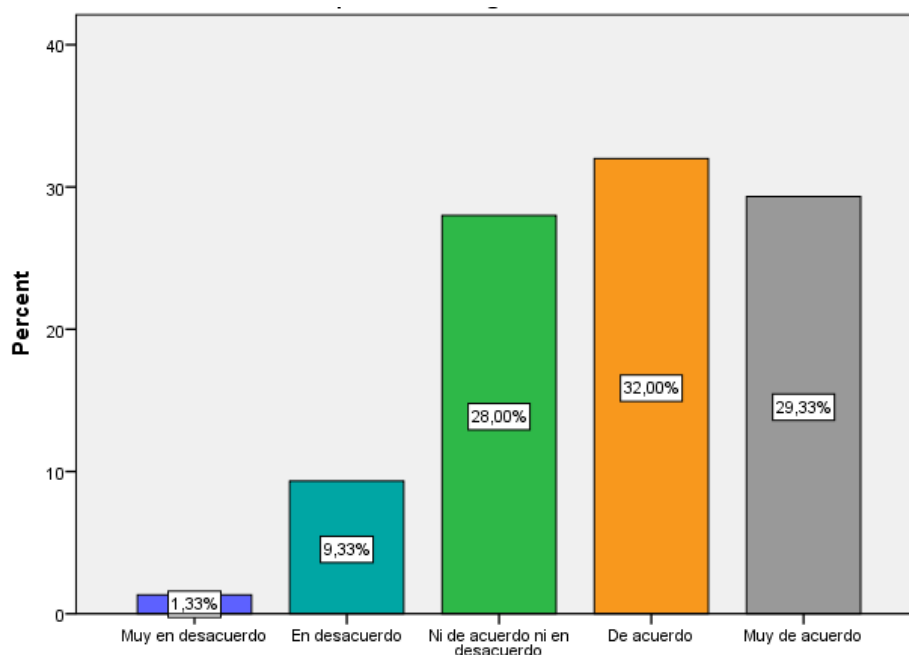
Capacidades Organizativas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	7	9.3	10.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	28.0	38.7
De acuerdo	24	32.0	70.7
Muy de acuerdo	22	29.3	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia



Figura 28
Capacidades Organizativas



Nota. Tabla 32, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 32.0% de los empresarios del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo y considera que las capacidades organizativas proporcionan condiciones favorables al crecimiento de sus emprendimientos. Por su parte, el 29.3% está muy de acuerdo y el 28.0% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 9.3% afirma que está en desacuerdo y el 1.3% está muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que (46) propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay consideran que las capacidades organizativas contribuyen de manera positiva al crecimiento de sus emprendimientos. Los datos anteriores evidencian que las actuales capacidades organizativas proporcionan a los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay condiciones favorables para su crecimiento y desarrollo en el mercado.



5.1.1.5.1 Ítem 23: Capacidad de innovación tecnológica

Tabla 36

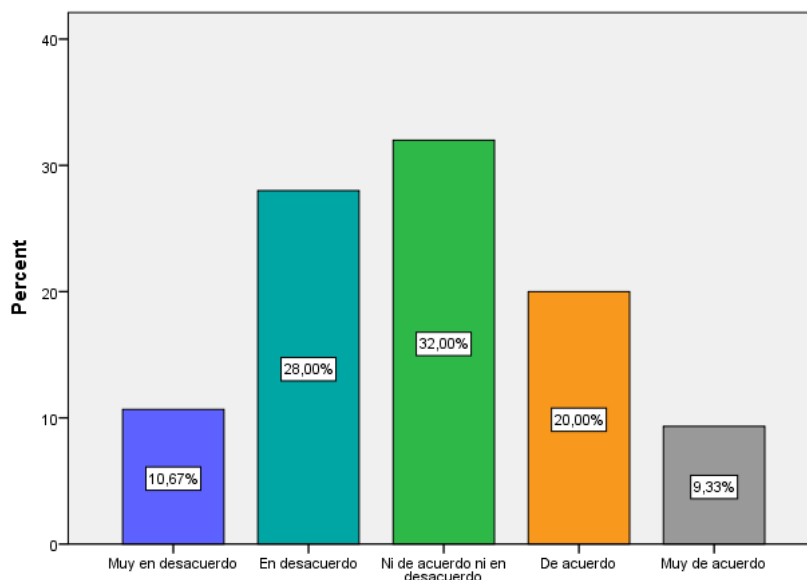
Capacidad de innovación tecnológica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	8	10.7	10.7
En desacuerdo	21	28.0	38.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	32.0	70.7
De acuerdo	15	20.0	90.7
Muy de acuerdo	7	9.3	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 29

Capacidad de Innovación Tecnológica



Nota. Tabla 33, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 32.0% de los empresarios del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación: está de acuerdo en que su negocio dispone de la capacidad necesaria para llevar a cabo la innovación tecnológica. Por su parte, el 28.0% está en desacuerdo con la afirmación y el 20.0% está de acuerdo. Mientras que el 10.7% está en muy en desacuerdo y el 9.3% muy de acuerdo.

En ese sentido, se advierte que un total de (29) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay no



disponen en sus emprendimientos de suficientes capacidades de innovación tecnológica.

5.1.1.5.2 Ítem 24: Capacidades comerciales

Tabla 37

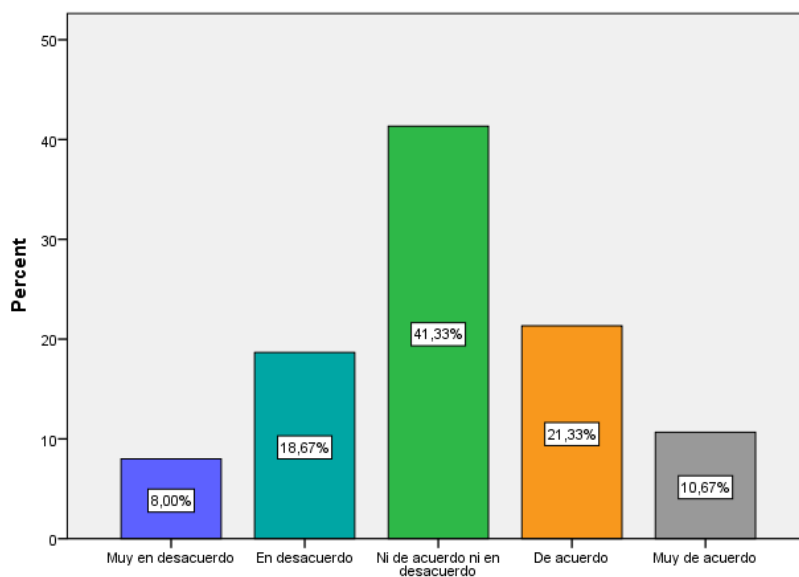
Capacidades Comerciales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	6	8.0	8.0
En desacuerdo	14	18.7	26.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	41.3	68.0
De acuerdo	16	21.3	89.3
Muy de acuerdo	8	10.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 30

Capacidades Comerciales



Nota. Tabla 34, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 41.3% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación: Las capacidades comerciales utilizadas dentro de su negocio son las adecuadas. Por su parte, el 21.3% está de acuerdo con la afirmación y el 18.7% está en desacuerdo. Mientras que el 10.7% está muy de acuerdo y el 8.0% está muy en desacuerdo.



En ese sentido, se advierte que un total de (24) dueños de emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay dispone en sus emprendimientos de las suficientes capacidades comerciales para desarrollar sus operaciones económicas.

5.1.1.5.3 Ítem 25: Capacidad interna de generación de conocimiento

Tabla 38

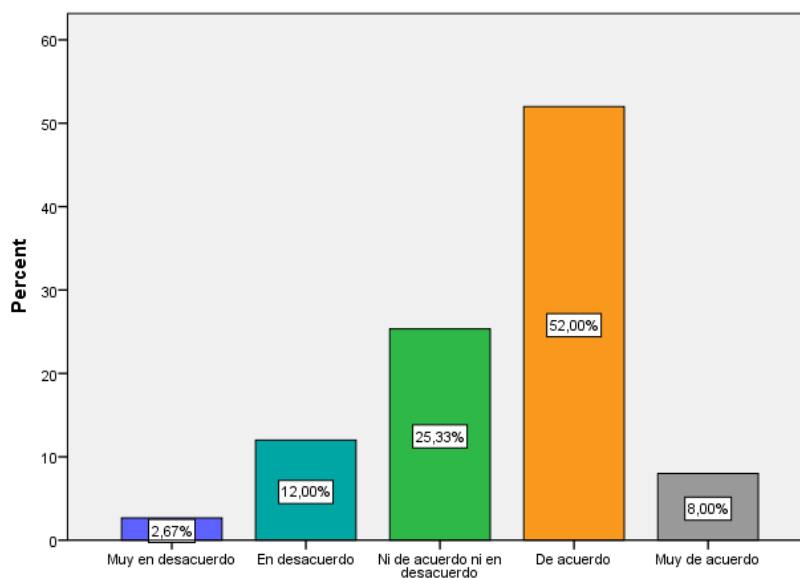
Capacidad Interna de Generación de Conocimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	2	2.7	2.7
En desacuerdo	9	12.0	14.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	25.3	40.0
De acuerdo	39	52.0	92.0
Muy de acuerdo	6	8.0	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 31

Capacidad Interna de Generación de Conocimiento



Nota. Tabla 35, Elaboración Propia

Los resultados obtenidos muestran que el 52.0% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está de acuerdo con la afirmación: usted está de acuerdo en que la capacidad de aprendizaje dentro de su negocio es permanente. Por su parte, el 25.3% está ni de acuerdo ni en



desacuerdo con la afirmación y el 12.0% está en desacuerdo. Mientras que el 8.0% está muy de acuerdo y el 2.7% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que un total de (45) propietarios de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay cuentan en sus emprendimientos con la suficiente capacidad interna para la generación de conocimiento. La valoración que tienen las empresas del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay es positiva respecto a la capacidad interna de generación de conocimiento.

5.1.1.5.4 Ítem 26: Capacidad de aprendizaje

Tabla 39

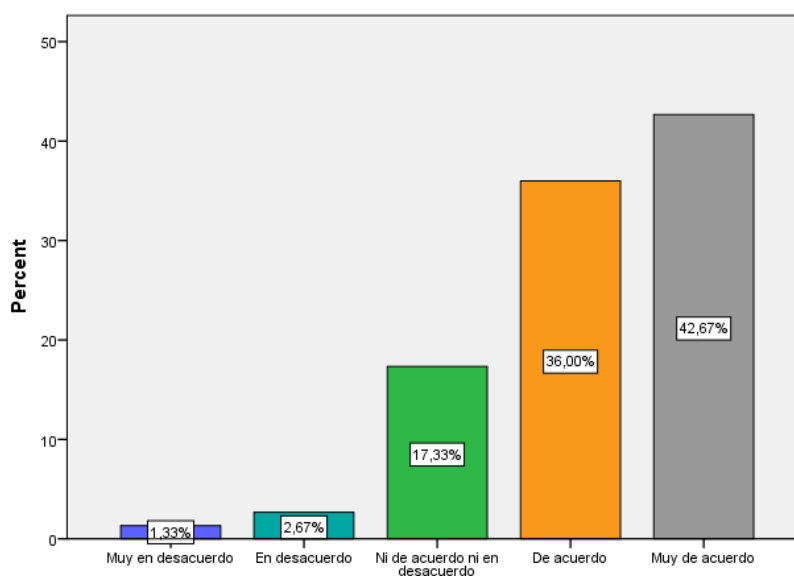
Capacidad de Aprendizaje

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Muy en desacuerdo	1	1.3	1.3
En desacuerdo	2	2.7	4.0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	17.3	21.3
De acuerdo	27	36.0	57.3
Muy de acuerdo	32	42.7	100.0
Total	75	100.0	

Nota. SPSS 23, Elaboración Propia

Figura 32

Capacidad de Aprendizaje



Nota. Tabla 36, Elaboración Propia



Los resultados obtenidos muestran que el 42.7% de los dueños de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está muy de acuerdo con la afirmación: mi negocio cuenta con capacidad de aprendizaje permanente. Por su parte, el 36.0% está de acuerdo con la afirmación y el 17.3% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que el 2.7% está en desacuerdo y el 1.3% muy en desacuerdo.

En ese sentido, se advierte que (59) dueños de los emprendimientos del sector de comidas y bebidas de la ciudad de Abancay en su mayoría, señalan que sus emprendimientos cuentan con capacidad de aprendizaje permanente.

5.2 Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación con respecto al objetivo general describir como son los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay los resultados de la investigación evidenciaron que la situación actual de los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay proporciona condiciones favorables para promover su crecimiento sostenido.

Seguidamente en lo que respecta al primer objetivo de la presente investigación acerca de conocer las características personales del fundador en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, Carrera (2012) sostiene que factores personales del empresario son los factores que permiten mayor desarrollo de las PyMES del sector manufacturero. Mientras que Rocca (2017) señala que la experiencia profesional del gerente de la empresa también influye en la buena performance de la empresa. Así mismo, Franco (2012) afirma que los empresarios poseen baja experiencia previa en creación de otras empresas, y por lo general, cuentan con experiencia laboral en el mismo sector económico al cual pertenece la empresa por lo que coincide según se evidencia en los resultados que el perfil del empresario del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está caracterizado por poseer una amplia experiencia empresarial previa en el sector económico, formación no universitaria especializada en gestión de negocios y una actitud favorable hacia el riesgo.

Por otro lado, haciendo referencia al segundo objetivo de la investigación que es describir las características estratégicas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Condorchoa y Gonzales (2017) señalan que los factores

limitantes que afectan el crecimiento de las pequeñas empresas y lo hace más lento son la falta de conocimiento y de capacitación a nivel administrativo, financiero y gerencial. Asimismo Nieto (2017) afirma que el uso de herramientas tecnológicas aun es un tema aislado para algunas MYPES que no invierten en tecnología desconociendo así los beneficios que traen consigo, y que en la actualidad en el rubro empresarial es un factor determinante en relación a la rentabilidad es así que coincide que los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por tener una misión y visión orientada hacia el crecimiento, diseñar estrategias competitivas enfocadas en el crecimiento, definir las estrategias e intención de crecimiento en el mediano y largo plazo, adoptar una orientación innovadora de la estrategia, orientar las estrategias de crecimiento hacia el mercado, e, implementar una estrategia organizativa que favorece el crecimiento.

De acuerdo a la investigación con respecto al tercer objetivo que es conocer las características financieras en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, Nieto (2017) afirma que el acceso al crédito para algunos micro y pequeños empresarios sigue siendo un factor que limita su crecimiento finalmente, Reyes y Ugaz (2018) señalan que el factor capacidad financiera presenta un nivel bajo, dado que las microempresas no cuentan con una aceptable liquidez para invertir en sus gastos operativos; y, el desarrollo tecnológico e innovación presenta un nivel medio, puesto que la mayoría de microempresarios reconoce que la tecnología en lo que respecta la virtualización les ha permitido a las empresas transferir la información de sus productos hacia sus clientes Así, los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por no disponer de suficientes recursos financieros, no acceder de manera frecuente a servicios financieros, y emplear técnicas e instrumentos de gestión financiera.

Ahora con respecto al cuarto objetivo que es describir las características del capital humano en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Rocca (2017) señala que las buenas prácticas en recursos humanos tales como el diseño de puestos, el reclutamiento y selección del personal, actividades de formación, evaluación del desempeño y una buena política retributiva contribuyen a que la empresa tenga mayor probabilidad de éxito. Mientras que Huanca y Loayza (2017) señala que la gestión general de la empresa tiene el desarrollo de los recursos humanos un papel muy importante en la estrategia de la empresa, por lo cual los resultados de la investigación coinciden al evidenciar que los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por: tener definidos de manera clara los criterios de selección e incentivos



para su personal; desplegar efectivas prácticas de comunicación y socialización; y formalizar sus prácticas de recursos humanos.

Finalmente, con lo referido al quinto objetivo de conocer las capacidades organizativas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Franco (2012) afirma que los empresarios consideran que las capacidades organizativas que más impactan en el dinamismo de sus empresas son las desarrolladas en las áreas administrativas y de marketing. Así, los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por poseer adecuadas capacidades comerciales, tener capacidad interna de generación de conocimiento y contar con capacidad de aprendizaje permanente.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

La investigación tuvo por propósito describir los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Para alcanzar tal objetivo se realizó la correspondiente revisión de los antecedentes, teorías y metodologías referidas al crecimiento empresarial; asimismo, fue necesario recopilar información de campo mediante la aplicación de encuestas a los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

En ese sentido, tomando en consideración todos los aspectos señalados en el párrafo precedente, la presente investigación llegó a las siguientes conclusiones:

Primero. Los propietarios de los emprendimientos del sector económico comidas y bebidas de la ciudad de Abancay estiman que el desempeño de los factores de crecimiento relativos al giro de negocio y el sector económico en el cual operan contribuyen de manera positiva al crecimiento sostenido de sus emprendimientos.

Los datos obtenidos en la investigación señalan que una proporción mayoritaria de los empresarios encuestados (64.0%) considera que la situación actual de los factores de crecimiento del sector económico objeto de estudio proporciona a sus emprendimientos condiciones favorables para su crecimiento sostenido.

Según los propietarios de los emprendimientos, los factores que mayor aporte tienen en el crecimiento de sus emprendimientos son: las características estratégicas, las capacidades organizativas, las características personales del fundador y características del capital humano. Mientras que el factor que aporta en menor medida al crecimiento de sus emprendimientos es la dimensión características financieras.

Dentro del grupo de factores que tienen un mayor aporte al crecimiento sostenido de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se evidenció lo siguiente: (a) Respecto al factor características personales del fundador se observa que este factor tiene una contribución importante en el crecimiento de los emprendimientos porque

los empresarios poseen una amplia experiencia empresarial previa en el sector económico, tienen formación especializada en gestión de negocios y poseen una actitud favorable hacia el riesgo. (b) En lo que respecta al factor características estratégicas se advierte que el aporte de este factor al crecimiento de los emprendimientos se sustenta en que los emprendimientos tienen una misión y visión orientada hacia el crecimiento, diseñan estrategias competitivas enfocadas en el crecimiento, definen las estrategias e intención de crecimiento en el mediano y largo plazo, adoptan una orientación innovadora de la estrategia, orientan las estrategias de crecimiento hacia el mercado, y además, implementan una estrategia organizativa que favorece el crecimiento. (c) respecto al factor características financieras se logró advertir que este factor apenas desempeña un rol limitado y accesorio en el crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Dado que el hecho de no disponer de suficientes recursos financieros para sostener el crecimiento de los negocios, sumado al restringido acceso a los servicios financieros y el incipiente uso de técnicas e instrumentos de gestión financiera limita el crecimiento sostenido de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. (d) En lo que se refiere al factor características del capital humano se observa que este factor tiene una contribución importante en el crecimiento de los emprendimientos dado que los empresarios tienen definidos de manera clara los criterios e incentivos de personal, despliegan efectivas prácticas de comunicación y socialización, así como también lograron formalizar sus prácticas de recursos humanos. (e) Finalmente, respecto a las capacidades organizacionales se advierte que el aporte de este factor al crecimiento de los emprendimientos se sustenta en que los negocios poseen adecuadas capacidades comerciales, tienen capacidad interna de generación de conocimiento y cuentan con capacidad de aprendizaje permanente.

Por tanto, tomando en cuenta las evidencias encontradas en la investigación se concluye que la situación actual de los factores determinantes del crecimiento empresarial proporciona las condiciones favorables para promover su crecimiento sostenido a los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay

Segundo. Las características personales del fundador desempeñan un rol fundamental en el crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Los datos obtenidos en la investigación señalan que los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, en una proporción mayoritaria, cuentan con formación especializada en gestión de negocios (42.7%); poseen

experiencia empresarial en el sector económico de comidas y bebidas (65.3%); y tienen una actitud favorable para asumir riesgos (76.0%).

Por otra parte, se alcanzó a advertir que un porcentaje mayoritario de los propietarios de los emprendimientos no poseen estudios de educación superior para administrar sus negocios (46.7%) y, además, no poseen experiencia empresarial en otros sectores económicos (74.7%).

Así, el perfil del empresario del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay está caracterizado por poseer una amplia experiencia empresarial previa en el sector económico, formación no universitaria especializada en gestión de negocios y una actitud favorable hacia el riesgo.

Por tanto, tomando en consideración las evidencias encontradas en la investigación se concluye que las características personales del fundador contribuyen de manera favorable al crecimiento los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Tercero. Las características estratégicas cumplen un papel importante en el crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Los datos obtenidos en la investigación señalan que, en una proporción mayoritaria, de propietarios de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay lograron: definir con claridad su misión y visión orientada al crecimiento (74.7%); aplicar estrategias competitivas enfocadas en el crecimiento (52.0%); definir con claridad las estrategias de crecimiento para el mediano y largo plazo (76.0%); definir con claridad la intención de crecimiento en el mediano y largo plazo (65.3%); adoptar una orientación innovadora de la estrategia (58.7%); orientar las estrategias y actividades de crecimiento hacia el mercado (36%); e implementar una estrategia organizativas que favorece el crecimiento (41.3%).

Por otra parte, se alcanzó a advertir que un porcentaje mayoritario de propietarios de los emprendimientos no cuenta con tecnología moderna y actualizada (52.0%), y, además, no logra implementar de manera intensiva estrategias de comercialización en sus negocios (52%).

Así, los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por tener una misión y visión orientada hacia el crecimiento, diseñar estrategias competitivas enfocadas en el crecimiento, definir las estrategias e intención de crecimiento en el mediano y largo plazo, adoptar una orientación innovadora de la estrategia, orientar las estrategias de crecimiento hacia el mercado, e, implementar una estrategia organizativa que favorece el crecimiento.

Por tanto, tomando en consideración las evidencias encontradas en la investigación se concluye que las características estratégicas contribuyen de manera favorable al crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Cuarto. Las características financieras desempeñan un rol limitado y accesorio en el crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Los datos obtenidos en la investigación señalan que, en una proporción mayoritaria, los empresarios: no disponen de suficientes recursos financieros para sostener el crecimiento de sus negocios; tampoco acceden de manera frecuente a servicios financieros para dar soporte a sus operaciones comerciales; y, además, no utilizan técnicas e instrumentos de gestión financiera para administrar sus emprendimientos.

Por otra parte, se alcanzó a advertir que un porcentaje mayoritario de los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay tienen facilidad de acceso a financiamiento externo para las inversiones de sus emprendimientos (48.0%). Así, los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por no disponer de suficientes recursos financieros, no acceder de manera frecuente a servicios financieros, y emplear técnicas e instrumentos de gestión financiera. Por tanto, tomando en consideración las evidencias encontradas en la investigación se concluye que las características financieras no contribuyen de manera favorable al crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, por el contrario, su contribución es marginal y limitada.

Quinto. Las características del capital humano cumplen papel importante en el crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Los datos obtenidos en la investigación señalan que, en una proporción mayoritaria, los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay lograron en sus emprendimientos: definir con claridad criterios de selección e incentivos para su personal (37.3%); desarrollar prácticas de comunicación y socialización efectivas (76.0%); y, formalizar de manera conveniente las prácticas de recursos humanos (40.0%). Por otra parte, se alcanzó a advertir que un porcentaje mayoritario de los emprendimientos no cuentan en sus negocios con trabajadores calificados que posean la formación y las habilidades técnicas necesarias para realizar su trabajo con eficiencia (46.7%).

Así, los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por: tener definidos de manera clara los criterios de selección e incentivos para su personal; desplegar efectivas prácticas de comunicación y socialización; y formalizar sus prácticas de recursos humanos.

Por tanto, tomando en consideración las evidencias encontradas en la investigación se concluye que las características del capital humano contribuyen de manera favorable al crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Sexto. Las capacidades organizativas desempeñan un rol fundamental en el crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Los datos obtenidos en la investigación señalan que, en una proporción mayoritaria, los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, en sus negocios, disponen de las suficientes capacidades comerciales para operar en el mercado local (32.0%); cuentan con capacidad interna de generación de conocimiento para mejorar e innovar sus procesos comerciales (60.0%); y, además, cuentan con capacidad de aprendizaje permanente (78.7%).

Por otra parte, se alcanzó a advertir que un porcentaje mayoritario de empresarios no cuenta con capacidad de innovación tecnológica (38.7%).

Así, los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay se caracterizan por poseer adecuadas capacidades comerciales, tener capacidad interna de generación de conocimiento y contar con capacidad de aprendizaje permanente.

Por tanto, tomando en consideración las evidencias encontradas en la investigación se concluye que las características capacidades organizativas contribuyen de manera favorable al crecimiento de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

6.2 Recomendaciones

Tomando en consideración los resultados evidenciados por la presente investigación, se plantean las siguientes recomendaciones:

Primero. Dado que de los cinco factores de crecimiento empresarial estudiados se identificó que cuatro de los mismos contribuyen de manera importante al crecimiento sostenido de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay, y uno de esos factores tiene escasa contribución a mencionado crecimiento. Se recomienda incrementar el desempeño de los factores que son favorables al crecimiento (características personales del fundador, características estratégicas, características del capital humano y capacidad organizativas) así como también mejorar el performance del factor que es desfavorable al crecimiento (características financieras), mediante programas y acciones de capacitación y acompañamiento técnico especializado que deberían ser liderados e implementados con el concurso tanto del Estado como del sector privado y la academia.

De tal forma que mejorando el desempeño de los factores determinantes del crecimiento empresarial mediante las acciones sugeridas se estarán generando las condiciones favorables para promover el crecimiento sostenido de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Segundo. Se recomienda a los propietarios de los emprendimientos enriquecer el perfil personal, buscando alternativas y oportunidades de recibir educación formal especializada (en la medida de las posibilidades educación superior o en su defecto educación continuada) que les permita ampliar sus conocimientos especializados para administrar sus negocios; evidentemente está propuesta requiere la participación activa de la academia, puesto que deberá ofrecer programas de estudio que cubran tales necesidades; y también, requerirá la participación del Estado y el gremio empresarial, quienes deberían encargarse de promover e incentivar que los propietarios de los emprendimientos del sector reciban tal educación formal especializada. Asimismo, se recomienda que los dueños de los emprendimientos del sector amplíen su experiencia empresarial en otros sectores económicos.

Tercero. Se recomienda a los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas destinar recursos para realizar inversiones para mejorar su dotación tecnológica, de tal forma que cuenten con maquinaria y equipos modernos y actualizados. Asimismo, se les recomienda mejorar la implementación de sus estrategias de comercialización, para lo cual podrían solicitar apoyo a las organizaciones especializadas en el tema tales como universidades, gremios empresariales, organizaciones no gubernamentales e instituciones públicas especializadas.

Cuarto. Se recomienda a los analistas de crédito de las financieras desarrollen programas de comunicación y capacitación para promover el acceso a los propietarios de los emprendimientos al sistema financiero, brindándoles información y asesoría para acceder a financiamiento, hacer uso frecuente de los servicios financieros disponibles y emplear de manera intensiva técnicas e instrumentos de gestión financiera.

Quinto. Se recomienda a los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas otorgar prioridad y destinar recursos para realizar inversiones para fortalecer y perfeccionar las capacidades de sus trabajadores, de tal forma que el hecho de contar en sus emprendimientos con talento humano calificado que posea la formación y las habilidades técnicas necesarias, les permitirá ser más productivos y ofrecer un servicio de calidad en el mercado.

Sexto. Se recomienda a los propietarios de los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay fortalezcan las capacidades de innovación tecnológica mediante programas de capacitación y fortalecimiento de las capacidades organizativas en cada área de un emprendimiento para un mejor desempeño en el mercado.

Séptimo. Por último, a la comunidad científica para que se realicen más investigaciones a cerca de esta temática que son de gran importancia para nuestra región y país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmed, P. K., & Shepherd, C. D. (2012). *Administración de la innovación*. México: Pearson Educación.
- Altgracia, M. (2016). *Factores explicativos del fracaso y del éxito en las microempresas de la República Dominicana: un estudio empírico*. Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena, España.
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú: una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 158(22), 76-90.
- Álvarez, C. (2011). Una década de investigación basada en el GEM: Logros y retos.
- Amorós, J. E., Gutiérrez, I., & Varela, C. (2011). *Emprender desde la pequeña y mediana empresa: nueve casos de éxito de emprendedores latinoamericanos*. Santiago de Chile: FUNDES.
- Annunzio, C., & Carattoli, M. (2014). informáticos, Proceso de crecimiento empresarial en pymes: Análisis de casos en el sector de Software y servicios. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 2(2), 20-45.
- Arbaiza, L. (2014). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Lima, Perú: Universidad ESAN.
- Arostegui, A. A. (2013). *Empresas, Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas*. Tesis de maestría, Universidad Nacional de la Plata, La Plata, Argentina.
- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. *Estrategia*(22), 70-80.
- Barbero, J. L. (2006). *Factores de crecimiento de las pymes españolas*. Fundación EOI: Madrid, España.
- Bennis, W., Spreitzer, G. M., & Cummings, T. G. (2002). *El futuro del liderazgo: los pensadores más brillantes de hoy escriben para los directores de mañana*. Bilbao, España: Deusto.
- Blázquez, F., Dorta, J. A., & Verona, M. C. (2006). Factores de crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, 16(28), 43-56.
- Boronat, G., Leostescu, R., & Navarro, J. (2017). Dirección Financiera. Pros y contras del crecimiento empresarial: el índice de Crecimiento Interno.
- Camisón, C., Boronat, M., & Villar, A. (2013). *Los factores de crecimiento de las empresas de base tecnológica e innovadoras de la comunidad valenciana*. Valencia, España: Universitat Jaume I.
- Carrasco, D. (2005). *Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima, Perú: San Marcos.
- Carrera, M. M. (2012). *Factores que intervienen en el desarrollo de las PyMES del sector manufacturero en cinco municipios del área metropolitana de Monterrey, afiliadas a la CAINTRA*. Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México.
- Condorchoa, E. Y., & Gonzales, L. P. (2017). *Análisis de los factores que limitan el desarrollo y crecimiento de la pequeña empresa en Lima, Perú*. Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.



- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social.
- Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*.
- Del Solar, S. (2010). *Emprendedores en el aula*. Santiago de Chile: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundación FUNDAR.
- Díaz de Santos. (1998). *Estrategias de crecimiento*. Madrid, España: Autor.
- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa. (2011). *Diagnostico sobre crecimiento empresarial*. Madrid: Autor.
- Drucker, P. F. (1985). *la innovación y el empresario innovador*. Barcelona, España: EDHASA.
- Escorsa, P., & Valls, J. (2005). *Tecnología e innovación en la empresa* (Segunda ed.). México: Alfaomega.
- Franco, M. (2012). *Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia*. Tesis de doctorado, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España.
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Gomez, E. (2016). *De empresa familiar a familia empresa: Reflexiones*. Guadalajara, México: IMPRE-JAL.
- González, F. J. (2012). *Creación de empresas: guía del emprendedor*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Hernández García, C. A. (2013). Estrategias de crecimiento para las microempresas productoras de helado artesanal. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/12980/1/Tesis%20Hern%C3%A1ndez%20Garc%C3%ADa%20Claudia%20Areli.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (Sexta ed.)*. México: McGraw Hill Education.
- Huanca Escalante, F., & Loayza Astete, H. (2018). La capacitación empresarial y el crecimiento interno de los emprendimientos del proyecto vínculos empresariales en el distrito de Challhuahuacho – Apurímac. Abancay, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/629>
- Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas: conceptos y habilidades directivas* (Segunda ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Ichpas, M. Y., & Ñope, I. O. (2018). *Análisis de los factores que limitaron el crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas (Mypes) de confecciones de prendas de vestir en San Juan de Lurigancho en los últimos 5 años*. Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Julia Igual, J., Melia Marti, E., Villalonga Grañana, I., & Carnicer Andrés, M. P. (2015). El emprendimiento en el sistema universitario. el caso de las universidades de la ciudad de Valencia.



- López, N., Montes, J. M., & Vásquez, C. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. Oleiros, España: Universidad de Oviedo.
- Martínez, D., & Milla, A. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- Munch, L., & Ángeles, E. (2012). *Métodos y técnicas de investigación*. México D.F.: Trillas.
- Nieto, M. M. (2017). *Factores de crecimiento y rentabilidad de las mypes del sector comercial del parque industrial de Villa El Salvador – Lima, 2016*. Tesis de licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.
- Núñez Ladeveza, L., & Núñez Canal, M. (2016). Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora.
- OCDE. (2011). *Iniciativa empresarial, PYME y desarrollo local en Andalucía, España*.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE); Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (EUROSTAT). (2005). *Manual de Oslo: guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (Tercera ed.). París, Francia: Autor.
- Pérez, A. (2013). *Curso ESIC de emprendimiento y gestión empresarial: fuentes de financiación*. Madrid, España: ESIC.
- Pimienta, J., & de la Orden, A. (2017). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). México, D.F.: Pearson Educación.
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios*. México D.F.: Pearson Educación.
- Quispe Altamirano, N. (2017). Factores de éxito para la creación de mypes: caso colectivo integral de desarrollo en la región Apurímac, 2014 - 2016. Andahuaylas. Obtenido de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/296>
- Reyes, R. R., & Ugaz, D. A. (2018). *Evaluación de los factores endógenos competitivos de las microempresas de la urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018*. Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- Ríos, M. (1999). *Diccionario de recursos humanos: organización y dirección*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Rocca, D. E. (2017). *Los factores de éxito competitivo y la problemática del acceso a la financiación: un estudio empírico de las Mipymes en el Perú*. Tesis de doctorado, Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena, España.
- Rocha Jácome, W. H., & Giraldo Gómez, G. d. (2015). Propensión a asumir riesgos, tomar decisiones y tolerar la incertidumbre en los emprendedores de Valledupar.
- Sánchez, G., & Dauahare, M. A. (2002). *Tesis profesional: un problema, una hipótesis, una solución*. México D.F.: UNAM.
- Sánchez, M. J. (2008). *El proceso innovador y tecnológico: estrategias y apoyo público*. España: Netbiblio.
- Santana, F., Dorta, J. A., & Verona, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 165-195.



- Schnarch Kirberg, A. (2022). *Emprendimiento exitoso: Como mejorar su proceso y gestión*.
- Serida, J., Alzamora, J., Guerreo, C., Borda, A., & Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2015-2016*. Lima, Perú: Esan Ediciones.
- Silva, J. E. (2008). *Emprendedor: cree su propia empresa*. México: Alfaomega.
- Silva, M. R. (2016). *Apuntes para la elaboración de un proyecto de investigación social*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Soriano, C. (1998). *Estrategias de crecimiento*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- Urcola, J. L. (2000). *Factores clave de dirección orientadas a la obtención de resultados*. Madrid, España: Esic.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial. arte y ciencia en la creación de empresas* . Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Vásquez, C. (2017). *Educación para el emprendimiento en la universidad*.
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial de las Ciencias.

ANEXOS

Anexo A: Matriz de Consistencia

Título: “Factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay”

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Cómo son los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?	Describir como son los factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.		Características personales del fundador	<ul style="list-style-type: none"> • Educación superior • Formación especializada en gestión • Experiencia en el sector • Experiencia en otro sector • Actitud hacia el riesgo 	<p>Tipo de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación básica <p>Alcance de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación descriptiva <p>Método de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Método deductivo 	<p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental • Encuesta <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de análisis documental • Ficha de encuesta 	<p>Población</p> <p>N = 75 propietarios de emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Como son las características personales del fundador en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay? • ¿Como son las características estratégicas en los emprendimientos del sector 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características personales del fundador en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay • Describir las características estratégicas en los emprendimientos del sector 	Factores de crecimiento	Características estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> • Misión y visión orientada al crecimiento • Estrategia competitiva • Estrategia de crecimiento • Intensión de crecimiento • Orientación innovadora de la estrategia • Dotación tecnológica • Estrategias de comercialización • Orientación al mercado 	<p>Diseño de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño no experimental – Transeccional 		

<p>comidas y bebidas de la ciudad de Abancay?</p>	<p>comidas y bebidas de la ciudad de Abancay</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizativa
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Como son las características financieras en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay? 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características financieras en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay 	<hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de recursos financieros • Facilidad de acceso a financiamiento externo • Acceso a servicios financieros • Uso de técnicas e instrumentos para la gestión financiera
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Como son las características del capital humanos en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay? 	<ul style="list-style-type: none"> • Describir las características del capital humano en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay 	<hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Formación y habilidades técnicas específicas • Criterios de selección e incentivos • Prácticas de comunicación y socialización • Formalización de las prácticas de recursos humanos
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Como son las capacidades organizativas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay? 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las capacidades organizativas en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay 	<hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de innovación tecnológica • Capacidades comerciales • Capacidad interna de generación de conocimiento • Capacidad de aprendizaje

Nota. Elaboración propia.

Anexo B: Encuesta

Se está realizando una investigación que servirá para elaborar una tesis sobre los Factores de Crecimiento en los Emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay. Solicito su colaboración para que conteste algunas preguntas que no llevarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

Los emprendimientos fueron seleccionados según base de datos de la Municipalidad Provincial de Abancay. Las opiniones de todos los encuestados serán sumadas e incluidas en la tesis, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pedimos que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad. No hay respuestas correctas ni incorrectas.

N° Encuesta

Rubro económico	
Tipo de Personería	

Dirección	
Tiempo de Funcionamiento	

I. CARACTERÍSTICAS PERSONALES DEL FUNDADOR

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

N°		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Usted posee educación superior para administrar su negocio	1	2	3	4	5
2	Usted cuenta con formación especializada en gestión para administrar su negocio	1	2	3	4	5
3	Usted cuenta con experiencia empresarial en el sector económico de comidas y bebidas	1	2	3	4	5
4	Usted cuenta con experiencia empresarial en otros sectores económicos	1	2	3	4	5
5	Usted posee una actitud favorable para asumir riesgos en su negocio	1	2	3	4	5

II. CARACTERÍSTICAS ESTRATÉGICAS

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

N°		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
6	Su negocio tiene claramente definida su misión y visión orientada al crecimiento	1	2	3	4	5
7	Dentro de su negocio se aplican estrategias competitivas enfocadas en el crecimiento	1	2	3	4	5
8	Su negocio tiene claramente definidas las estrategias de crecimiento para el mediano y largo plazo	1	2	3	4	5
9	Usted ha definido claramente la intención de crecimiento en el mediano y largo plazo para su negocio	1	2	3	4	5
10	Su negocio está orientado a la innovación estratégica	1	2	3	4	5

11	su negocio cuenta con tecnología moderna y actualizada	1	2	3	4	5
12	Su negocio implementa de manera intensiva estrategias de comercialización	1	2	3	4	5
13	Las estrategias y actividades de crecimiento de su negocio están orientadas hacia el mercado	1	2	3	4	5
14	Su negocio en cuanto al crecimiento se ha favorecido al implementar estrategias organizativas	1	2	3	4	5

III. CARACTERÍSTICAS FINANCIERAS

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Nº		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
15	Usted cuenta con los recursos financieros necesarios para que su negocio a largo plazo acelere su crecimiento	1	2	3	4	5
16	Usted cuenta con acceso al financiamiento externo para acelerar el crecimiento de su negocio a través de la inversión.	1	2	3	4	5
17	Usted accede frecuentemente a servicios financieros para mejorar negocio	1	2	3	4	5
18	Usted utiliza la gestión financiera a través de las técnicas e instrumentos dentro su negocio	1	2	3	4	5

IV. CARACTERÍSTICAS DE CAPITAL HUMANO

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Nº		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
19	Los trabajadores realizan eficientemente su trabajo, al contar con formación y habilidades técnicas requeridas para laborar dentro de su negocio	1	2	3	4	5
20	Dentro de su negocio usted ha definido claramente los criterios de selección y mecanismos de incentivos para resaltar el desempeño de su personal	1	2	3	4	5
21	Dentro de su negocio se emplea efectivamente las prácticas comunicativas y socializativas	1	2	3	4	5
22	Dentro de su negocio se ha formalizado las prácticas de recursos humanos	1	2	3	4	5

V. CAPACIDADES ORGANIZATIVAS

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Nº		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
23	Está de acuerdo en que su negocio dispone de la capacidad necesaria para llevar a cabo la innovación tecnológica	1	2	3	4	5
24	Las capacidades comerciales utilizadas dentro de su negocio son las adecuadas	1	2	3	4	5
25	Usted está de acuerdo en que la capacidad interna dentro de su negocio permite la generación de conocimiento	1	2	3	4	5
26	Usted está de acuerdo en que la capacidad de aprendizaje dentro de su negocio es permanente	1	2	3	4	5

Anexo C: Ficha de validación de instrumentos



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION
Escuela académico profesional de Administración



I. INFORMACION

1.1. DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: MOLLOCONDO Flores, Wilson J.

1.2. DEL AUTOR DE LA INVESTIGACION

Proyecto de Investigación: Factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Responsable: Enríquez Ayma, Silvio Antenor

Instrumento:

Ficha de Encuesta (X)

Formato de Entrevista ()

1.3. FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	VALIDEZ DEL INSTRUMENTO				
			Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulan con lenguaje apropiado				78%	
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables				80%	
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				80%	
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica				77%	
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				80%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias				77%	
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teóricos científicos				80%	
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices				79%	
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema				75%	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				78%	
TOTAL						78%	

II. OPINION DEL EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los Art. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica de Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente documento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

(X) Se valida

() No se valida

Abancay, 18 de setiembre del 2020.

Firma y sello del experto:

UNIVERSIDAD NACIONAL
 MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC

 Dr. Wilson J. Mollocondo Flores
 DOCENTE





UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION
Escuela académico profesional de Administración



I. INFORMACION

1.1 DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: Huamaní Cayllahua, Josue

1.2 DEL AUTOR DE LA INVESTIGACION

Proyecto de Investigación: Factores de crecimiento en los emprendimientos del sector comidas y bebidas de la ciudad de Abancay.

Responsable: ENRÍQUEZ AYMA SILVIO ANTENOR

Instrumento:

Ficha de Encuesta (X)

Formato de Entrevista ()

1.3 FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	VALIDEZ DEL INSTRUMENTO				
			Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulan con lenguaje apropiado				79%	
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables				80%	
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				75%	
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica				79%	
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				80%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias				78%	
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teóricos científicos				80%	
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices				78%	
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema				75%	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				80%	
TOTAL						78%	

II. OPINION DEL EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los Art. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica de Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente documento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

(X) Se valida

() No se valida

Abancay, 15 de setiembre del 2020.

Firma y sello del experto:


 Mg. Josué Huamaní Cayllahua
 Docente ordinario-UNAMBA





UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION
Escuela académico profesional de Administración



I. INFORMACION

1.1 DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: SOTO PAREJA MAXIMO

1.2 DEL AUTOR DE LA INVESTIGACION

Proyecto de Investigación: FACTORES DE CRECIMIENTO EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR COMIDAS Y BEBIDAS DE LA CIUDAD DE ABANCAY.

Responsable: ENRÍQUEZ AYMA SILVIO ANTENOR

Instrumento:

Ficha de Encuesta (X)

Formato de Entrevista ()

1.3 FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	VALIDEZ DEL INSTRUMENTO				
			Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulan con lenguaje apropiado				80%	
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables				78%	
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				75%	
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica				80%	
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				77%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias				80%	
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teóricos científicos				78%	
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices				80%	
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema				78%	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				80%	
TOTAL						79%	

II. OPINION DEL EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los Art. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica de Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente documento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

(X) Se valida

() No se valida

Firma y sello del experto:



Abancay, 30 de setiembre del 2020.



Anexo D: listado de emprendimientos de la ciudad de Abancay

N° Resolución	Mes	Número de Expediente	Fecha ingreso	Razón Social	Giro de Negocio	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	NOMBRE COMERCIAL	N° de RUC	DNI
5	Enero	201900772	14 de enero 2019	MIGUEL ANGEL ARIAS ARANIVAR	RESTAURANTE	MIGUEL ANGEL ARIAS ARANIVAR	JR. AREQUIPA N° 918 ESQ. JR. CHALHUANCA	MIGUEL ANGEL ARIAS ARANIVAR	10310019831	31001983
26	Enero	201902060	28 de Enero 2019	YDRUGO MONZÓN JUANA URSULA	RESTAURANTE	YDRUGO MONZÓN JUANA URSULA	JR. AREQUIPA N° 214 - INTERIOR	SABOR DE URS	10310205937	31020593
27	Enero	201902027	28 de Enero 2019	EMILIA SAUÑE AROSTEGUÍ	RESTAURANTE	EMILIA SAUÑE AROSTEGUÍ	JR. HUANCVELICA N° 603	RESTAURANTE - CEVICHERIA ALEJANDRA	10310103123	31010312
29	Enero	201902192	29 de Enero 2019	MYRIAM SOTOMAYOR CAMACHO	RESTAURANTE	MYRIAM SOTOMAYOR CAMACHO	JR. AREQUIPA N° 1018	RESTAURANT MARLESS'K	10310118228	31011822
44	Febrero	201902551	01 de Febrero 2019	AVELINA CCASA ZANABRIA	RESTAURANTE	AVELINA CCASA ZANABRIA	AV. NUÑEZ N° 510	AVELINA CCASA ZANABRIA	10075264203	7526420
61	Febrero	201903081	06 de Febrero 2019	ANNY JOSEFA NINAPAYTÁN FLORES	RESTAURANTE	ANNY JOSEFA NINAPAYTÁN FLORES	JR. LIMA N° 926	ABANQUINOS DE CORAZÓN	10310417845	31041784
66	Febrero	201903129	06 de Febrero 2019	VIDAL CHIRINOS PALOMINO	RESTAURANTE	VIDAL CHIRINOS PALOMINO	JR. LIMA N° 930	RESTAURANTE ELI	10428845205	42884520
70	Febrero	201903178	06 de Febrero 2019	NORMA HUILLCA PALOMINO	RESTAURANTE	NORMA HUILLCA PALOMINO	JR. AREQUIPA N° 702 - INTERIOR 05	ESTACIÓN PANNEROEK	10068043625	6804362
72	Febrero	201903194	07 de Febrero 2019	VICTOR DAVID ANCCO CALDERON	RESTAURANTE	VICTOR DAVID ANCCO CALDERON	AV. DÍAZ BÁRCENAS N° 509	RESTAURANT ALICIA	17324003371	7252522
77	Febrero	201903416	08 de Febrero 2019	LUIS EDUARDO ENCO REAÑO	RESTAURANTE	LUIS EDUARDO ENCO REAÑO	AV. CIRCUNVALACIÓN N° 1601 - LAS PALMERAS	RESTAURANTE SABOR NORTEÑO	10414885841	41488584
78	Febrero	201903414	08 de Febrero 2019	ELENA CCASANI PUMA	RESTAURANTE	ELENA CCASANI PUMA	AV. CIRCUNVALACIÓN S/N	RESTAURANTE ANDREA	10218609860	21860986
86	Febrero	201903638	11 de Febrero 2019	ARIS CISNEROS GARCIA	RESTAURANTE	ARIS CISNEROS GARCIA	AV. CIRCUNVALACIÓN CON PASAJE JUSTO JUEZ S/N	EL SHIMBILLO	10423835775	42383577
114	Febrero	201901860	25 de Enero 2019	PATY MILAGROS HUAMANI ALLCCA	RESTAURANTE	PATY MILAGROS HUAMANI ALLCCA	AV. ARENAS N° 308-B	VILLA AMANKAY	10475627038	47562703
125	Febrero	201904437	19 de febrero 2019	ROBER TEÓFILO BARRIENTOS CHECCO	RESTAURANTE	ROBER TEÓFILO BARRIENTOS CHECCO	PASAJE GUILLERMO DÍAZ DE LA VEGA S/N	CHECCO'S - FUENTE DE SODA	10310343949	31034394
126	Febrero	201904455	19 de febrero 2019	EHOTROPIA VARGAS CHAHUAYLLA	RESTAURANTE	EHOTROPIA VARGAS CHAHUAYLLA	AV. MALVINAS S/N	MISKI MIKUY	10468925481	46892548
136	Febrero	201904832	22 de febrero 2019	MARILINA HUAMANI ARONE	RESTAURANTE	MARILINA HUAMANI ARONE	JR. JUNÍN N° 547	TODOS VUELVEN	10463581270	46358127
137	Febrero	201904850	22 de febrero 2019	JUAN ORLANDO CATALÁN MONTERREY	RESTAURANTE	JUAN ORLANDO CATALÁN MONTERREY	AV. ABANCAY N° 142	RESTAURANTE LAS DELICIAS DE CATALÁN	10315442171	31544217

140	Febrero	201905056	25 de Febrero 2019	MABEL BACA MONZÓN	RESTAURANTE	MABEL BACA MONZÓN	AV. NUÑEZ N° 114	FAST FOOD ADRIANA	102500 18113	2500 1811
142	Febrero	201905072	25 de Febrero 2019	RUFINA GONZALES CRUZ	RESTAURANTE-CEVICHERÍA	RUFINA GONZALES CRUZ	AV. BRASIL N° 169	RESTAURANTE-CEVICHERÍA OMARES	103116 66822	3116 6682
145	Febrero	201904017	14 de Febrero 2019	INVERSIONES Y PRODUCCIONES J Y M SAC	RESTAURANTE	MARUJA VIVANCO MORALES	AV. ARENAS N° 153	BOHEMIA LOUNGE	206042 01811	2398 4079
166	Marzo	201902249	30 de Enero 2019	DANY AVALOS CUSI	RESTAURANTE	DANY AVALOS CUSI	CALLE MISCABAMBA N° 132	MR. MAMA MIA	104431 42326	4431 4232
174	Marzo	201905402	27 de Febrero 2019	DARCY RODAS UGARTE	RESTAURANTE	DARCY RODAS UGARTE	AV. ARENAS N° 173 - SÓTANO	LA NOCHE DE ABANCAY	101069 05997	1069 0599
183	Marzo	201906379	11 de Marzo 2019	DELIA JUANA PRADA FLORES	RESTAURANTE	DELIA JUANA PRADA FLORES	JR. JUNIN N° 542	DELYS SNACKS CAFÉ RESTAURANT	100884 08433	8840 843
193	Marzo	201904689	14 de Marzo 2019	DANIEL PIPA JACOBE	RESTAURANTE	DANIEL PIPA JACOBE	AV. ARENAS N° 170	RESTAURANT COTARMINO	103100 57237	3100 5723
199	Marzo	201907214	19 de Marzo 2019	BERNARDINA QUINTANA HILARES	RESTAURANTE	BERNARDINA QUINTANA HILARES	AV. BRASIL N° 152	RESTAURANT ENCANTOS DE SIUSA	107365 88639	7365 8863
201	Marzo	201907377	20 de Marzo 2019	NANCY CONSTANTINA ALMANZA MERINO	RESTAURANTE	NANCY CONSTANTINA ALMANZA MERINO	PASAJE PODOCARPUS/CALLE REAL (ÚLTIMA CUADRA)	PODOCARPUS CENTRO DE CONVENCIONES - QUINTA RECREO	103101 25721	3101 2572
202	Marzo	201904661	20 de Febrero 2019	ROMI TELLO PASTOR	CEVICHERÍA RESTAURANTE	ROMI TELLO PASTOR	AV. CHILE N° 270	EL RINCÓN DE LA LIMEÑITA	101009 11219	1009 1121
210	Marzo	201907605	22 de Marzo 2019	INDUSTRIAS DE COMIDAS RANC S.R.L.	RESTAURANTE	RICARDO ALFONSIN NUÑEZ CENTENO	JR. CUSCO N° 213	PAPITOS	206044 03449	7043 0760
219	Marzo	201902186	29 de Enero 2019	MARTHA ARIAS VALVERDE	RESTAURANTE	MARTHA ARIAS VALVERDE	AV. CENTENARIO S/N	RESTAURANTE VIRGEN DE LAS NIEVES	100667 0872	6670 687
223	Marzo	201908088	27 de Marzo 2019	RUTH CALLA QUISPE	RESTAURANTE	RUTH CALLA QUISPE	JR. MARISCAL GAMARRA N° 94	RESTAURANTE MARISOL	107347 43521	7347 4352
227	Marzo	201908387	29 de Marzo 2019	CESAR ASTO HUAMANI	RESTAURANTE	CESAR ASTO HUAMANI	AV. BRASIL S/N	RESTAURANTE ANTABAMBINO ELIAS	104307 62716	4307 6271
228	Marzo	201908383	29 de Marzo 2019	HILARIO RAMOS RAMOS	RESTAURANTE	HILARIO RAMOS RAMOS	AV. BRASIL N° 127	LA TRUJILLANITA	104018 30028	4018 3002
231	Abril	201908592	02 de Abril 2019	WILLIAMS QUISPE SAUÑE	RESTAURANTE		AV. BRASIL N° 501	DON CANGREJO	107077 88131	7077 8813
235	marzo	201907403	21 de Marzo 2019	CAMACHO MATENCIO MARGOTH	RESTAURANTE CEVICHERIA		URB. PATIBAMBA MZ G LTE 6-1ER PISO	RESTAURANT CEVICHERIA EL NORTEÑO	104441 41064	4441 4106
257	MARZO	201906340	08 DE MARZO DEL 2019	GRUCORPP SCRL	RESTAURANTE	SERGIO MACHICAO ACHAHUANCO	AV. CIRCUNVALACION MZ AS-LTE 5	RESTAURANTE EL PAISA	206015 61019	
268	ABRIL	201908555	02 DE ABRIL DEL 2019	PEÑA GARFIAS PAULINA	RESTAURANTE		URB. SAN MARTIN MZ A LTE 02	RESTAURANTE BENJAMIN RODRIGO	104522 34829	4522 3482
274	MAYO	201912248	10 DE MAYO DEL 2019	JOSE MARCO ANTONIO CAMPOS TRUJILLO	RESTAURANTE-POLLERIA		AV. ARENAS S/N	BENTO'S CHICKEN	107066 87209	7066 8720
276	ABRIL	201910003	126 DE ABRIL DEL 2019	SALON DE EVENTOS LA FLORESTA DE FAVIO POZO SAC	RESTAURANTE	ELSA IBAÑEZ DE POZO	AV. PRADO ALTO N°2120	SALON DE EVENTOS LA FLORESTA DE FAVIO POZO S.A.C.	206031 10251	3100 2644
291	MAYO	201911728	07 DE MAYO DEL 2019	YULIZA CONTRERAS RIOS	RESTAURANTE		URB. SAN MARTIN DE PORRES MZ A LTE 3	RESTAURANTE YULI	104461 95391	4461 9539

292	MAYO	201912712	16 DE MAYO DEL 2019	RAFAEL REYNALDO QUISPE RAMIREZ	RESTAURANTE		AV. CANADÁ S/N (PSJ. ALFONSO UGARTE)	RESTAURANTE EL BUEN SAZON	107739 76211	7439 7621
295	ABRIL	201909765	15 ABRIL DEL 2019	VILLARROEL HUAMAN KAREN YANET	RESTAURANTE		AV. CANADÁ ESQUINA LAS MALVINAS S/N	RESTAURANT LISBETH	104213 13445	4213 1344
303	ABRIL	201909773	15 ABRIL DEL 2019	SARAYA CABEZA TADEA	RESTAURANTE		JR. CUSCO N°415	RINCONCITO CHALHUANINO	104665 66263	4665 6626
314	MAYO	201911243	02 DE MAYO DEL 2019	BALLON BENITES MARIA	RESTAURANTE		BARRIO AYMAS S/N	QUINTA RECREACIONAL EL KALYCANTO	103103 30316	3103 3031
317	JUNIO	201914475	05 DE JUNIO DEL 2019	CUARESMA AZARTE VIRGINIA	RESTARANTE		AV. ABANCA Y N°405	RESTAURANTE "EL CALQUEÑO"	101063 70244	1063 7024
318	JUNIO	201914339	04 DE JULIO DEL 2019	SOFIA IRENE RIVAS ÑAHUE	RESTAURANTE		AV. BRASIL S/N (INTERIOR 1ER PISO)	AL FONDO HAY SITIO	104449 80899	4449 8089
321	JUNIO	201915533	14 DE JUNIO DEL 2019	FERNANDEZ LEON EDSON	RESTAURANTE		JR. LIMA N°414	MAMA ESCOLO	107729 10881	7729 1088
330	JUNIO	201915649	17 DE JUNIO DEL 2019	PINTO CASAVARDE KELLY	RESTAURANTE		PASAJE KENEDY K-03	SERVICIO CATERING CASA VERDE	102386 70476	2386 7047
331	JUNIO	201916056	20 DE JUNIO DEL 2019	TELLO PASTOR ROMI	RESTAURANTE-CEVICHERIA		AV. CHILE N°270	EL RINCON DE LA LIMEÑITA	101009 11219	1009 1121
348	JUNIO	201915068	10 DE JUNIO DEL 2019	NUÑEZ CCORIMANYA MARILUZ	RESTAURANTE		AV. PERÚ I-11	RESTAURANTE BONANZA	104767 89023	4767 8902
353	MARZO	201907568	22 de Marzo 2019	FELIX PASCUAL PEDRO CLAUDIO	RESTAURANTE		JR. MARISCAL GAMARRA N°427	RESTAURANTE CHIFA LUANA	101628 52979	1628 5297
354	JUNIO	201907847	26 de Marzo 2019	CONTRERAS RODAS GABY	RESTAURANTE		JR. APURIMAC N°102	RESTAURANTE ALKIMIAS	104197 24837	4197 2483
355	MAYO	201914133	31 DE MAYO DEL 2019	CHICCHON LEON NOE ANTONIO	RESTAURANTE		JR. HUANCAMELICA S/N ESQUINA VICTORIA	RESTAURANTE CEVICHERIA "RINCONCITO PIURANO"	100331 58098	3315 809
361	MAYO	201913082	21 DE MAYO DEL 2019	HUARHUA ASTO CESAR RODOLFO	RESTAURANTE		AV. SEONAE S/N	NUEVA LUNA	104301 43811	4301 4381
381	JULIO	201919149	24 DE JULIO DEL 2019	YOHANA DANITZA CHIRINOS PONCE	RESTAURANTE		PASAJE JOSE MARIA ARGUEDAS S/N	LA ESQUINA DEL SABOR	104434 01623	4434 0162
388	JULIO	201917728	09 DE JULIO DEL 2019	HUAHUALA CORRALES PIO DANIEL	RESTAURANTE		AV. CANADA N°155 (2DO PISO)	RESTAURANTE CHIFA CORRALITO	108007 59477	8007 5947
412	AGOSTO	201920589	12 DE AGOSTO DEL 2019	LOURDES ESPINOZA LOPEZ	RESTAURANTE		AV. EL SOL S/N	SOL ANDINO		4198 6108
425				MIGUEL VALDEZ MAMANI	RESTAURANTE		AV. SAN MIGUEL MZ H LTE 11	RESTAURANTE EL ENCUENTRO	103100 22417	3100 2241
430	AGOSTO	201920170	07 DE AGOSTO DEL 2019	SIERRA CACERES LUZ MARINA	RESTAURANTE		AV. EL SOL MZ E-8	RESTAURANTE "CRISHMAR"	107084 75691	7084 7569

431	AGOSTO	201920318	08 DE AGOSTO DEL 2019	MAMANI TITO ROSIO VIOLETA	RESTAURANTE		AV. CONDEBAMBA S/N	RESTAURANTE "SABOR CUSQUEÑO"	104139 36981	4139 3698
448	AGOSTO	201921310	19 DE AGOSTO DEL 2019	ERICKA RUTH ACHAHUANCO BECERRA	CAFÉ-RESTAURANTE		JR. PUERTO RICO N°104	LA TABERNA DEL ARRIERO	107189 83661	7189 8366
452	ABRIL	201908993	05 de abril 2019	ANCCO CASTILLO MICHAEL JIMMY	RESTAURANTE		JR. 02 DE MAYO N°105	LOS PORTALES	104686 87335	4686 8733
453	AGOSTO	201921952	26 DE AGOSTO DEL 2019	MIRANDA SAUÑE ZORAIDA	RESTAURANTE-CALDERIA		AV. PANAMERICANA KM 8	RESTAURANTE "MAMA SOLE"	104025 64585	4025 6458
467	SETIEMBRE	201923450	12 DE SETIEMBRE DEL 2019	MIRANDA VALENZUELA DAVID	RESTAURANTE		JR. HAITI S/N - URB. LAS AMERICAS	RESTAURANTE CHOQUEKIRAO	104714 8002	4714 8002
468	AGOSTO	201915318	26 DE AGOSTO DEL 2019	INVERSIONES KREA PERU E.I.R.L.	RESTAURANTE	BACA ALRCON FRANK JHOSSEP	PSJ. VALDIVIA S/N	EL PERLA NEGRA	206033 26220	4290 2995
470	SETIEMBRE	201923032	09 DE SETIEMBRE DEL 2019	CHANG REATEGUI CESAR AUGUSTO	RESTAURANTE		AV. LIBERTAD S/N	MR. CHANG S	101036 60497	1036 6049
488	SETIEMBRE	201921823	23 DE AGOSTO DEL 2019	VASILIA HUAMAN HUANACO	RESTAURANTE		AV. PANAMERICANA LTE 2 KM 3	RESTAURANTE MAURY	102557 45471	2557 4547
491	SETIEMBRE	201922149	28 DE AGOSTO DEL 2019	MIGUEL VALDEZ MAMANI	RESTAURANTE		AV. SAN MIGUEL MZ H LTE 11	RESTAURANTE EL ENCUENTRO	103100 22417	3100 2241
500	OCTUBRE	201926024	03 DE OCTUBRE DEL 2019	ESPEJO DAVALOS IGNACIA	RESTAURANTE		JR. AMANCAES S/N (FRENTE AL ESTADIO CONDEBAMBA)	RESTAURANTE "DAVALOS"	100966 77851	9667 785
509	OCTUBRE	201925546	30 DE SETIEMBRE DEL 2019	SAAVEDRA ENRIQUEZ JUAN CARLOS	RESTAURANTE - POLLERIAS		AV. NUÑEZ N°102	RESTAURANTE POLLERIA PAPIÑO'S	104599 54282	4599 5428
510	OCTUBRE	201920715	13 DE AGOSTO DEL 2019	LLACMA CORDOVA WILBER	RESTAURANTE		AV. MIGUEL GUITAR S/N CONDEBAMBA (FRENTE AL CEMENTERIO)	MAMA ISMAELA RESTAURANT PICANTERIA	104372 71670	4372 7167
513	OCTUBRE	201910294	22 DE ABRIL DEL 2019	INGA OQUENDO ROXANA	RESTAURANTE-POLLERIA-PARRILAS		AV. ARENAS N°173	MR "MAMA MIA"	104086 10716	4086 1071
516	OCTUBRE	201914260	03 DE JUNIO DEL 2019	RAMOS HERI HERMOGENES	RESTAURANTE		AV. VENEZUELA N°723	"LOS HERMOS"	107226 58391	7226 5839
519	OCTUBRE	201925961	02 DE OCTUBRE DEL 2019	VELSI GARIFIAS PIMENTEL	RESTAURANTE-POLLERIA		AV. LAS MALVINAS MZ A, LTE 3	POLLERIA RESTAURANTE KOCOROCO'S	106269 48010	6269 4801
536	NOVIEMBRE	201929025	07 DE NOVIEMBRE DEL 2019	ARGAMONTE CARDENAS WALTER	RESTAURANTE			COMPLEJO RECREACIONAL "EL MARINO"	104208 44323	4208 4432

Nota. Municipalidad Provincial de Abancay

Anexo E: Panel fotográfico



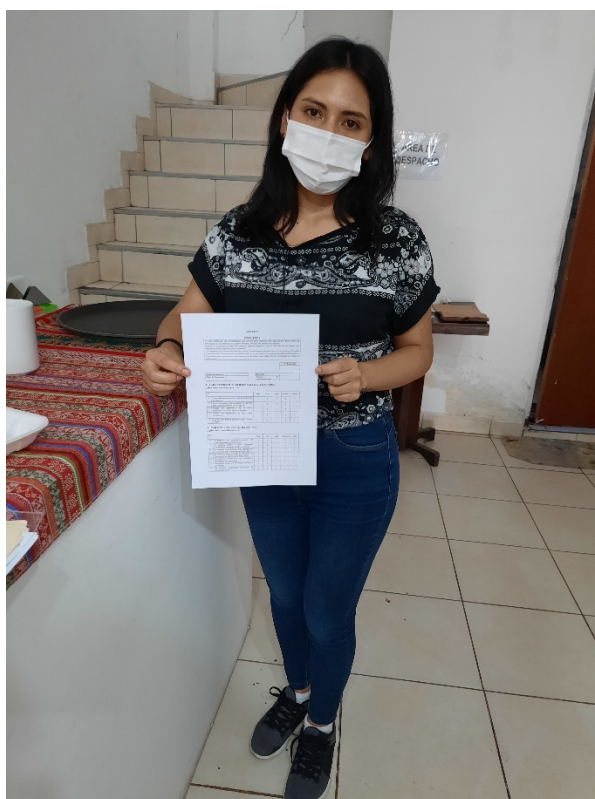
Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)



Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)



Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)



Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)



Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)



Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)



Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)



Aplicación de instrumentos de investigación (encuesta)