

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ECONOMÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS
MYPES DEL CENTRO ARTESANAL CUSCO 2021-2022**

PRESENTADO POR:

BACH. LUIS HUGO ZULOAGA YAÑEZ

BACH. YULMER SOCRATES PHARRY LUQUE

**PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL
DE ECONOMISTA**

ASESOR:

DR. ERNETS BATALLANOS ENCISO

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, Asesor del trabajo de investigación/tesis titulada: Factores que
Determinan el Desarrollo Empresarial de las MYPES del
Centro Artesanal Cusco 2021-2022.

presentado por: Luis Hugo Zuloaga Yañez con DNI Nro.: 73076289

presentado por: Yulmer Socrates Pharry Luque con DNI Nro.: 75438313

para optar el título profesional/grado académico de Economista

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 20 de AGOSTO de 2024


Firma
Post firma Dr. Ernets Barallanos Enciso

Nro. de DNI 31032824

ORCID del Asesor 0000 - 0002 - 6551 - 8746

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid:27259:372909526

NOMBRE DEL TRABAJO

FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL CENTRO ARTESANAL CUSCO 2021 2022.

AUTOR

YULMER PHARRY LUQUE

RECUENTO DE PALABRAS

25490 Words

RECUENTO DE CARACTERES

142383 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

145 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

403.7KB

FECHA DE ENTREGA

Aug 14, 2024 11:45 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 14, 2024 11:47 AM GMT-5

● **10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 13 palabras)



DEDICATORIA

A nuestro señor Dios, quien está siempre guiando mis pasos y brindándome la bendición en mi vida profesional a lado de mi hermosa familia, manteniéndonos siempre unidos. A los grandiosos padres que me dio la vida, Celestina Luque Ñahuis y Rosendo Oswaldo Pharry Ccapchi y hermanos, Rosa, Jimmy, Flor, mi sobrina Mia Victoria, por su apoyo incondicional en cada paso que doy a pesar de la distancia, me demuestran su amor, su preocupación y su valiosa confianza de destacar como profesional en la vida.

Y por último, en memoria de mi tío Alejo Yuca Turpo, mi abuelita en vida Mery Pharry de Fernandez, mis primos y tíos quienes me abrieron las puertas de su hogar durante mi preparación universitaria forjándome sus valores y ser ese motivo de superación.

Yulmer S. Pharry L.

Dedico esta tesis en primer lugar a nuestro Señor Creador, en cada paso, en cada desafío, encontré consuelo y fortaleza. A mis amados padres Adela Yañez T. y Luis F. Zuloaga A., cuyo amor y apoyo inquebrantable ha sido mi brújula en mi vida y en esta Travesía formativa.

A mi tío Henry Yañez por sus consejos que ha sabido orientarme en la vida, por ser el apoyo en mi vida profesional y en mis logros, por ser mi admiración y un gran profesional a seguir.

A mi hermana y a mi amada abuela Maria Teresa, que ambas fueron fortaleciendo mi camino con su amor y sabias enseñanzas.

A mi amada novia, quien es mi fuente de apoyo, alegría y equilibrio durante estos años juntos y a todos mis familiares, docentes, amigos y compañeros quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegría y confianza.

Luis H. Zuloaga Y.

Y finalmente a todos aquellos que creen en la libertad de pensamiento, en la exploración sin límites y en el poder transformador del aprendizaje.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios y a la vida, por brindarnos esta oportunidad de ser profesionales éticos que forjamos un presente y un futuro mejor para nuestra región y nuestro país.

A nuestros familiares, nuestros padres, hermanos, quienes se sienten orgullosos de nosotros por crecer como profesionales y así logran brindarnos su motivación, cariño y afecto hacia nosotros para seguir adelante en la vida.

*A nuestro estimado asesor **Dr. Ernests Batallanos Enciso**, por ser un excelente profesional, por acompañarnos durante toda la etapa del presente trabajo de investigación, por sus consejos, su generosidad, disponibilidad y tiempo dedicado.*

*A nuestros **docentes y compañeros** de la Facultad de Economía, por acompañarnos y transmitirnos conocimientos en el trayecto de nuestra formación profesional, por ser parte de nuestros aprendizajes, logros, caídas y consejos.*

Al presidente y la junta directiva del Centro Artesanal del Cusco, por brindarnos todo su apoyo en la información y en la recolección de datos del presente trabajo.

A nuestra querida casa de estudios Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y nuestra Facultad de Economía, donde aprendimos y nos formamos como profesionales, vivimos muchas experiencias y nos llevamos gratos momentos en nuestro corazón con las amistades de docentes y compañeros para toda la vida.

Luis Hugo y Yulmer Sócrates.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE.....	iii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
PRESENTACIÓN.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema de investigación.....	1
1.1.1. Caracterización de la investigación.....	1
1.1.2. Formulación del problema.....	5
1.2. Objetivos de la investigación.....	5
1.2.1. Objetivo general.....	5
1.2.2. Objetivo específico.....	6
1.3. Justificación de la investigación.....	6
1.3.1. Justificación metodológica.....	6
1.3.2. Justificación practica.....	6
1.4. Delimitación de la investigación.....	7

1.4.1. Alcance temporal	7
1.4.2. Alcance espacial.....	7
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Estado del arte	8
2.1.1. Antecedentes internacionales	8
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	11
2.1.3. Antecedentes locales.....	13
2.2. Bases Teóricas	16
2.2.1. Desarrollo empresarial.....	16
2.2.2. Economía de escala	19
2.2.3. Competitividad empresarial.....	20
2.2.4. Capital Financiero.....	21
2.2.5. Capital humano.....	22
2.2.6. Mercado	25
2.2.7. Teoría de la producción	26
2.2.8. Proceso de producción.....	28
2.2.9. Teoría de la innovación	29
2.2.10. Teoría de la competitividad	30
2.2.11. Teoría de la selección natural empresarial	31
2.2.12. Teoría sobre las economías de aprendizaje	32
2.3. Marco conceptual.....	33

2.4. Hipótesis y variable.....	36
2.4.1. Hipótesis	36
2.4.2. Variable.....	36
2.5. Operacionalización de las variables.....	37
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1. Tipo de investigación.....	39
3.2. Nivel de investigación	39
3.3. Enfoque de investigación.....	39
3.4. Diseño de investigación.....	39
3.5. Método de investigación.....	40
3.6. Población y muestra.....	40
3.6.1. Población.....	40
3.6.2. Determinación de la muestra	40
3.7. Técnica de investigación.....	41
3.8. Instrumentos de investigación.....	41
3.9. Técnica de análisis de datos	41
CAPITULO IV: RESULTADOS	43
4.1. Resultados descriptivos.....	43
4.2. Análisis correlacional.....	100
4.2.1. Prueba de normalidad	100
4.2.2. Prueba de hipótesis por objetivos	101

4.3. Discusiones de estudio.....	109
CONCLUSIONES.....	112
RECOMENDACIONES	114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116
ANEXOS	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diamante de Porter	30
Figura 2. Responsabilidad social en el centro artesanal del Cusco	43
Figura 3. Sexo del encuestado	46
Figura 4. Estado civil	47
Figura 5. Grado de instrucción alcanzado	49
Figura 6. ¿Cuánto tiempo se dedica a esta actividad (o trabajo en caso de ser empleado)?...50	50
Figura 7. ¿Cuántos años ya vive en nuestra ciudad?	52
Figura 8. ¿En qué provincia radica?	53
Figura 9. ¿Qué actividad económica se dedicaba antes de su negocio actual?	55
Figura 10. ¿Usted ha solicitado o tiene crédito en alguna entidad financiera?.....56	56
Figura 11. ¿Cumple puntualmente con sus obligaciones financieras de pago de cuotas?.....58	58
Figura 12. ¿Usted ahorra en alguna entidad financiera?.....59	59
Figura 13. Para la apertura de su negocio, usted aporto con alguna parte de sus ingresos propios.....61	61
Figura 14. Para el aumento del tamaño de su negocio, ¿usted reinvierte parte de sus ingresos propios?.....62	62
Figura 15. Usted vende a través de venta indirecta (hoteles, restaurantes, etc.).....67	67
Figura 16. ¿Usted vende a través de venta Transaccional directa?	68
Figura 17. Venta por Teléfono.....70	70
Figura 18. Ventas por internet	72
Figura 19.73	73
Figura 20. Experiencia.....75	75
Figura 21. Conocimiento del puesto	76
Figura 22. Capacidades.....78	78

Figura 23. Pro actividad.....	79
Figura 24. Liderazgo.....	81
Figura 25. Trabajo en equipo.....	83
Figura 26. Trabajo bajo presión.....	85
Figura 27. ¿Usted ha introducido bienes y servicios nuevos en su negocio?.....	87
Figura 28. Realiza mejoras de los productos que expende (retoques, cocidos, ilaciones)	89
Figura 29. Realiza mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes que ofrece	91
Figura 30. Su empresa aplica o hace uso de herramienta tecnológicas	92
Figura 31. Implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien	94
Figura 32. Introduce cambios significativos en el diseño estético o presentación de producto	95
Figura 33. Desarrolla nuevas formas de prestación del servicio al cliente.....	97
Figura 34. ¿Tiene un producto que nadie más posea en su sector?	98
Figura 35. Calidad del producto	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Responsabilidad social en el centro artesanal del Cusco	43
Tabla 2. Edad del encuestado.....	44
Tabla 3. Sexo del encuestado	45
Tabla 4. Estado civil.....	47
Tabla 5. Grado de instrucción alcanzado	48
Tabla 6. ¿Cuánto tiempo se dedica a esta actividad (o trabajo en caso de ser empleado)?	50
Tabla 7. ¿Cuántos años ya vive en nuestra ciudad?	51
Tabla 8. ¿En qué provincia radica?	53
Tabla 9. ¿Qué actividad económica se dedicaba antes de su negocio actual?	54
Tabla 10. ¿Usted ha solicitado o tiene crédito en alguna entidad financiera?	56
Tabla 11. ¿Cumple puntualmente con sus obligaciones financieras de pago de cuotas?	57
Tabla 12. ¿Usted ahorra en alguna entidad financiera?	59
Tabla 13. Para la apertura de su negocio, ¿usted aporto con alguna parte de sus ingresos propios?.....	60
Tabla 14. Para el aumento del tamaño de su negocio, ¿usted reinvierte parte de sus ingresos?	62
Tabla 15. Monto de inversión inicial para la apertura de su empresa.....	63
Tabla 16. A la actualidad cuanto es el capital	64
Tabla 17. A la actualidad cuanto es el capital financiero.....	65
Tabla 18. Usted vende a través de venta indirecta (hoteles, restaurantes, etc.)	66
Tabla 19. ¿Usted vende a través de venta Transaccional directa?	68
Tabla 20. Venta por Teléfono	69
Tabla 21. Ventas por internet.....	71
Tabla 22. Venta en las redes sociales.....	73

Tabla 23. Experiencia	74
Tabla 24. Conocimiento del puesto.....	76
Tabla 25. Capacidades	77
Tabla 26. Pro actividad	79
Tabla 27. Liderazgo	80
Tabla 28. Trabajo en equipo	82
Tabla 29. Trabajo bajo presión	84
Tabla 30. ¿Usted ha introducido bienes y servicios nuevos en su negocio?.....	86
Tabla 31. Realiza mejoras de los productos que expende (retoques, cocidos, ilaciones).....	88
Tabla 32. Realiza mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes que ofrece	90
Tabla 33. Su empresa aplica o hace uso de herramienta tecnológicas.....	92
Tabla 34. Implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien	93
Tabla 35. Introduce cambios significativos en el diseño estético o presentación de producto	95
Tabla 36. Desarrolla nuevas formas de prestación del servicio al cliente	96
Tabla 37. Prueba de normalidad	101
Tabla 38. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 1	102
Tabla 39. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 2	103
Tabla 40. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 3	104
Tabla 41. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 4	105
Tabla 42. Prueba de hipótesis para el objetivo general.....	107

PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, reciba un cordial saludo de los bachilleres Luis Hugo Zuloaga Yañez y Yulmer Socrates Pharry Luque, quienes ponemos a vuestra consideración y ante los Señores Dictaminantes e integrantes del jurado calificador la tesis intitulada: **“FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL CENTRO ARTESANAL CUSCO 2021-2022”** con el objeto de optar al Título Profesional de Economista y en correspondencia del estatuto de Grados y Títulos.

Con el propósito de la tesis, estudiamos los importantes factores que determinan el desarrollo empresarial en las micro y pequeñas empresas del Centro Artesanal Cusco durante el periodo 2021 – 2022, puesto que analizamos elementos (capital financiero, capital humano, proceso de producción final e innovación tecnológica), que permiten dimensionar el desarrollo empresarial de estos agentes económicos.

Cualquier sugerencia u observación será beneficioso para acrecentar nuestras “sapiencias profesionales”.

Los tesisistas.

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito fundamental determinar los factores determinantes que explican el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021 - 2022. En referencia a la metodología de estudio es de tipo básico, con enfoque cuantitativo, por otro lado, el diseño de estudio es no experimental de corte transversal, por último, el método utilizado es el razonamiento hipotético, que implica el proceso de partir de ciertas afirmaciones como suposiciones y tratar de refutar o falsear esas suposiciones, llegando a conclusiones que deben compararse con la realidad. En los resultados se demostró que los factores determinantes influyen directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021 - 2022. El coeficiente de correlación se Rho de Spearman para el capital financiero, capital humano, proceso de producción final y la innovación tecnológica fue de 0.285, 0.542, 0.387 y 0.67 respectivamente, todas las variables son significativas, lo que indicó que se presentó una relación directa y significativa entre los factores determinantes y el desarrollo empresarial; asimismo, la sig. es igual 0.00 y este es menor a 0.05, por ende, se acepta la H_a y se rechaza la H_o , es decir, los factores determinantes influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021 - 2022. Por otro lado, el factor más influyente fue la innovación tecnológica y el menos influyente el capital financiero.

Palabra clave: Factores determinantes, Desarrollo empresarial, capital humano, capital financiero y conocimiento tecnológico (innovación).

ABSTRACT

The fundamental purpose of the research was to determine the predominant factors that explain the business development of MYPES of the Cusco 2022 Artisan Center. In reference to the study methodology, it is basic, with a quantitative approach, on the other hand, the study design is non-experimental. cross-sectional, finally, the method used is hypothetical reasoning, which involves the process of starting from certain statements as assumptions and trying to refute or falsify those assumptions, reaching conclusions that must be compared with reality. The results showed that the predominant factors directly and significantly influence the business development of MYPES of the Cusco 2022 Artisan Center. The correlation coefficient was Spearman's Rho for financial capital, human capital, production process and technological innovation. 0.285, 0.542, 0.387 and 0.67 respectively, all variables are significant, which indicated that a direct and significant relationship was presented between the predominant factors and business development; likewise, the following is equal to 0.00 and this is less than 0.05, therefore, the H_a is accepted and the H_o is rejected, that is, the predominant factors directly and significantly influence the business development of MYPES of the Cusco 2022 Craft Center. On the other hand, the The most influential factor was technological innovation and the least influential was financial capital.

Keyword: Determining factors, business development, human capital, financial capital and technological knowledge (innovation).

INTRODUCCIÓN

El Centro Artesanal Cusco reconoce la necesidad de identificar y aprovechar factores favorables para el crecimiento, subrayando la falta de un estudio de mercado que guíe la formulación de estrategias y la creación de valor. Esta carencia se manifiesta en una oferta de productos poco diferenciados en comparación con la competencia. En este sentido, el Centro Artesanal Cusco necesitaría la posibilidad de aplicar un estudio para comprender las proyecciones de venta, las preferencias del mercado y, posiblemente, algunas características de la competencia.

En el **primer capítulo** la investigación se enfoca en explorar y detallar el problema a estudiar. Aquí se describe con detalle la esencia del problema, se define específicamente el aspecto que será investigado y se formula con precisión. Además, se establecen claramente los objetivos de la investigación, se argumenta la importancia de llevar a cabo este estudio, se proponen posibles explicaciones que serán sometidas a prueba y se define cómo se medirán las distintas características que se estudiarán.

En el **segundo capítulo** se exponen los fundamentos esenciales que respaldan la investigación. Aquí se abordan los antecedentes relevantes, se exploran las bases teóricas que sustentan el tema, se examina el contexto legal pertinente y se desarrolla el marco conceptual. Estos contenidos ofrecen un respaldo sólido y amplio que fortalece la investigación y proporciona un apoyo integral a su desarrollo.

En el **tercer capítulo** se detalla el enfoque metodológico empleado en este estudio. Se comienza identificando el tipo y nivel de la investigación, así como el diseño metodológico utilizado. Luego se establecen las unidades de estudio y se determina el tamaño de la muestra a investigar. Después, se eligen las técnicas de investigación pertinentes, junto con los instrumentos más adecuados para llevar a cabo la recopilación de datos.

En el **cuarto capítulo** se analiza en detalle el diagnóstico y resultados del área de estudio, centrándose específicamente en la situación de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Centro Artesanal Cusco. Se exploran aspectos clave como las características inherentes a estas empresas y los factores relevantes que impactan en su desarrollo económico. Este análisis proporciona una comprensión profunda de la situación actual de las MYPES en ese contexto específico.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema de investigación

1.1.1. Caracterización de la investigación

A nivel internacional las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen un pilar fundamental para impulsar un crecimiento económico sostenible. No solo contribuyen a la generación de riqueza, sino que también demuestran una capacidad dinámica para identificar, aprovechar y desarrollar nuevas actividades productivas (Delfín y Acosta, 2016). Asimismo, la ONU (2024) destacó “la importancia de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (MIPYME) y de la economía circular. Este tipo de empresas, que representan el 90% de las empresas, más del 70% del empleo y el 50% del PIB mundial, siguen siendo el núcleo de la economía de la mayoría de las sociedades apuntó la organización”.

A nivel global estas organizaciones poseen la flexibilidad necesaria para adaptarse rápidamente a las últimas tecnologías, ya que su estructura de planificación y organización no está tan vinculada a grandes capitales. Su permanencia en entornos altamente competitivos depende de un continuo desarrollo empresarial que les permita expandirse y fomentar la innovación. Para mantenerse vigentes en mercados altamente competitivos, estas PYMES deben concentrarse en alcanzar un nivel de desarrollo empresarial que les brinde la capacidad de evolucionar y crear de manera constante (Delfín y Acosta, 2016).

Naciones Unidas (2024) afirmó que en América Latina las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) representan la mitad de todos los empleos, el 90% de la estructura económica y el 28% del PIB, pero ni siquiera son tomadas en cuenta. Las microempresas en América Latina son un tema importante de política pública en la región, pero sólo el 45% de las MIPYMES sobreviven más de dos años, en comparación con el 80% de las empresas europeas.

Por otro lado, en el país, según datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) 2022, “el sector privado del Perú está conformado por pequeñas y medianas empresas, y el 96.4% de los empleadores del país son MYPE. El mundo empresarial del Perú es 91% afectados por más de 100.000 participaciones, lo que demuestra su importancia en la economía del país, brindando ingresos a las familias y sus empresas en la economía peruana (el número de MYPES en 2022 en comparación con 2019 (es decir, el número de MYPES en 2022, registrado antes la pandemia de COVID-19)” (Comex Perú, 2022)

“El inicio de la recuperación económica luego de la pandemia de Covid-19 también está relacionado con el cambio en las ventas Según datos de ENAH, las ventas totales de las MYPES en 2022 se estiman en Nueva Zelanda. \$158.017 millones, lo que supone un 46% respecto al dato reportado en 2021”. ComexPerú (2022) en este contexto, el desarrollo empresarial, siguiendo la perspectiva de González (2014), este concepto engloba, “las acciones enfocadas en modificar aspectos dentro de una empresa con el propósito claro de impulsar su crecimiento y optimizar su desempeño”. Estas acciones pueden abarcar estrategias destinadas a expandir su presencia en el mercado o a fortalecer su competitividad frente a otros actores del sector.

Así mismo González (2014), precisa que: “El ciclo de vida empresarial ciertamente implica una evolución que abarca períodos de crecimiento y etapas de crisis que, en ocasiones, pueden ser bastante volátiles”.

Por otro lado, las micro y pequeñas empresas (MYPES) para que puedan mantenerse competitivas en el mercado, es fundamental que logren un crecimiento empresarial que les permita aumentar su rentabilidad, tanto a nivel económico como financiero. En este sentido, es crucial que estas empresas expandan sus horizontes y busquen oportunidades no solo a nivel local, sino también internacional. Esta visión también se enfoca en la motivación del

empresario, la cual influye directamente en su proceso de toma de decisiones y orienta su comportamiento y actitudes hacia el desarrollo continuo de su empresa (Aliaga, 2021).

Entre 1997 y 2008, el apoyo del Estado a las pequeñas empresas en Perú se canalizó con PROMYPE y 22 planes del gobierno. Es por ello que se instauró el viceministerio en el Ministerio de Trabajo y Empleo, el incremento de capital en Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE). Sin embargo, actualmente todo el apoyo se ha transferido al sector privado. Los microempresarios perciben el contexto de manera negativa, ya que, según encuestas, el 57% cree que la nueva ley de MYPE no facilita la creación y desarrollo de negocios, mientras que el 34% no respondió por no sentirse beneficiado por dicha ley.

Históricamente, las micro y pequeñas empresas (MYPE) en Perú han sido tratadas como de baja prioridad tanto por el Estado como por la sociedad. No obstante, han logrado una relevancia nacional gracias al esfuerzo y talento de numerosos microempresarios. Por otra parte los microempresarios dedicados al sector artesanal y que se encuentran enfocados en la exportación consideran que reciben poco o ningún apoyo promocional del Estado. Aunque el 57% ha operado formalmente por más de cinco años, la mayoría (63%) comenzó de manera informal debido a los altos impuestos, lo cual les impidió establecerse legalmente desde el inicio Gonzales et al. (2018).

El estudio se llevará a cabo en el Centro Artesanal Cusco, en la cual se observa una cierta dependencia con la fluctuación del turismo en la ciudad, en relación a su actividad propia. Esta situación ha limitado su capacidad para desarrollarse como empresa, impidiéndoles incursionar en otros mercados, tanto locales como internacionales. Como resultado, el centro artesanal del Cusco no ha logrado establecer un crecimiento empresarial efectivo.

Examinar estos factores esencialmente contribuirá a identificar oportunidades y estrategias para fortalecer su posición en el mercado.

Es por ello que las MYPES, incluyendo el centro artesanal Cusco, necesitan un sólido desarrollo empresarial para alcanzar una mayor rentabilidad económica y financiera. Sin embargo, el centro artesanal de acuerdo a su clara dependencia del sector turístico a diferencia de otras actividades económicas, hace que sea vulnerable ante las fluctuaciones del mercado turístico, lo que afecta sus ventas y actividades secundarias. Este contexto resalta la necesidad de diversificar estrategias de desarrollo que no dependan exclusivamente del turismo.

Siendo el centro más grande de la ciudad, con 305 tiendas y una amplia gama de productos, el Centro Artesanal Cusco tiene un gran potencial para seguir creciendo. A pesar de ello, la dependencia de créditos como fuente principal de financiamiento, resalta la importancia de investigar el acceso al capital financiero y su impacto en el desarrollo empresarial del centro artesanal. Evaluar el grado de competitividad entre los productores y comerciantes del centro es esencial. Aspectos como conocimientos, experiencia, calidad de atención al cliente y capacidad de ventas son vitales para mejorar el desarrollo empresarial. El capital humano se destaca como un factor clave en esta mejora. La variabilidad en los procesos de producción y la calidad de los productos entre diferentes productores y comerciantes del centro artesanal es un aspecto a considerar. El uso de materiales, técnicas, originalidad e innovación influyen en la calidad del producto y en los canales de venta utilizados. Explorar cómo estandarizar y mejorar estos aspectos podría potenciar el crecimiento del centro artesanal.

Es necesario poder medir el grado de competitividad de los productores y comerciantes, a nivel de conocimientos, experiencia, calidad de atención y finalmente ventas que tienen entre ellos, puesto que el factor del capital humano, se conoce como uno de los indispensables para la mejora del desarrollo empresarial, lo interesante es medir en cuanto se da esta dimensión.

Finalmente, el proceso de producción final que genera cada empresario, difiere de sus competidores, lo cual define a su vez en la calidad del producto, ya sea en materiales y técnicas que utilizan para elaborar la artesanía, así como un componente de originalidad e innovación,

lo cual delimita así mismo los canales de ventas que tienen los diferentes productores y comerciantes.

El estudio se trata de la identificación de aquellos factores potenciales de este sector tan sensible, y con ello poder mejorar el nivel de ventas y por ende de rentabilidad que tienen estos negocios.

1.1.2. Formulación del problema

Problema general

¿Cuáles son los factores determinantes que explican el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022?

Problemas específicos

- ✓ ¿Cuál es la influencia del capital financiero en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021- 2022?
- ✓ ¿Cómo es la relación entre el capital humano y el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022?
- ✓ ¿Cuál es la influencia del proceso de producción final en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022?
- ✓ ¿Cómo es la relación entre la innovación tecnológica y el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022?

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Determinar los factores determinantes que explican el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.

1.2.2. Objetivo específico

- ✓ Medir la influencia del capital financiero en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.
- ✓ Determinar la relación entre el capital humano y el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.
- ✓ Calcular la influencia del proceso de producción final en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.
- ✓ Determinar la relación de la innovación tecnológica con el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación metodológica

La presente investigación tiene una relevancia metodológica en vista al cuestionario enfocado a la realidad regional de las MYPES, que se formulara, a partir de las dimensiones establecidas de estudio, y la variable. Por otra parte, el cuestionario formulado se validará por medio de juicio de expertos y tendrá una evaluación de confiabilidad para determinar la aplicabilidad del mismo, el método utilizado es el razonamiento hipotético, que implica el proceso de partir de ciertas afirmaciones como suposiciones y tratar de refutar o falsear esas suposiciones, llegando a conclusiones que deben compararse con la realidad, es por ello que la investigación tendrá una relevancia metodológica.

1.3.2. Justificación practica

En cuanto a la aplicabilidad de la investigación, los resultados obtenidos podrán contribuir al incremento de la competitividad y productividad de la actividad artesanal en la ciudad del Cusco, puesto que la economía local esta fomentada por el turismo, así como las

actividades que complementan el desarrollo de este sector susceptible a contextos sociales negativos. Esto, a su vez, podría mejorar el nivel de ingresos de los comerciantes artesanales y fomentar una mayor producción regional, facilitando así su rápida inserción en el mercado internacional. Por lo tanto, la relevancia práctica de este estudio se justifica en el sector mismo y en la mejora de sus ventas.

1.4. Delimitación de la investigación

1.4.1. Alcance temporal

La investigación tendrá un alcance temporal ubicado en los años 2021 - 2022, puesto que la recopilación de datos se realizó en un momento dado de este periodo, por tanto fue de fuente primaria.

1.4.2. Alcance espacial

La investigación tendrá se desarrollará en las diferentes MYPES del centro artesanal Cusco.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

2.1.1. Antecedentes internacionales

González (2021), en su investigación tuvo como propósito “analizar la influencia de la innovación, la tecnología, la gestión empresarial, la calidad y la comercialización, en la competitividad de las MIPYMES artesanales en la región Pátzcuaro- Zirahuén del Estado de Michoacán que contribuyen en el desarrollo económico y cultural del área”, para lo cual, utilizó datos provenientes de fuente primaria, el instrumento que utilizó fue el cuestionario y la técnica fue la encuesta, la metodología fue de diseño correlacional y método cuantitativo, a partir de ello concluyó que, la innovación presentó una relación directa y significativa con la competitividad, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.927 (correlación positiva muy alta), la tecnología presentó una relación directa y significativa con la competitividad, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.825 (correlación positiva alta), la gestión empresarial presentó una relación directa y significativa con la competitividad, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.706 (correlación positiva alta), la calidad presentó una relación directa con la competitividad, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.333 (correlación positiva baja), finalmente, la comercialización presentó una relación directa y significativa con la competitividad, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.382 (correlación positiva muy alta).

Ibarra et al. (2017), en su investigación tuvieron como objetivo “determinar el nivel de competitividad empresarial de las PYMES manufactureras de Baja California y se identificó las áreas que, dentro de ellas, influyeron en dicha competitividad”, para lo cual, utilizaron datos provenientes de fuente primaria, el instrumento de medición fue el cuestionario y su técnica de aplicación fue la encuesta. Según su enfoque metodológico, el estudio adoptó carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal, puesto que a partir de ello se concluyeron que,

el 54% de las medianas empresas exhibe un bajo nivel de competitividad, si bien es destacable un grupo minoritario del 30% presentó niveles considerablemente altos. En cuanto a las pequeñas empresas, el 41% se situó en la categoría de bajo nivel de competitividad, mientras que el 46% se midió en un nivel medio. En términos generales, en todos los subsectores se manifestó una oscilación entre los niveles bajo y medio, aunque se apreció una tendencia a la disminución. Cabe destacar el subsector de maquinaria y equipo, donde el 66% mostró un nivel bajo y el resto alcanzó un nivel muy alto. En virtud de estos hallazgos, concluyeron que la competitividad a nivel micro o empresarial brindó una comprensión específica de las actividades llevadas a cabo por la empresa en diversas áreas. Este tipo de competitividad se pudo considerar de suma importancia, dado que la empresa misma tuvo control directo sobre las variables que le permitieron desarrollarse y consolidarse en el mercado.

Hernández et al. (2007) en su investigación tuvieron como propósito “identificar factores de éxito para el sector artesanal mexicano, utilizando la habilidad de los negocios para adquirir y coordinar sus recursos y capacidades”, utilizaron datos provenientes de fuente primaria, el instrumento que utilizaron fue el cuestionario y la técnica fue la entrevista, la metodología fue de corte estadístico, hizo un análisis de correlación bivariada que le permitió seleccionar las medidas de éxito los cuales tienen mayor número de índices de correlación significativos con los factores de éxito, a partir de ello concluyeron mediante el análisis de correlación bivariada de Pearson que, el factor de éxito, satisfacción con el negocio presentó una relación directa y significativa con el impacto del financiamiento, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.328 (correlación positiva baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con el empaque del producto, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.232 (correlación positiva baja) y por último con el precio del producto presentó también una relación directa y significativa, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.253 (correlación positiva baja).

Así mismo, el factor de éxito, ingresos en ventas presentó una relación directa y significativa con la capacidad en el manejo del proceso, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.157 (correlación positiva muy baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la innovación administrativa, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.217 (correlación positiva baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la tecnología de producción, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.235 (correlación positiva baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la tecnología de administración, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.458 (correlación positiva moderada), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con el empaque del producto, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.215 (correlación positiva baja), y por último presentó una relación directa y significativa con la diferenciación de productos, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.207 (correlación positiva baja).

El factor de éxito, crecimiento del negocio presentó una relación directa y significativa con la capacidad en el manejo del proceso, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.197 (correlación positiva muy baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la innovación administrativa, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.218 (correlación positiva baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la diferenciación de productos, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.211 (correlación positiva baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa al 95 % de confianza con la información sobre el producto, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.132 (correlación muy baja), y por último presentó una relación significativa con el precio del producto, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.128 (correlación positiva baja).

El factor de éxito, tamaño del negocio presentó una relación directa y significativa con la innovación administrativa, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.168 (correlación positiva muy baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la tecnología en

administración, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.408 (correlación positiva moderada), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la empaque de productos, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.180 (correlación positiva muy baja), este mismo factor presentó una relación directa y significativa con la diferenciación de productos, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.139 (correlación positiva muy baja), y por ultimo presentó una relación directa y significativa con el precio del producto, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.172 (correlación positiva muy baja).

2.1.2. Antecedentes nacionales

Heredia (2018), en su investigación tuvo como propósito “determinar la causa principal del bajo nivel de desarrollo de las empresas constructoras de los distritos de Tarapoto, Morales y la Banda de Shilcayo”, consideró una población de 55 empresas con una muestra de 20 empresas, para lo cual utilizó datos provenientes de fuente primaria. Para el estudio utilizó la metodología de tipo correlacional, En relación a los resultados obtenidos, observó un coeficiente de Cronbach de 0,838, así como los coeficientes de Alpha de Cronbach al eliminar individualmente cada ítem de los obtenidos. Según estos datos, todos los ítems superan sin excepción el umbral de 0.7, lo cual sugirió que los ítems están relacionados con la subdimensión de Nivel de Inversión, el cual dio un aporte relevante para la variable de desarrollo empresarial, formularon de manera acertada y consideró completamente aceptables. Esta evidencia respaldó de manera contundente la afirmación de que el nivel de desarrollo de las empresas constructoras guarda una conexión sumamente fuerte con la ejecución de la Gestión Administrativa en estas compañías, bajo las condiciones examinadas. En consecuencia, concluyó que la gestión administrativa desempeña un aspecto de gran relevancia como causa primordial del desarrollo en las empresas constructoras. Además, presentó de manera relevante un modelo destinado a impulsar el desarrollo empresarial sostenible de estas empresas en la Región San Martín.

Talavera (2018) en su investigación tuvo como objetivo “identificar los factores que restringen el desarrollo económico y social de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) en el Perú”, la metodología que empleó fue de tipo aplicado, no experimental y correlacional. En relación a los resultados obtenidos, destacó una correlación significativa con un nivel de confianza del 99%, representada por "r" con un valor de 0.196, basado en una muestra de tamaño "n" igual a 73. La significancia de esta relación evidenció con un nivel extremadamente bajo de 0.000, señalando una influencia adversa de los factores externos en el progreso económico de las micro y pequeñas empresas. Dedujo del estudio la identificación de varios factores que impactan el desarrollo de las MYPES en el contexto peruano. Entre los aspectos administrativos que limitan su crecimiento, destacan la gestión de recursos humanos, la contabilidad y las finanzas, la administración específica de sus operaciones y la capacitación.

Por otro lado, en términos operativos, parece que los empresarios de MYPES están adoptando estrategias dirigidas a mejorar la calidad de sus productos para competir y mantenerse en el mercado.

Mundaca (2018) en su investigación tuvo como propósito “diseñar un modelo conceptual de desarrollo empresarial para las MYPES de la Región Lambayeque”, llevó a cabo un análisis exhaustivo del conocimiento actual relacionado con el objeto de estudio, complementado con entrevistas a empresarios consolidados en los sectores comercial, de servicios y manufacturero en la Región Lambayeque. La metodología que utilizó se clasifica como aplicada, y en los resultados que obtuvo resalta la importancia de la intervención personalizada. En un segundo contexto, se realizó una evaluación detallada de las iniciativas emprendedoras, la experiencia previa, las condiciones educativas y el capital propio de los participantes. El objetivo fue proporcionarles un periodo de apoyo para desarrollar y lanzar sus modelos de negocio, con un plazo máximo hasta la primera venta, que no debía superar un año. Esta asistencia técnica abordó aspectos como el diseño del negocio, aspectos legales, fiscales,

técnicos-productivos y comerciales, así como procesos de incubación y aceleración empresarial. El modelo de desarrollo empresarial planteado incluye investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) para todo tipo de emprendimientos. El desarrollo implicó avances tecnológicos que mejoran la calidad de productos y procesos, asegurando su fiabilidad a largo plazo mediante la mejora continua apoyada en la investigación. La innovación se fundamentó en la creatividad para introducir mejoras en productos y procesos, enfocándose en el mercado y respaldado tanto por la investigación como por el desarrollo tecnológico. Es esencial lo que destacó que la innovación depende del trabajador, y dejar de lado la investigación puede llevar a un desarrollo orientado solo a corto plazo, priorizando la supervivencia. En cambio, un desempeño con visión a largo plazo requiere necesariamente de innovación e investigación.

2.1.3. Antecedentes locales

Torres (2019) en su investigación tuvo como objetivo “determinar de qué manera los beneficios del régimen MYPE tributario influyen en el desarrollo empresarial del Hotel Salones del Inca, distrito de Wanchaq – Cusco en 2018”, utilizó la metodología de estudio de tipo descriptivo correlacional, en base a su diseño de investigación es no experimental y transversal, por otro lado, en los resultados que obtuvo, se destacó que el 60,0% de los trabajadores evaluaron el desarrollo empresarial en el Hotel Salones del Inca como "regular". El 30,0% de los participantes optó por la respuesta "bueno", mientras que un 10,0% indicó "malo". Este dato sugirió que existe una proporción significativa de empleados que considera el desarrollo empresarial como regular en esta entidad. Por lo tanto, resaltó la importancia de abordar la competitividad empresarial de manera inmediata, ya que este grupo de empleados se percibe como un recurso crucial con el fin de alcanzar el desarrollo progresivo de la empresa. Los encuestados enfatizaron la necesidad de inversión en la capacitación del personal para lograr un mejor desarrollo empresarial. Asimismo, se destacó un ambiente laboral generalmente favorable y argumentaron que un servicio de alta calidad puede posicionar mejor a la empresa

en el mercado. Además, los trabajadores evidenciaron acciones de compromiso y responsabilidad hacia el desarrollo de la empresa en ciertas ocasiones. El autor determinó que los incentivos proporcionados por el Régimen MYPE tributario tuvo un impacto significativo en el crecimiento empresarial del Hotel Salones del Inca en el distrito de Wanchaq, Cusco. En conclusión, fundamentó que el coeficiente de correlación Tau b de Kendall mostró una fuerte asociación de 0,871, con una significancia notable ($p < \alpha$, $0,000 < 0,05$). Además, el análisis de regresión indicó que cuando los beneficios del Régimen MYPE tributario son consistentes, el desarrollo empresarial tiende a ser evaluado también como consistente.

Romero y Noa (2019) en su investigación tuvieron como propósito “determinar cómo los factores de capital financiero, capital humano y el tamaño del mercado influyen en el desarrollo empresarial de las MYPES del C.C. Paraíso, de la ciudad del Cusco”, para lo cual utilizaron datos provenientes de fuente primaria, el instrumento que utilizaron fue el cuestionario y la técnica fue la encuesta, en relación a su diseño de investigación es no experimental, transversal y correlacional, lo cual consistió en la recolección de datos, con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, a partir de ello concluyeron que, en su gran mayoría de MYPES del C.C. Paraíso tuvieron un desarrollo empresarial ralentizado durante su funcionamiento, considerando que un 11.11% ha logrado un desarrollo óptimo. Puesto que esta deficiencia se ve reflejado en las limitaciones de acceso al financiamiento de las empresas, el cual llegó a 47.8% que conforman el C.C. Paraíso, no logrando autofinanciarse debido a su poca competitividad. Por otro lado en un 52.2% de empresas contaron con capital propio, además que un grupo pequeño argumentó que no necesitó préstamos de entidades financieras. En última instancia con respecto a los recursos humanos, en un 96.16% de MYPES contó con un promedio de 2 trabajadores, demostrando una reducción en demanda de mano de obra con baja capacitación en atención al cliente por el costo de inversión que amerita, además que el grado de instrucción de los microempresarios en

un 36.81% es básico, y un 29.12% tuvieron una carrera técnica, demostrando una baja habilidad administrativa y una baja competitividad. Además, se reflejó un deficiente estudio de mercado de un grupo de 28.57% de MYPES y una falta de implementación de marketing en 23.08% por lo cual no lograron percibir un mayor número de clientes.

Ancasi y Rodriquez (2017) en su investigación tuvieron como propósito “determinar la incidencia de los factores empresariales en el desempeño de los negocios del Centro Artesanal Cusco – 2017”, para lo cual, utilizaron datos de fuente primaria y de fuente secundaria, el instrumento que utilizaron fue el cuestionario y la técnica fue la encuesta. En cuanto a la metodología que utilizaron fue de diseño no experimental, de corte transversal, de método cuantitativo y de nivel correlacional, a partir de ello concluyeron que, los microempresarios del Centro Artesanal del Cusco incidieron moderadamente con el factor organizacional puesto que no existe la manera de trabajar en equipo entre los asociados y de acuerdo a la aplicación del instrumento, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.23 con la variable desempeño, así mismos el factor operacional influyó positivamente, debido a que en la cadena de valor se mostró que las actividades en el proceso de producción y comercialización son óptimos por que se cuenta con los medios suficientes, lo cual arrojó un 0.52 de correlación con la variable desempeño.

Por otro lado, el factor marketing tuvo una incidencia positiva con una relación directa con la variable desempeño, por medio del cual se ofrecieron productos buenos, con precios acorde de la competencia y a sus costos de producción, pero con un nivel bajo de estrategias de publicidad por la falta de convenios con actores importantes en el rubro. En cuanto al factor financiero, se evidenció que también tuvo una incidencia positiva y una relación directa con la variable desempeño, debido a que en gran parte, los microempresarios contaron con financiamiento mixto, optando por préstamos financieros bancarios así como con su capital propio para sostener sus actividades y cubrir sus gastos y deudas, llegando a que se estimule

un mínimo margen de ganancias en la venta de sus productos debido a que desconocen las estrategias de análisis de oferta y demanda que incide en el contexto del mercado. Así mismo, se observó que el factor de recursos humanos presentó un grado de incidencia positiva y con una relación directa, puesto que los microempresarios reciben una capacitación en su desempeño en el expendio de sus productos en el centro artesanal, pero con una práctica baja de desenvolvimiento, no logrando aplicarlas adecuadamente.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Desarrollo empresarial

Delfín y Acosta (2016) señalaron que “el desarrollo empresarial es una combinación de diferentes elementos que permiten a los emprendedores conducir la organización hacia sus objetivos. Estas áreas incluyen aspectos como el desarrollo económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento y la innovación. Un concepto integral que puede generar resultados positivos en el conocimiento de los recursos humanos de la empresa”. El acceso al desarrollo empresarial brinda oportunidades para que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) aprovechen sus oportunidades de negocio en el entorno.

Desde un enfoque teórico, se observó que el papel del empresario ha encontrado su lugar desde los años setenta dentro del nuevo modelo de desarrollo desde abajo. Este modelo sostiene que el desarrollo está estrechamente vinculado al papel de los empresarios locales, las nuevas y pequeñas empresas, y su capacidad de adaptación al entorno. Se parte del supuesto de que, si una economía no avanza de manera sostenida, es porque las grandes empresas y corporaciones en su territorio limitan la iniciativa emprendedora de la población o debido a la falta de oferta empresarial de calidad en ciertas áreas, a pesar de los incentivos promovidos por las autoridades públicas (Ceppellin, 1992) citado por (Gonzalez, 2014).

Por otra parte, resulta esencial evidenciar que la artesanía constituye un elemento crucial en el fomento del desarrollo económico y social. Vale la pena señalar que la generación de nuevos empleos no está necesariamente vinculada al incremento en las exportaciones de este sector. Una diferencia fundamental parece radicar en las ventas dirigidas a los turistas. El crecimiento del turismo, en particular, conduce a una rápida expansión del sector artesanal (Bustos, 2009).

Así mismo dentro de un desarrollo regional existen un desarrollo de empresas el cual según Mundaca et al., (2020) menciona que es un concepto integrador el cual tiene la finalidad de incurrir en diferentes organizaciones con alcances positivos, que se realiza por medio del reconocimiento del nivel de desempeño y capacidades del capital humano. Por ese aspecto según el desarrollo empresarial se refiere a la estrategia y el proceso mediante el cual una empresa trabaja para alcanzar sus objetivos a largo plazo, mejorar su posición en el mercado y mantener su sostenibilidad.

Desde los años setenta, el empresariado estuvo ganando terreno gracias al enfoque emergente del desarrollo desde abajo. Este enfoque postula que el progreso está estrechamente ligado a la actividad de los empresarios locales, las nuevas empresas y su capacidad de adaptación al entorno. Implica que, si una economía no avanza de manera sostenida, es porque las grandes empresas en un área determinada han perdido relevancia frente a la iniciativa emprendedora local, y también debido a una escasez de empresas de calidad, a pesar de los incentivos estatales (Ceppellin, 1992) citado por (Gonzalez, 2014).

2.2.1.1. Crecimiento económico

El crecimiento de una empresa se basa en la productividad, que se define como la capacidad de producción o eficiencia en la utilización de recursos. Esto requiere reconocer tanto el estado como la forma en que se utilizan diversos insumos en el proceso productivo. La productividad, en este sentido, aborda un aspecto fundamental de la economía: lograr un uso

más eficiente de los recursos disponibles. Por lo tanto, cualquier sistema económico diseñado para aumentar la productividad busca mejorar y optimizar la utilización de dichos recursos (Delfín y Acosta, 2016).

Así como indicó Delfin y Acosta (2016) las PYMES son fundamentales para el crecimiento económico. En el caso específico del Perú, su importancia radica en la gran cantidad de la Población Económicamente Activa (PEA) que emplean. No obstante, también enfrentan el desafío de la informalidad. Es crucial destacar que, en cualquier país, las empresas nacionales desempeñan un papel significativo en el crecimiento económico genuino y autónomo, reduciendo la dependencia de inversiones extranjeras.

2.2.1.2. Cultura empresarial

Cultura empresarial y sus factores no observables, incluidos los supuestos implícitos, por definición, son propios de las personas y determinan la condición humana y su relación con el medio ambiente. Estas suposiciones generalmente se hacen solo cuando se necesita un cambio porque afirman o contradicen otras suposiciones. También existen acuerdos y normas de conciencia, que son procedimientos y reglas que definen comportamientos para desempeñarse mejor en el trabajo (Delfín y Acosta, 2016).

2.2.1.3. Clases de empresas (Según tamaño)

Nos referimos al tamaño de una empresa, usualmente consideramos dos criterios principales: el número de trabajadores que participan en la misma y el nivel de ingresos que la empresa genera, este último dentro de un rango establecido. Estos criterios se aplican para clasificar a las empresas en diferentes categorías, entre las cuales se encuentran las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, conforme a lo establecido en la Ley N° 30230 (Trigoso, 2019).

2.2.1.4. MIPYME (micro, pequeña y mediana empresa)

Las micro, pequeñas y medianas empresas de acuerdo a la Ley 30056 artículo 5, se clasificó de la siguiente manera:

- a) **Microempresa:** “Esta categoría incluye a las empresas que tienen ventas anuales que no superan las 150 UIT (Unidad Impositiva Tributaria)”.
- b) **Pequeña empresa:** “Se considera como pequeña empresa aquella que sus ventas anuales superan las 150 UIT y no exceden el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)”.
- c) **Mediana empresa:** “Las empresas medianas tienen ventas anuales que superan las 1700 UIT y no exceden el monto máximo de 2300 UIT”.

2.2.2. Economía de escala

Las economías de escala están asociadas con la capacidad de producción de una empresa o de un proceso productivo. En términos simples, se dice que existen economías de escala o deseconomías de escala cuando, al aumentar los insumos, el costo variable medio de producción disminuye en una proporción más significativa o menos significativa, respectivamente. La forma de establecer su presencia se basa en el cálculo de la función de costo medio, como se detallará más adelante (Aristizábal y Duque, 2007).

2.2.2.1. Economía de escala en el mercado

Si tomamos como criterio principal para diferenciar el tamaño de una empresa y no la participación en el mercado, sino el costo medio a largo plazo (CME), el cual está estrechamente ligado con la productividad y la capacidad competitiva de cada empresa, podemos distinguir dos categorías de empresas en un mercado de competencia perfecta: por un lado, las grandes empresas que pueden alcanzar el punto óptimo de producción industrial gracias a las economías de escala naturales que obtienen al operar a gran escala; por otro lado, las pequeñas empresas que producen en una escala menor y se encuentran en puntos subóptimos en comparación con la industria en general (Natanael et. al., (2009).

En un mercado competitivo, el precio es determinado por la interacción entre la oferta y la demanda de un producto. A largo plazo, las empresas se esfuerzan por optimizar su producción hasta alcanzar el punto donde el costo medio a largo plazo (CME) es el más bajo posible. Este ajuste ocurre porque la entrada de nuevos competidores, buscando beneficios, hace que los precios bajen hasta que igualen los costos. Así, a largo plazo, el mercado llega a un punto de equilibrio donde el precio coincide con el CME, y este, a su vez, se iguala con el costo marginal (CMg). En este equilibrio, ya no hay incentivos para que nuevas empresas entren al mercado, y las empresas existentes operan con el CME mínimo de la industria. La consecuencia de este modelo de competencia perfecta es que, a largo plazo, las empresas más pequeñas que no alcanzan escalas de producción óptimas tienden a desaparecer, ya que no pueden lograr el CME mínimo necesario para ser competitivas y rentables (Natanael et. al., (2009).

2.2.3. Competitividad empresarial

En concordancia con el desarrollo empresarial se debe consignar la competitividad empresarial como son dadas las circunstancias mencionadas; la innovación, el desarrollo de competencias y técnicas adoptan un carácter interdependiente y se centran en lo compartido. Esto se debe a que los procesos de aprendizaje y el intercambio, basados en la reciprocidad y los mecanismos de mercado, significan que la producción de una empresa no solo se basa en sus propias capacidades, sino que también depende de las acciones de sus competidores, proveedores y de un entorno institucional que fomenta la innovación. La capacidad tecnológica, que constituye la base de la competitividad de una economía, se fundamenta en conocimientos y procesos acumulativos que no se transfieren fácilmente, y que emergen cuando empresas e instituciones colaboran, generando patrones y ventajas competitivas específicas para cada nación (Labarca, 2007).

2.2.4. Capital Financiero

Según Dinets et al., (2020, pág. 2) “el capital financiero se define como el flujo de capital monetario que sigue sus propias tendencias y patrones en lugar del capital real”.

El capital financiero se propone tanto para mejorar la controlabilidad de los mercados capitalistas y permitir un crecimiento económico sostenible. Sin embargo, gobiernos de países desarrollados han tratado de aplicar este método para prevenir crisis económicas y no lo hizo, aunque las crisis fueron algo mitigadas (Dinets et al. (2020).

Los procesos que conducen al desarrollo económico están intrínsecamente ligados al mundo económico, en particular al financiero, por lo que sería un error menospreciar su influencia. La evaluación de los procesos de producción económica no puede separarse del análisis de cómo se financian, dado que los factores financieros desempeñan un papel determinante en el desarrollo económico, ya sea para impulsarlo y fortalecerlo o, por el contrario, para obstaculizarlo o debilitarlo. Es aceptado que el sistema financiero constituye el pilar fundamental del crecimiento de una economía. En consecuencia, cualquier esfuerzo orientado a mejorar la robustez y el equilibrio de la estructura financiera debería potenciar su capacidad para contribuir al crecimiento y, en última instancia, al desarrollo económico (Carciente y Varnagy, 2005).

Por otro lado, la carencia de ahorro o capital financiero se ha considerado habitualmente como una deficiencia que debe corregirse. Tanto el Estado de bienestar, con sus políticas específicas de fomento del crecimiento, como los procesos de apertura a los mercados de capitales, diversas representan estrategias para suplir, entre otros aspectos, la necesidad de recursos financieros para el desarrollo (Carciente y Varnagy, 2005).

Dentro esos aspectos que incurren en el capital financiero se encuentran:

2.2.4.1. Financiamiento interno

Según Duque et al., (2020, pág. 4) “Hace referencia a que las empresas se pueden financiar a periodo de largo plazo a través de una retención de utilidades”

2.2.4.2. *Financiamiento externo*

Se indica que la compañía tiene la oportunidad de tener financiamiento externo a largo plazo debido a las cuestiones de valores y bonos en el mercado de capitales, este tipo de financiamiento se indica principalmente de gran cantidad de la empresa. De manera similar, las empresas pueden usar financiamiento a largo plazo con bastantes instituciones financieras Duque et al. (2020).

2.2.5. *Capital humano*

Según Becker (1983), “explicó que el capital humano se centra en la idea de que las inversiones en educación, formación, salud y otros recursos que mejoran las habilidades y conocimientos de las personas puede ser vista como una inversión en capital que produce un retorno en forma de mayores ingresos y productividad en el largo plazo”.

Mincer (1974), “desarrolló en su modelo la relación positiva entre el ingreso y los años de educación, en el cuál determinó que, al tener una mayor educación tiene efectos positivos en la productividad por ende en los ingresos”.

Piketty (2014), “explicó sobre como la educación y la acumulación de capital humano interactúan con la desigualdad y el crecimiento económico, además que está determinado por las habilidades innatas y la procedencia del individuo. Los hogares con mayores dotaciones de capital inicial disponible, tienen mayores efectos positivos en la acumulación del capital humano”.

Según Chiavenato (2009, pág. 58) “el capital humano, engloba los conocimientos, habilidades y competencias de las personas. La competencia de un individuo se define como la capacidad de desenvolverse efectivamente en diversas situaciones, contribuyendo a la creación de activos, ya sean tangibles o intangibles”.

En todo momento, las organizaciones establecieron metas a corto, mediano y largo plazo, no solo para su supervivencia, sino también para su capacidad de reinventarse. Cada factor productivo debe operar eficazmente para lograr estos objetivos. Aquí es donde el recurso humano, denominado como el Capital Humano, adquiere un papel crucial. Analizar cómo mejorar las habilidades y competencias del personal se vuelve de suma importancia para que puedan rendir al máximo en su trabajo (Souto, 2015).

Según (Delfín y Acosta, 2016) se encuentran algunos indicadores del capital humano:

2.2.5.1. Habilidad administrativa

La gestión exitosa en una organización puede medirse por la eficacia y eficiencia. Además, la empresa determinada como exitosa está estrechamente relacionado con la competencia de sus administradores, lo que puede evaluarse mediante la eficacia de la gestión empresarial. La gestión exitosa es una competencia administrativa que depende del conocimiento, las habilidades y la capacidad de aplicarlos de manera eficiente. Por lo tanto, la capacidad de gestión de un administrador no se basa únicamente en la teoría, sino también en su aplicación y desarrollo eficientes en la práctica (Sonsaard, 2019).

Dentro de un desarrollo empresarial se debe presentar habilidades administrativas el cual según Sonsaard (2019) existe 5 habilidades para el administrador que son;

- a) Las habilidades conceptuales implican la capacidad de pensar de manera creativa, analizar y comprender ideas complejas y abstractas.
- b) Habilidades humanas, que son necesarias para los gerentes, estas habilidades implican comunicación y atención a las relaciones con los demás.
- c) La educación y las habilidades de instrucción son habituales para el administrador en nombre de la educación, líder que debe tener conocimiento y comprensión sobre la enseñanza y el estudio también para ser un buen erudito.

- d) Las habilidades técnicas comprenden las destrezas y conocimientos esenciales para llevar a cabo labores particulares. Estas habilidades son concretas y frecuentemente se vinculan con actividades mecánicas, de tecnología de la información, matemáticas o científicas.

2.2.5.2. Habilidad de marketing

Philip Kotler (1967) definió el marketing como “un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos y valor con otros”. Su libro “Marketing Management” la cual fue una referencia de amplio uso en este campo de investigación.

Las estrategias no se mantienen al día con los efectos disruptivos de la tecnología empoderada, la proliferación de puntos de contacto con los medios, canales y clientes; o las posibilidades de microsegmentación. Cerrando la brecha cada vez mayor entre la aceleración complejidad de sus mercados y la capacidad limitada de sus organizaciones para responder a las demandas nuevas ideas sobre las capacidades de marketing (Veer, 2021).

2.2.5.3. Habilidad de gestión

Frederick Winslow Taylor (1911): publicó "The Principles of Scientific Management", “en su obra, Taylor introdujo la idea de optimizar y simplificar las tareas laborales para mejorar la productividad, promoviendo la estandarización y la división del trabajo”.

2.2.5.4. Habilidad directiva

Fayol (1916), en su obra "Administration Industrielle et Générale", propuso cinco funciones básicas de la administración (planificación, organización, dirección, coordinación y control) y desarrolló 14 principios de administración que se consideran fundamentales para la gestión efectiva.

2.2.5.5. Recursos humanos

Es un marco que evalúa cómo los recursos humanos contribuyen a la generación de valor en el negocio. Esto ayuda a optimizar el compromiso de los recursos humanos para los objetivos corporativos y así generar valor para los accionistas, por lo que la evaluación de la asociación debe entenderse antes que su el impacto se revisa en una fecha posterior. Cuadro de Mando de Recursos Humanos describir algo intangible y real (Lohana et al. (2022).

2.2.6. Mercado

El mercado, como ente organizador de la actividad económica, desempeña un papel crucial al determinar tanto el precio como la cantidad de productos producidos. El precio cumple dos funciones fundamentales: por un lado, proporciona información valiosa y, por otro, genera incentivos. En este sentido, el precio actúa como un indicador de la escasez que pretende reemplazar, informando al comprador sobre la cantidad que debe intercambiar para obtener el producto deseado. Simultáneamente, permite al vendedor anticipar sus ingresos por la venta y determinar qué productos despiertan un mayor interés entre los compradores, lo que, a su vez, influye en la optimización de las ganancias (Atucha y Gualdoni, 2018).

Los mercados se configuran en función de bienes (o servicios) específicos y áreas geográficas particulares. Algunos mercados presentan una naturaleza regional, y cuando la diferencia de precios entre distintos mercados dentro de la misma región supera los costos de transporte, se inicia el flujo de mercancías, lo que puede dar lugar a que el mercado abarque diversos puntos o incluso la totalidad. del territorio del país. Además, la globalización y los avances en telecomunicaciones, transporte y tecnología industrial han propiciado la expansión de los mercados a nivel internacional (Atucha & Gualdoni, 2018).

2.2.6.1. Estructura del mercado

Situación de competencia perfecta El punto básico de cualquier definición adoptada por el mercado es que el comprador y el proveedor deben estar conectados, ya sea físicamente,

como cuando vamos a comprar un par de zapatos, o bien a través de una línea de fax, Internet, etc. (Atucha & Gualdoni, 2018).

2.2.6.2. Competencias de la actividad comercial

La regulación legal del comercio se basa en legislación económica, cuyo sistema incluye las reglas de los aspectos general acciones sobre la actividad económica (incluidas las relacionadas con el comercio), así como normas, que rigen el funcionamiento de sus sujetos, cualquiera que sea el tipo y ámbito de este actividades, a saber: la Constitución de un país; Códigos Civil, Procesal Comercial; leyes estipuladas "sobre economía sociedades anónimas", sobre sociedades de responsabilidad limitada y adicional", "Sobre la actividad económica exterior" (Krupa, 2021).

2.2.7. Teoría de la producción

Según Vilcapoma (1995, pág. 3) "La producción es el procedimiento mediante el cual se crean bienes y servicios para satisfacer las necesidades de consumo de la población. Este proceso tiene lugar en las empresas, que están estructuradas en varias ramas productivas integradas en diversos sectores económicos".

Las empresas utilizan recursos productivos como insumos que se transforman durante el proceso de producción para generar bienes y servicios. La teoría de la producción, a través de la función de producción, proporciona un marco para estudiar cómo los empresarios pueden combinar estos recursos o insumos de manera eficiente desde el punto de vista económico para producir bienes o servicios (Vilcapoma, 1995).

La función de producción representa técnicamente el proceso mediante el cual se establece la relación entre la máxima cantidad de producción obtenible y la cantidad de recursos o factores utilizados por una empresa en un período determinado. Otras interpretaciones de la función de producción la definen como la relación entre los insumos y el producto total en un proceso productivo, o como la expresión que cuantifica la producción (Q) obtenida por una

empresa al emplear una combinación específica de factores como trabajo (T) y capital (C).(Vilcapoma, 1995).

Los supuestos fundamentales de la función de producción incluyen la capacidad de subdividir infinitamente cada uno de los factores de producción empleados, La posibilidad de combinar diversos insumos para obtener una cantidad específica de producción, la influencia que cualquier modificación, por mínima que sea, en los factores de producción tiene sobre la cantidad total producida, y la existencia de una interdependencia funcional entre los factores productivos utilizados y el valor total de la producción (Vilcapoma, 1995).

La relación entre el proceso de producción y los costos asociados a una unidad simple de producción se fundamenta en los siguientes supuestos: Leontief (1986) citado por (Vilcapoma, 1995)

- a) Se consideran únicamente dos factores de producción: mano de obra (L) y tierra (T). Estos elementos son factores primarios y no se generan ni producen en el proceso en cuestión.
- b) La duración de la jornada laboral (δ) se mantiene constante, con $\delta=1$. Esto establece una relación directa entre los factores de producción L y T, y los servicios que proporcionan.
- c) La producción se logra directamente mediante la utilización de los factores L y T, sin existir relaciones intersectoriales en el proceso.
- d) La producción es exclusiva, es decir, el proceso de producción genera un único bien. Esto implica que no se consideran otros elementos que puedan surgir del proceso de producción aparte de la mano de obra y la tierra utilizadas.

Estos supuestos proporcionan un marco para analizar cómo la combinación de mano de obra y tierra afecta directamente a la producción y a los costos asociados en un contexto donde ambos factores son esenciales y no se generan durante el proceso productivo.

2.2.7.1. Producción con el sistema tecnológico de Leontief

Según Leontief (1951) y Georgescu (1955) citado por (Vilcapoma, 1995); Un factor se considera limitado cuando un aumento en su disponibilidad y uso es una condición necesaria pero no suficiente para aumentar los niveles de producción. Por otro lado, un factor se dice que es limitante cuando un aumento en su disponibilidad es suficiente para lograr aumentos en los niveles de producción.

2.2.7.2. Producción con el sistema tecnológico de Von Neumann con procesos

Los procesos están dispuestos en un orden ascendente en cuanto a la intensidad de un factor específico. Las posibilidades tecnológicas de producción pueden ser representadas mediante vectores, generalmente expresados con la notación $i = 0, 1, \dots, n-1$. Alternativamente, esta información puede ser expresada en términos de una escala unitaria. Es evidente que esta información puede ser capturada en el concepto de función de producción (Vilcapoma, 1995).

2.2.8. Proceso de producción

2.2.8.1. Productividad

También es un hecho empírico que la producción implica generalmente una producción conjunta, es decir, la generación de más de una salida físicamente discernible. Los casos en cuestión son la producción de lana y cordero y de maíz y paja. A menudo, uno o varios de los productos conjuntos son "malos" o 'des mercancías' que nadie quiere, pero cuya producción está necesariamente involucrada, dado las opciones técnicas que están disponibles, si se van a producir los productos básicos que se desean. La aparición de aspectos negativos, es un caso particularmente obvio en el que la cuestión de la disposición no puede posiblemente evitarse. Gran parte de la literatura económica asume que los procesos de eliminación no incurren cualquier costo que sea. Sin embargo, desde el punto de vista del realismo del análisis, la suposición de "disposición libre" es difícil de defender: la mayoría, si no todos, los procesos de disposición están en relación al costo (Kurz, 2014).

2.2.8.2. Producción artesanal

En relación a la manufactura artesanal y para resumir lo mencionado anteriormente, se puede afirmar que se clasifica según el nivel de intervención humana, que varía desde procesos totalmente manuales hasta, en ocasiones, semiautomatizados. Además, se categoriza en función de la naturaleza del proceso, pudiendo ser de integración, desintegración o modificación, dependiendo del tipo de producto artesanal que se está elaborando. En cuanto a la continuidad del proceso, se enfoca en un enfoque por proceso, a menudo de manera intermitente. La producción artesanal se concentra en la elaboración de objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas. Este proceso implica métodos de producción no industriales que utilizan máquinas y herramientas sencillas, resaltando la relevancia tanto del trabajo físico como del mental (Bustos, 2009).

2.2.9. Teoría de la innovación

Schumpeter (2013), definió que la innovación como la introducción de nuevos productos, procesos de producción, métodos de organización o la apertura de nuevos mercados. Este proceso de innovación genera lo que él llama "destrucción creativa", un fenómeno en el cual las nuevas ideas y tecnologías sustituyen a las antiguas, impulsando el progreso económico desarrollo de la MYPES, la innovación puede observarse en la creación de productos, la mejora de técnicas de producción tradicionales y la implementación de nuevos canales de comercialización.

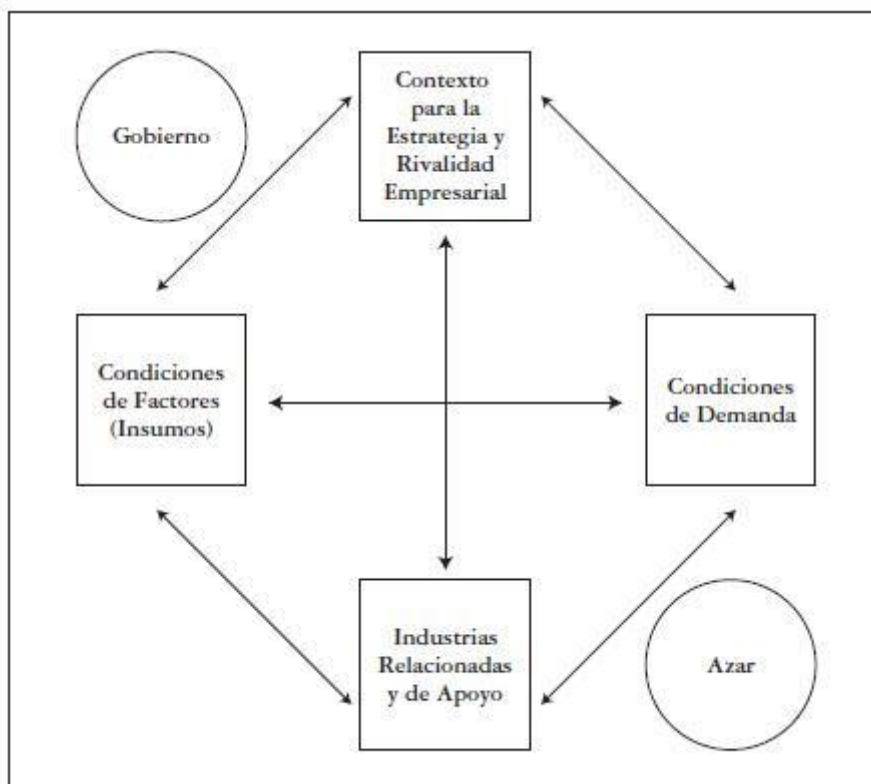
Por otro lado, Schumpeter (2013) indicó que los emprendedores desempeñan un papel crucial como agentes de cambio en la economía. Son los emprendedores quienes identifican oportunidades y recursos subutilizados y los combinan de maneras innovadoras para crear valor. Asimismo, explicó cómo las nuevas innovaciones destruyen las estructuras económicas existentes y las reemplazan con nuevas formas más eficientes y productivas. Para las MYPES, esto puede implicar la adopción de nuevas tecnologías de producción que mejoren la calidad y reduzcan los costos, desplazando métodos más antiguos y menos eficientes.

2.2.10. Teoría de la competitividad

Porter (1990), explicó que, al fomentar la innovación y la eficiencia, los clústeres hacen que las empresas sean más competitivas. La proximidad geográfica de empresas relacionadas y similares permite un intercambio de información y tecnología más rápido y efectivo, lo que facilita la cooperación y la competencia de la MYPES para su crecimiento y desarrollo, tal como se muestra en la figura 1.

Figura 1.

Diamante de Porter



Nota: Diamante de Porter (1990)

El autor indicó que los clústeres brindan beneficios claves que contribuyen al desarrollo empresarial:

- **Acceso a Recursos Compartidos:** Las empresas dentro de un clúster tienen acceso a una base común de recursos, incluyendo proveedores especializados y servicios de apoyo. Esto puede reducir los costos de producción y aumentar la eficiencia operativa.
- **Transferencia de Conocimiento:** La proximidad facilita la transferencia de conocimientos y mejores prácticas entre empresas.
- **Innovación Colaborativa:** Los clústeres fomentan la colaboración en proyectos de innovación, lo cual puede llevar al desarrollo de nuevos productos y servicios.
- **Infraestructura Común:** La concentración de empresas puede atraer inversiones en infraestructura, como centros de distribución, instalaciones de capacitación y espacios comerciales, beneficiando a todas las empresas del clúster.

Por otro lado, Porter (1990) revela que los clústeres ofrecen numerosos beneficios, pero también presentan desafíos que deben ser gestionados adecuadamente. Las MYPES pueden enfrentar obstáculos como la competencia interna, la falta de coordinación y la necesidad de políticas públicas que apoyen su desarrollo. Sin embargo, las oportunidades para mejorar la competitividad y la sostenibilidad a través de la formación de un clúster bien organizado son significativas.

2.2.11. Teoría de la selección natural empresarial

Marshall (1980) indicó que la selección natural empresarial nos ayuda a comprender por qué algunas empresas prosperan y otras fracasan. Al igual que en la naturaleza, las empresas que se adaptan mejor a su entorno y son capaces de innovar tienen más probabilidades de sobrevivir y crecer. Esta teoría analiza el comportamiento de las empresas, de esta manera se pueda fomentar el emprendimiento y la innovación, la selección de las empresas que se queden funcionando en el mercado se ven influenciados por los siguientes factores:

Competencia: “Las empresas compiten entre sí por recursos, clientes y participación en el mercado”.

Innovación: “Las empresas que introducen nuevas tecnologías, productos o procesos de producción más eficientes tienen una ventaja competitiva”.

Adaptación: “Las empresas deben ser capaces de adaptarse a los cambios en el entorno, como las fluctuaciones económicas, los cambios en las preferencias de los consumidores y la aparición de nuevos competidores”.

Supervivencia de las más aptas: “Las empresas que no pueden adaptarse o innovar suficientemente son eliminadas del mercado”.

2.2.12. Teoría sobre las economías de aprendizaje

Arrow (1979) indicó que “el crecimiento económico no solo se basa en la acumulación de capital físico, sino también en la acumulación de conocimiento y experiencia, a medida que una economía produce más bienes y servicios, los trabajadores y las empresas adquieren habilidades y conocimientos que les permiten producir de manera más eficiente en el futuro. Asimismo, indicó que el aprendizaje se produce a través de la experiencia directa. Al repetir una tarea, los trabajadores y las empresas identifican mejores formas de realizarla, reduciendo costos y aumentando la productividad”. (p. 159)

2.3. Marco conceptual

Innovación

La innovación se entiende como “el desarrollo y la aplicación exitosa de nuevos conocimientos”; la innovación se puede dividir en términos generales en dos categorías. En primer lugar, “las innovaciones pueden tener como objetivo reducir los costos de producción (“proceso de innovación”), o cambiar los productos en el mercado (“innovación de producto”), debido a las consecuencias esperadas” (OCDE, 2006).

Desarrollo empresarial

Según Mundaca et al. (2020, pág. 3) este enfoque subraya cómo “el empresario puede integrar diversos elementos para guiar a una organización hacia el logro de sus metas. Estos elementos incluyen el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento y la innovación”.

Capital financiero

Según Lenin (1975) citado por Rocha (2016) la consolidación de la producción, los monopolios resultantes de este proceso y la fusión o interconexión de los bancos con la industria son elementos clave que caracterizan el surgimiento del "capital financiero". Este concepto encapsula la integración de la actividad económica donde el poder económico y financiero se concentra en grandes conglomerados que combinan el control de la producción industrial con la influencia en los sistemas financieros.

Capital humano

Según Alania (2018) se refiere al activo intangible que la organización atrae y conserva para su desarrollo estratégico. Este capital humano hace alusión a las competencias naturales o adquiridas por los individuos, necesarias para desempeñar adecuadamente una ocupación o rol específico.

Habilidad administrativa

Según Sonaard (2019) con base en sus observaciones, Katz afirmó “que el nivel de importancia de cada conjunto de habilidades (técnicas, humanos y conceptuales) se correlacionó directamente con el nivel que tiene la persona en la organización”.

Habilidad de marketing

La habilidad en marketing se hace patente a través de una creciente disparidad de habilidades y una diferencia de valor entre los vendedores que poseen conocimientos y experiencia en marketing, en comparación con aquellos que no han tenido la oportunidad o la inclinación de integrar el marketing innovador en su conjunto de habilidades (Veer, 2021).

Habilidad directiva

Según Francis et al., (2021, pág. 4) indica “que la habilidad directiva tiene un impacto significativo en varias decisiones corporativas, incluidas las decisiones de inversión y contabilidad”.

Recurso humano

Según Montoya y Boyero (2016) “es una serie de acciones y medidas específicas para explotar una determina área y tener un impacto directo en los diferentes comportamientos, actitudes y competencias de las personas en el programa de la organización”.

Mercado

Según Atucha y Gualdoni (2018, pág. 4) un mercado se define como “la institución que facilita la conexión entre compradores y vendedores, permitiendo así el intercambio de bienes o factores. También implica el movimiento de la oferta y la demanda, siendo esencial para la dinámica económica”.

Productividad

Según Fontalvo et al., (2017, pág. 4) la eficiencia se define como “la correlación entre el volumen total de producción y los recursos empleados para alcanzar dicho nivel de

producción. En términos simples, se trata de la proporción entre los resultados obtenidos y los insumos utilizados en un proceso productivo”.

2.4. Hipótesis y variable

2.4.1. Hipótesis

Hipótesis general

Los factores determinantes son significativos en el desarrollo empresarial de las MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.

Hipótesis específica

- ✓ Existe influencia positiva y significativa del capital financiero en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.
- ✓ Existe relación positiva y significativa del capital humano con el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.
- ✓ Existe influencia positiva y significativa del proceso de producción final en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.
- ✓ Existe relación positiva y significativa de la innovación tecnológica en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.

2.4.2. Variable

- Factores determinantes
- Desarrollo empresarial

2.5. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Factores determinantes	El desarrollo empresarial articula elementos para poder alcanzar los objetivos de la empresa, que puede lograr un impacto positivo sobre las diferentes áreas del mismo, estos elementos se establecen interna como externamente a la organización, como son el capital financiero, capital humano, proceso de producción final e innovación tecnológica (Delfín & Acosta, 2016)	Los factores determinantes se medirán a través de una encuesta (cuestionario cerrado) el cual pueda brindar información precisa sobre el capital financiero, humano, mercado y PRE.	Capital financiero	- Acceso a financiamiento - Inversión - Nivel de endeudamiento - Rentabilidad - Capital propio - Ingreso promedio	▪ 5 – 10	Cuestionario	▪ Nominal (al ser datos cualitativos dicotómicos y cuantitativos)
			Capital humano	- Habilidad administrativa (Habilidad en marketing, técnicas, manejo del mercado) - Habilidad de gestión - Recursos humanos disponibles	▪ 11 - 17		
			Proceso de producción final	- Factores productivos (Capital, Trabajo, Recursos económicos) - Canales para los mercados de factores - Canales para el mercado de productos finales	▪ 23 - 26		
			Innovación tecnológica	- Nivel de conocimientos utilizados en la producción - Nivel de innovación	▪ 27		
Desarrollo empresarial	El desarrollo empresarial se refiere al proceso de crecimiento y mejora constante de una empresa, con el objetivo de aumentar su productividad, rentabilidad y competencia en el mercado. El desarrollo empresarial implica una	El desarrollo empresarial se medirá a través de una encuesta y su respectivo cuestionario donde las dimensiones establecidas de estas, serán las economías a escalas,	Economías a escala	- Costo unitario de producción - Tasa de utilización de la capacidad productiva	▪ 28	Cuestionario	▪ Nominal (al ser datos cualitativos dicotómicos y cuantitativos)
			Financiamiento	- Tasa de retorno sobre la inversión - Nivel de endeudamiento	▪ 29		
			Innovación social	- Capacidad de adaptación a los cambios en el mercado - Tasa de éxito de los nuevos productos	▪ 30		

combinación de financiamiento e
estrategias, recursos y innovación.
habilidades que se utilizan
para lograr estos
objetivos. (Ayca, 2019).

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La investigación fue de tipo básica, debido a que principalmente nos muestra la ampliación del conocimiento respecto a los factores que influyen en el desarrollo empresarial de las MYPES, también ayudará como antecedente para futuros trabajos respecto al tema y de esta manera impulsar el avance del conocimiento científico. Según Hernández y Mendoza (2018) las investigaciones básicas “se distinguen por fundamentarse en teorías, leyes y principios”.

3.2. Nivel de investigación

La presente investigación presentó un nivel descriptivo-correlacional. Fue de tipo descriptivo debido a que se describieron las variables de estudio sin ningún tipo de manipulación, fue correlacional debido a que se analizó la relación de dependencia que guardan las variables. Hernández y Mendoza, (2018) indicó que “las investigaciones correlacional buscan determinar la relación o asociación que existen entre las variables de estudio ”.

3.3. Enfoque de investigación

La investigación fue de enfoque mixto, fue cualitativo debido a que se describieron las cualidades (Likert) de las variables por figuras y tablas que fueron obtenidos por la encuesta, asimismo, fue cuantitativo debido a que se realizó pruebas estadísticas de correlación entre las variables para corroborar los objetivos planteados (Hernández y Mendoza, 2018).

3.4. Diseño de investigación

La presente investigación fue de diseño “no experimental- corte transversal”, fue no experimental, debido a que no se realizó ningún tipo de manejo de las variables y este estudio pertenece a las ciencias sociales, fue de transversal debido a que el estudio abordó en un

momento dado en el tiempo en el centro artesanal de la ciudad del Cusco (Hernández y Mendoza, 2018).

3.5. Método de investigación

El método utilizado es el razonamiento hipotético, que implicó el proceso de partir de ciertas afirmaciones como suposiciones y tratar de refutar o falsear esas suposiciones, llegando a conclusiones que deben compararse con la realidad. En otras palabras, el objetivo es comprender las teorías existentes sobre el comportamiento del desarrollo empresarial, para formar hipótesis (herramientas de investigación) que contrasten con la realidad y, en caso contrario, correspondan a la evidencia obtenida al buscar ayuda. (Hernández y Mendoza, 2018)

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

La población se considera como el grupo de elementos que tienen alguna asociación entre sus cualidades que permiten agruparlos (Hernández y Mendoza, 2018). La población para el presente estudio está constituida por la totalidad de comerciantes del centro artesanal que ascienden a 305 puestos considerando toda actividad económica.

Según Hernández y Mendoza (2018), definieron que la muestra es una parte de la población que tiene características representativas de la población por ende es sujeto de inferencia. En la presente investigación al ver que se trabajará con los miembros del centro artesanal, se ve por conveniente trabajar con un tipo de muestreo probabilístico denominado Muestreo Aleatorio Simple.

3.6.2. Determinación de la muestra

Se utilizó una muestra aleatoria simple, la cual ascendió a 171 encuestados.

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

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

$$n = \frac{305 (1.96)^2 x 0.5 x 0.5}{(305 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 x 0.5 x 0.5}$$

Muestra = 171

3.7. Técnica de investigación

Las técnicas se conciben como herramientas y estrategias procedimentales que requieren conocimiento previo para comprender su utilidad y aplicabilidad, asegurando la viabilidad de la investigación. En este caso específico, la técnica utilizada fue la entrevista y encuesta.

3.8. Instrumentos de investigación

En el estudio se utilizó como instrumento el cuestionario, el cual nos ayudó a cuantificar las variables de interés. El cuestionario se compone de un conjunto de preguntas relacionadas con una o varias variables de estudio, con el único propósito de medirlas. Por otro lado, la encuesta representa la técnica de aplicación del cuestionario; en términos generales, es el procedimiento específico que se empleará para recopilar información a través de un cuestionario en este estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

3.9. Técnica de análisis de datos

En el estudio actual, los datos se analizaron principalmente en software estadístico como Excel, SPSS 25 y Stata y se explicaron mediante tablas y gráficos en Stata. La prueba de normalidad indicó la presencia de datos no paramétricos, por lo que se utilizan estadísticas no paramétricas como “Rho de Spearman” para el análisis de correlación.

El número de observaciones con el que se cuenta en la presente investigación asciende a 171, por lo tanto, se utilizó el estadístico de “Kolmogórov-Smirnov” y a partir de ello, se corroboró que se tiene datos de tipo no normal.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tabla 1.

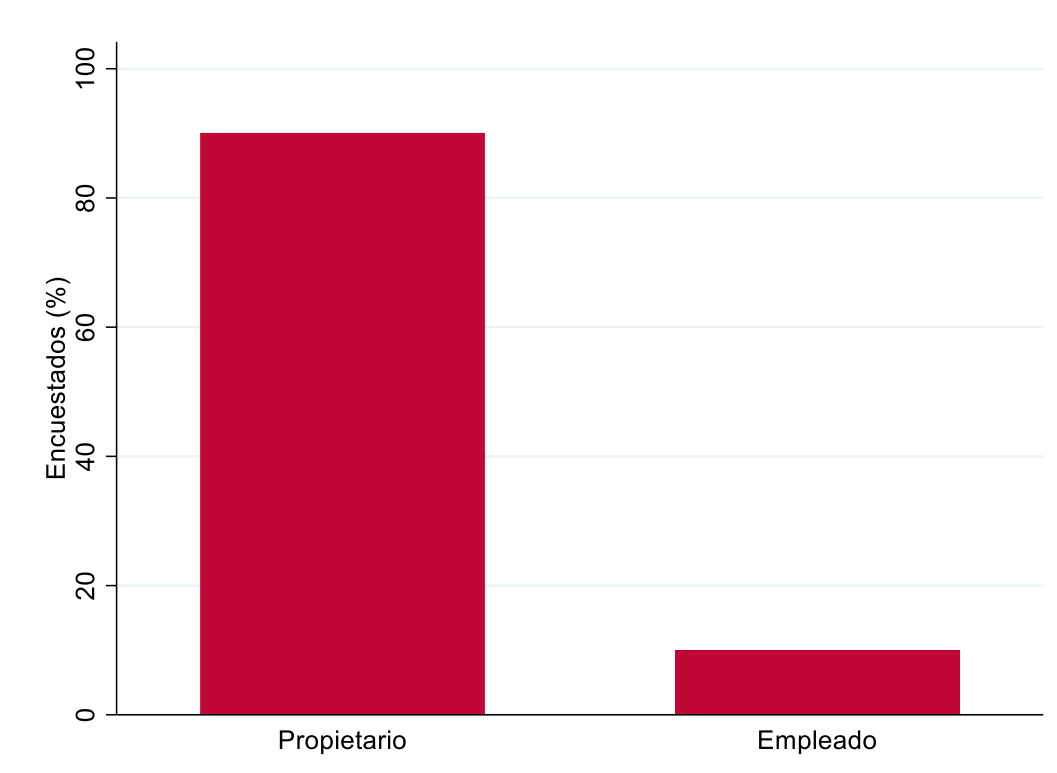
Responsabilidad social en el centro artesanal del Cusco

Responsabilidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Propietario	154	90.06	90.06
Empleado	17	9.94	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 2.

Responsabilidad social en el centro artesanal del Cusco



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 1 y figura 2 muestra los resultados del trabajo de campo respecto a la responsabilidad social en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 90.06% nos indicaron que son propietarios de sus puestos de venta (estand) y el 9.94% nos indicaron que son trabajadores o empleados quienes laboran por un considerable periodo de tiempo.

Tabla 2.

Edad del encuestado

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
22	5	2.92	2.92
26	5	2.92	5.85
28	9	5.26	11.11
30	7	4.09	15.20
32	16	9.36	24.56
34	2	1.17	25.73
35	12	7.02	32.75
40	1	0.58	33.33
41	2	1.17	34.50
42	5	2.92	37.43
44	2	1.17	38.60
45	4	2.34	40.94
49	6	3.51	44.44
50	26	15.20	59.65
51	3	1.75	61.40
54	2	1.17	62.57
55	9	5.26	67.84
57	7	4.09	71.93
60	18	10.53	82.46
62	5	2.92	85.38
63	8	4.68	90.06
65	5	2.92	92.98
66	2	1.17	94.15
67	2	1.17	95.32
72	8	4.68	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

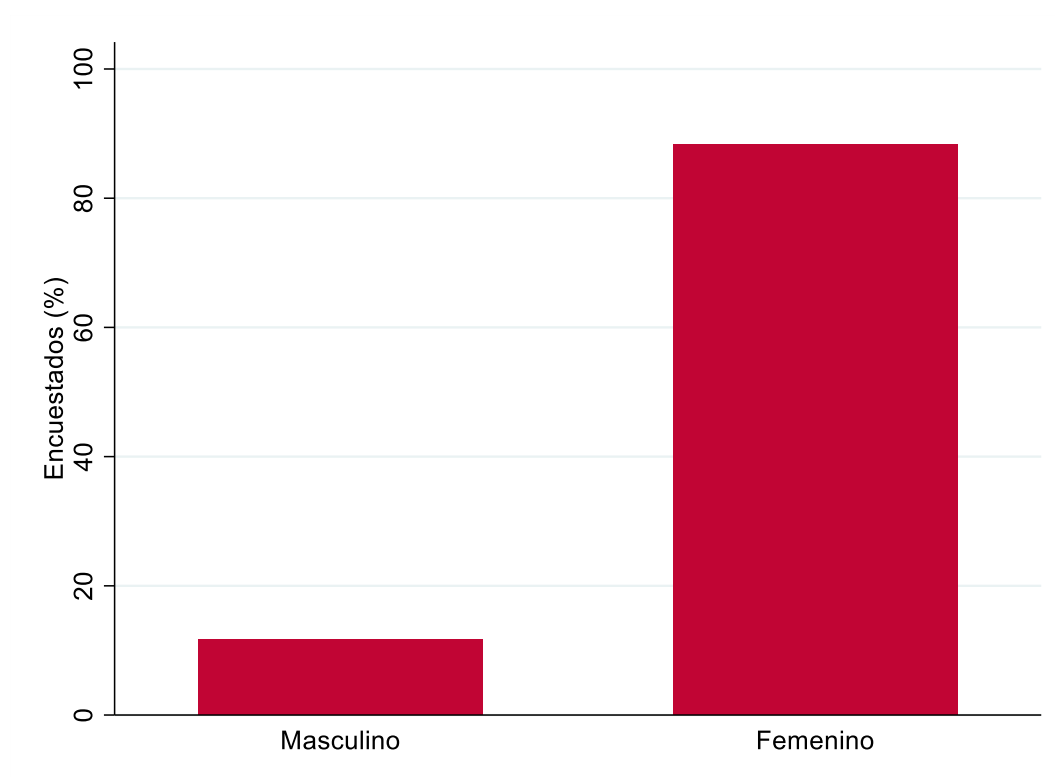
La tabla 2, presenta los resultados del trabajo de campo respecto a la edad del encuestado en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 15.20% nos revelaron que tienen la edad de 50 años, el 10.53% indicaron tener la edad 60 años y el 9.36% presenta la edad de 32 años, por consecuencia, el centro artesanal del Cusco presenta comúnmente trabajadores principalmente en la etapa de adultez, mostrando la edad más común de 50 años.

Tabla 3.

Sexo del encuestado

Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	20	11.70	11.70
Femenino	151	88.30	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 3.*Sexo del encuestado*

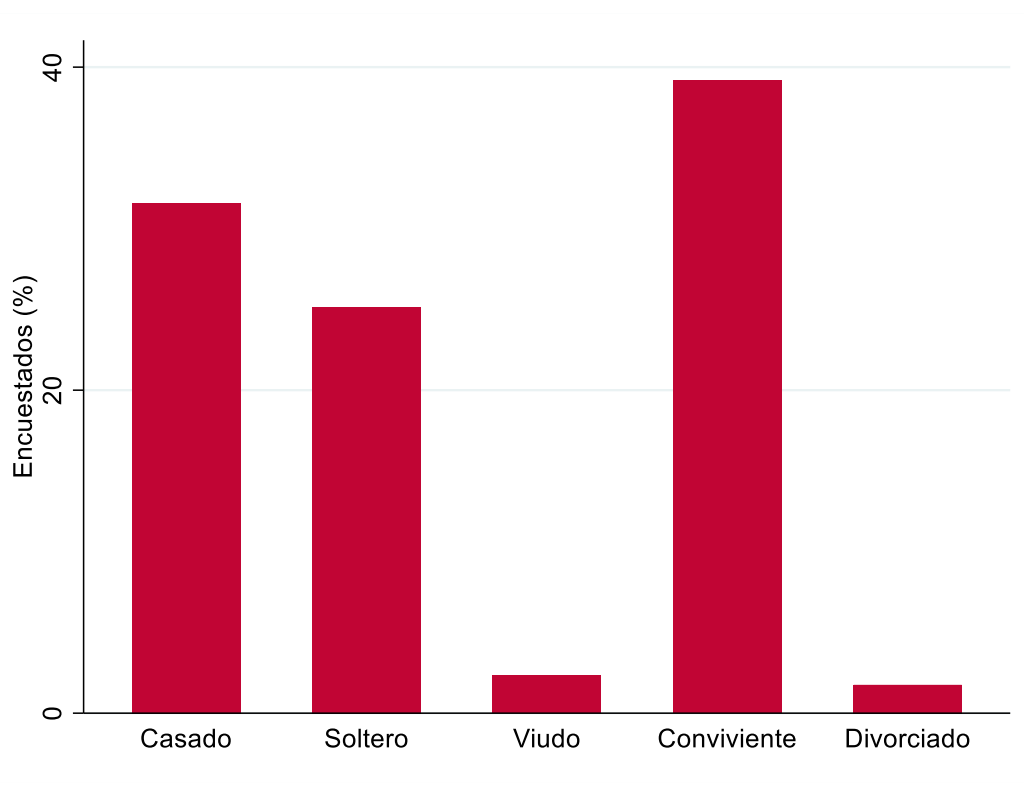
Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 3 y figura 3, mostraron resultados del trabajo de campo respecto al sexo del encuestado en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 11.7% son de género masculino y el 88.3% son género femenino. Esto revela que la población de estudio se compone principalmente de mujeres, el cual evidencia que las mujeres poseen una mayor capacidad de gestión y habilidades técnicas (tejido, cerámica, tallado en madera, bisutería) para poder conformar una MYPE en este sector artesanal a comparación de los varones.

Tabla 4.*Estado civil*

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casado	54	31.58	31.58
Soltero	43	25.15	56.73
Viudo	4	2.34	59.06
Conviviente	67	39.18	98.25
Divorciado	3	1.75	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 4.*Estado civil*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

En la tabla 4 y figura 4 se muestra resultados del trabajo de campo respecto al Estado civil del encuestado en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de

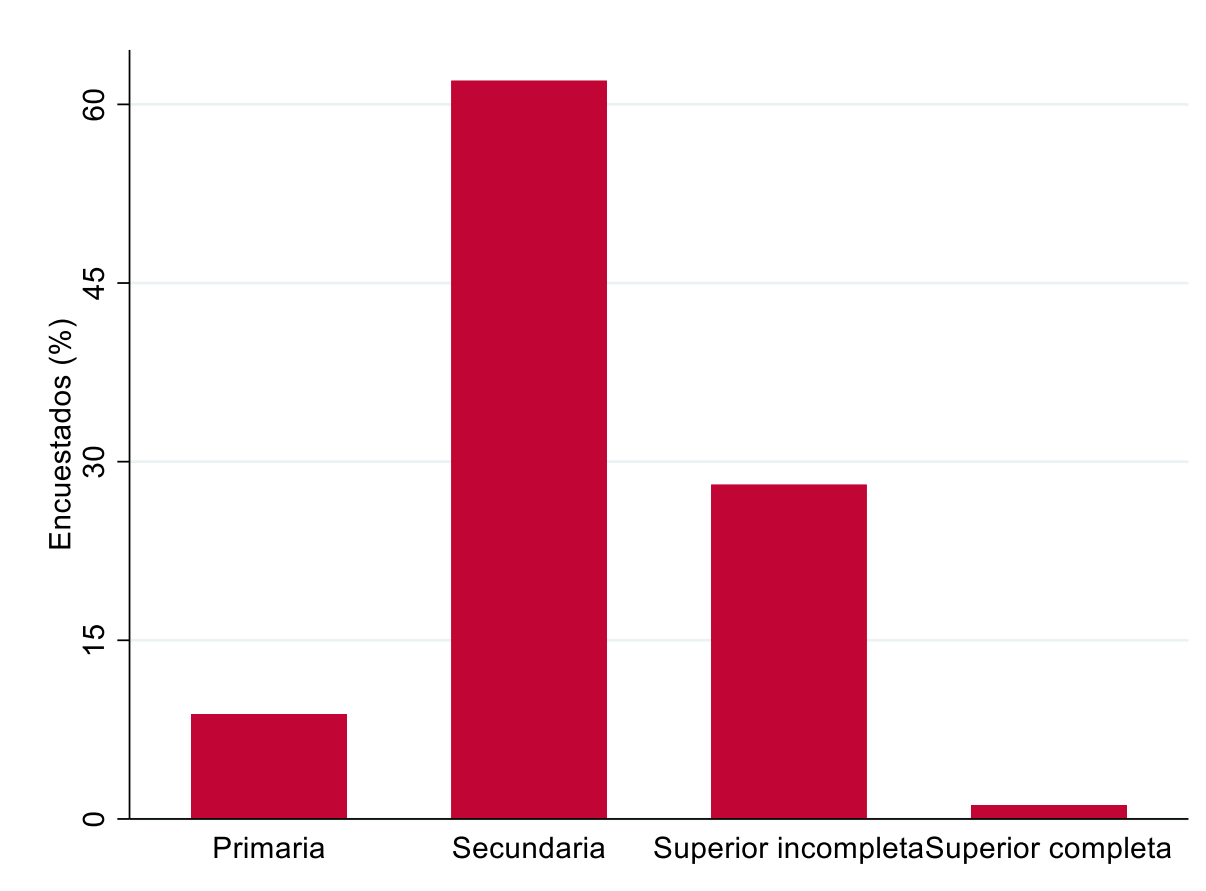
encuestados, presentan que la mayoría de los artesanos se encuentran en una relación de “Convivientes” con un 39.18% del total, seguido de Casados con un 31.58%, "Solteros" representan el 25,15%, mientras que los "Viudos" son una minoría con el 2,34% y “divorciados” con un 1.75%. Por consecuencia reflejan que los convivientes en centro artesanal evidenciaron trabajar juntos y en colaboración con sus negocios y puede ayudar aumentar su eficiencia y productividad además permitirles la combinación de habilidades y talentos complementarios.

Tabla 5.

Grado de instrucción alcanzado

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Primaria	15	8.77	8.77
Secundaria	106	61.99	70.76
Superior incompleta	48	28.07	98.83
Superior completa	2	1.17	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 5.*Grado de instrucción alcanzado*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 5 y Figura 5 muestran resultados del trabajo de campo respecto al grado de instrucción del encuestado en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, Revelaron Tener nivel Secundaria un 61.99% seguido de superior incompleta con 28.07 del total, Primaria representando un 8.77% y Superior completa mostrando un 1.17%, Evaluamos el hecho que la mayoría de los artesanos del centro artesanal indican un nivel básico de educación lo que vendría a limitar sus capacidades frente a conocimientos avanzados (gestión empresarial, marketing y desarrollo de productos innovadores).

Tabla 6.

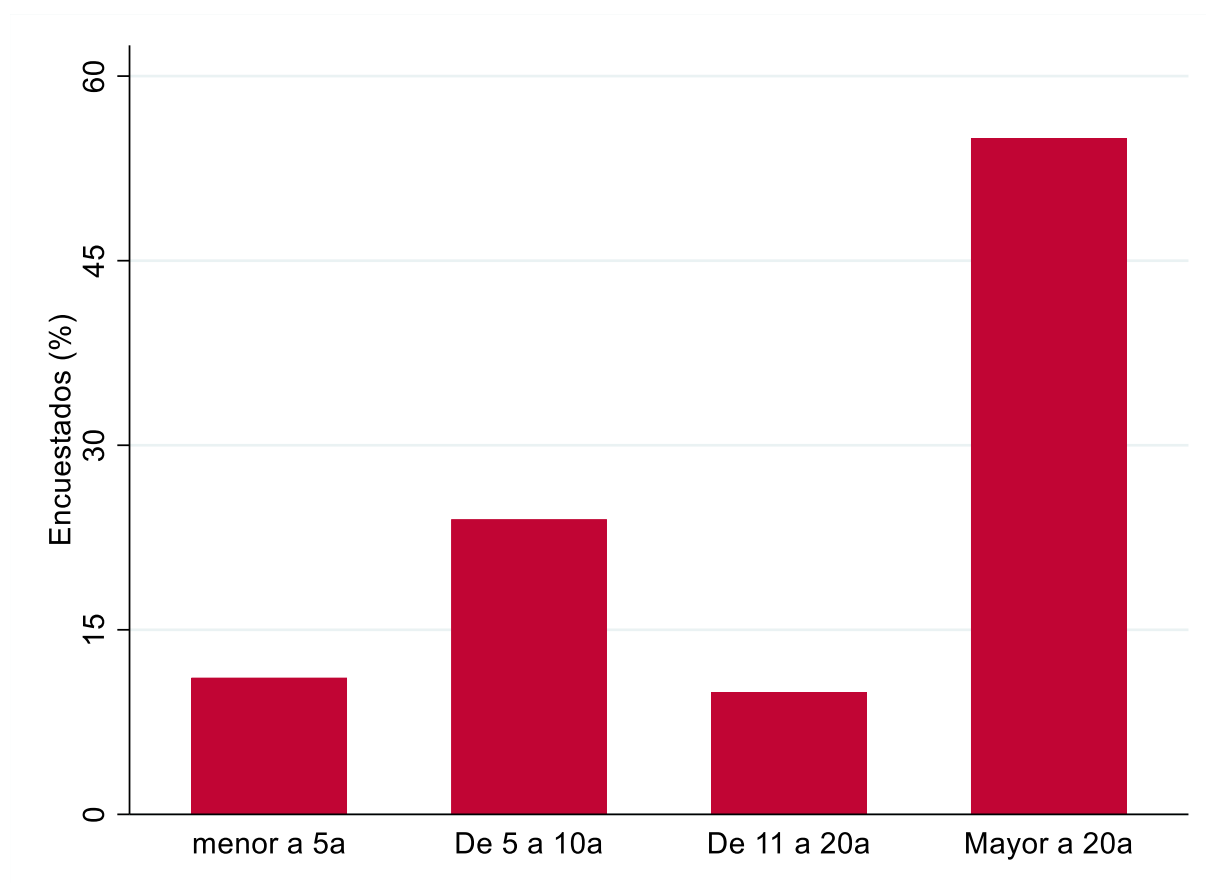
¿Cuánto tiempo se dedica a esta actividad (o trabajo en caso de ser empleado)?

Rango en años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
menor a 5 años	19	11.11	11.11
De 5 a 10 años	41	23.98	35.09
De 11 a 20 años	17	9.94	45.03
Mayor a 20 años	94	54.97	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 6.

¿Cuánto tiempo se dedica a esta actividad (o trabajo en caso de ser empleado)?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 6 y figura 6 muestran resultados del trabajo de campo respecto al tiempo que se dedica en la actividad (experiencia en el rubro) del encuestado en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, se evidenció que el 54.97% tienen una continuidad en el rubro Mayor a 20 años, seguido de 23.98% del rango de 5 a 10 años, el 11.11% se encontraron menor a 5 años y 9.94% se encontró de 11 a 20 años. Estos datos reflejan que más de la mitad de los artesanos se han dedicado más de 20 años a su actividad artesanal. Por ende, presentan una base sólida de experiencia y habilidades desarrolladas a lo largo del tiempo, en consecuencia, sus productos presentan la calidad y reputación.

Tabla 7.

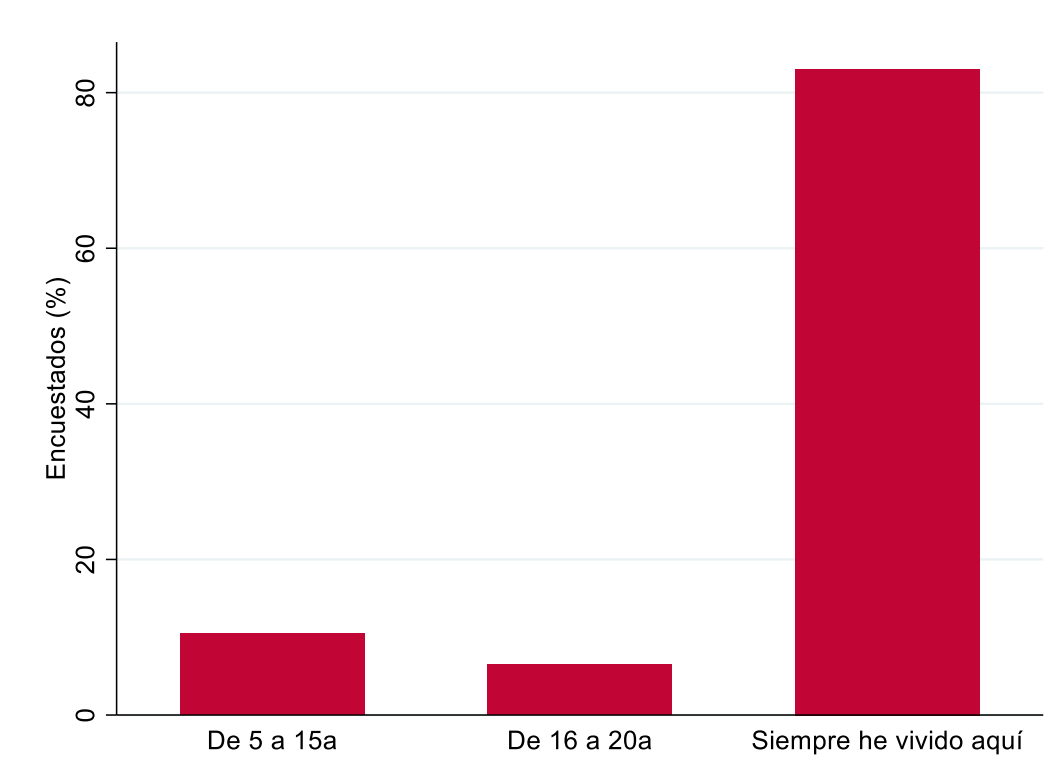
¿Cuántos años ya vive en nuestra ciudad?

Rango en años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 5 a 15 años	18	10.53	10.53
De 16 a 20 años	11	6.43	16.96
Siempre he vivido aquí	142	83.04	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 7.

¿Cuántos años ya vive en nuestra ciudad?



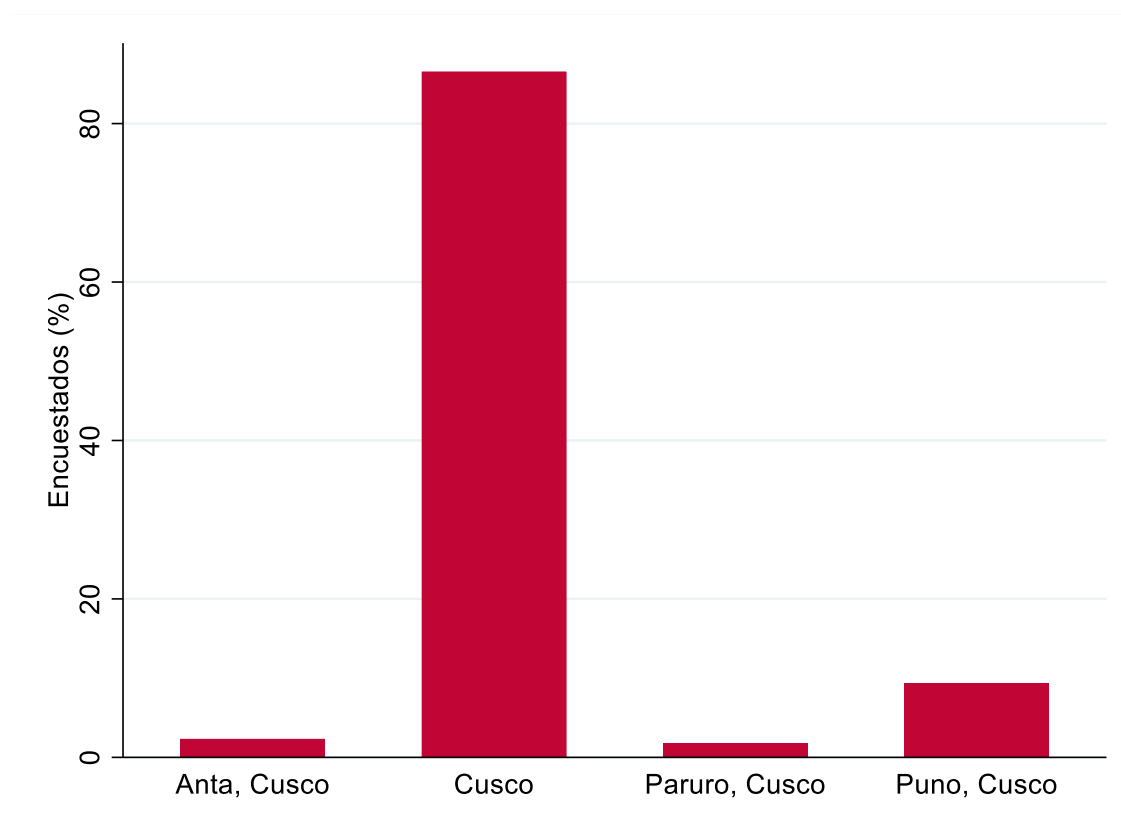
Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 7 y figura 7 muestran resultados del trabajo de campo respecto años que vive en ciudad cusco encuestado en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, se evidencio que el 83.04% presenta haber vivido siempre en cusco, el 10.53% presenta estar viviendo de 5 a 15 años en cusco y el 6.43% muestra una residencia de 16 a 20 años, Por ende evidenciamos que gran parte de los artesanos existe un arraigo comunitario con el lugar geográfico de residencia por lo cual revela conocimiento profundo de los recursos locales, las tradiciones y costumbres culturales y los mercados.

Tabla 8.*¿En qué provincia radica?*

Provincia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Anta, Cusco	4	2.34	2.34
Cusco	148	86.55	88.89
Paruro, Cusco	3	1.75	90.64
Puno, Cusco	16	9.36	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 8.*¿En qué provincia radica?*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesana)

La tabla 8 y figura 8 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto provincia en el que radica el encuestado del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 86.55% de los encuestados son originarios de cusco, seguido de 9.36% son provenientes de Puno-Cusco, el 2.34% proveniente de Anta-cusco y el 1.75% provenientes de Paruro-Cusco. Se evidencia la alta concentración que radica en Cusco como centro importante para la actividad artesanal. Esta alta concentración está relacionada con mejores oportunidades de mercado, infraestructura y acceso a recursos

Tabla 9.

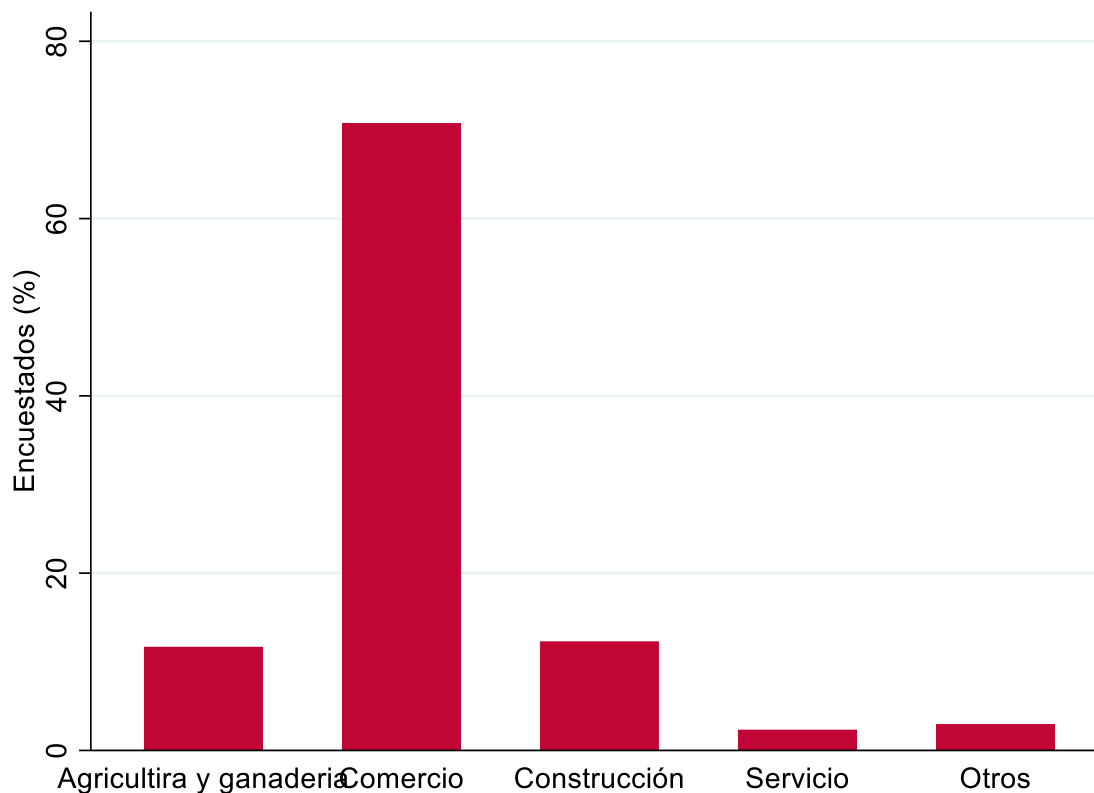
¿Qué actividad económica se dedicaba antes de su negocio actual?

Actividad Económica	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Agricultura y ganadería	20	11.70	11.7
Comercio	121	70.76	82.46
Construcción	21	12.28	94.74
Servicio	4	2.34	97.08
Otros	5	2.92	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 9.

¿Qué actividad económica se dedicaba antes de su negocio actual?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesana).

La tabla 9 y figura 9 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto actividad económica que se dedicaba antes de su negocio actual en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 70.76% de los encuestados siempre permaneció en el sector comercio y el 12.28% de los encuestados perteneció al sector construcción, el 11.70% perteneció anteriormente al sector agricultura ,2.34% perteneció al sector servicio y 2.92% a otros sectores económicos. Por ende, se muestra que la mayoría de los encuestados provenían del sector comercio, por consecuencia, dichos encuestados ya contaban con experiencia en ventas y comercialización antes de dedicarse al rubro de la artesanía.

Dimensión capital financiero

Tabla 10.

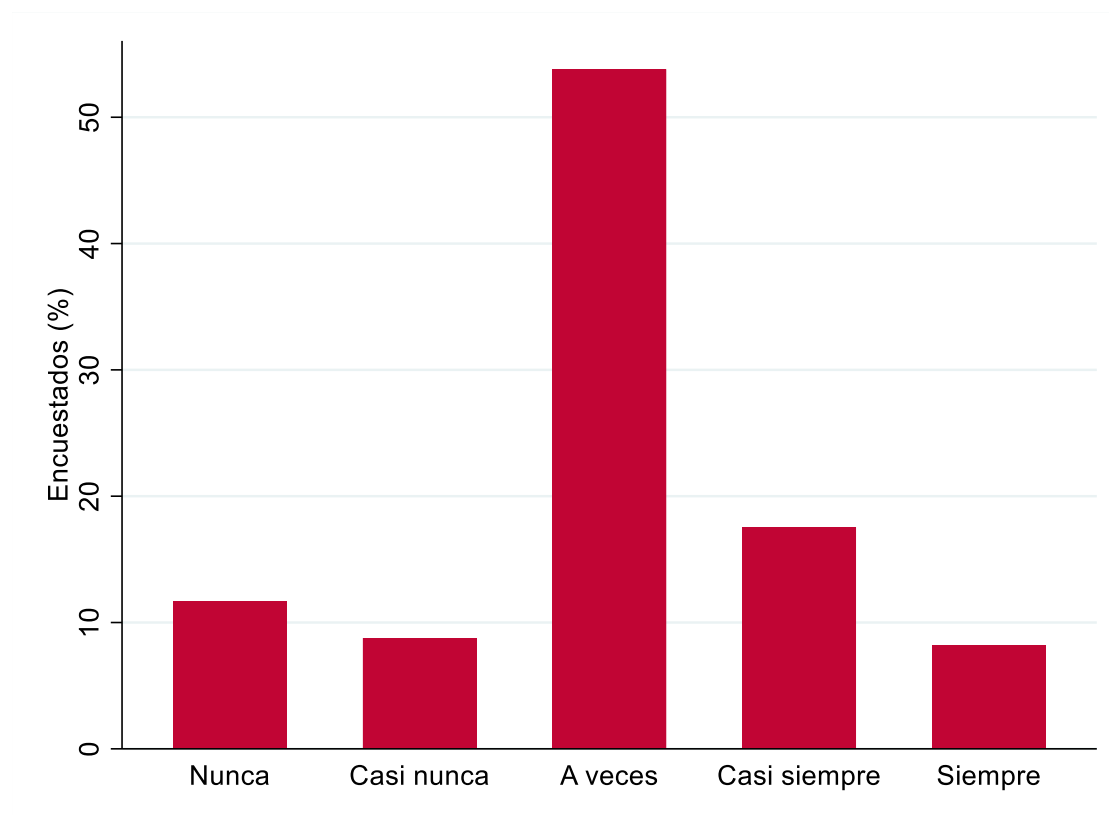
¿Usted ha solicitado o tiene crédito en alguna entidad financiera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	20	11.70	11.70
Casi nunca	15	8.77	20.47
A veces	92	53.80	74.27
Casi siempre	30	17.54	91.81
Siempre	14	8.19	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 10.

¿Usted ha solicitado o tiene crédito en alguna entidad financiera?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 10 y figura 10 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto si solicitado o tiene crédito en alguna entidad financiera en el centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 53.80% “a veces” solicito o cuenta con crédito en alguna entidad financiera, el 17.54% casi siempre, el 11.70% nunca, el 8.77% casi nunca y 8.19% de los comerciantes del Centro Artesanal Cusco indicaron que siempre solicitaron un préstamo para el funcionamiento de su Micro y pequeña empresa y sostenibilidad en el tiempo.

Tabla 11.

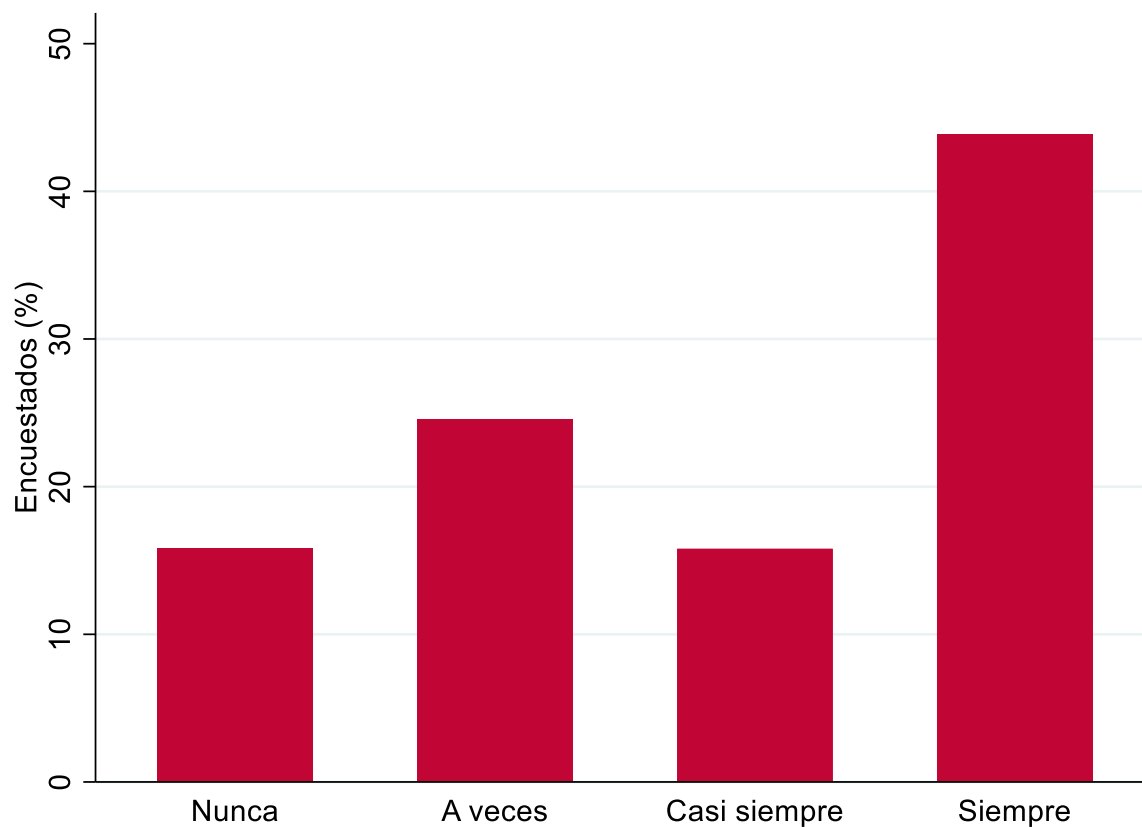
¿Cumple puntualmente con sus obligaciones financieras de pago de cuotas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	27	15.79	15.79
A veces	42	24.56	40.35
Casi siempre	27	15.79	56.14
Siempre	75	43.86	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 11.

¿Cumple puntualmente con sus obligaciones financieras de pago de cuotas?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 11 y figura 11 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto si cumple puntualmente con sus obligaciones financieras los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 43.86%, siempre cumple con sus obligaciones financieras, el 24.56% a veces cumple, seguido de 15.79% reflejan casi siempre y el 15.79% indicaron que nunca cumplen con sus obligaciones de pago puntualmente.

Tabla 12.

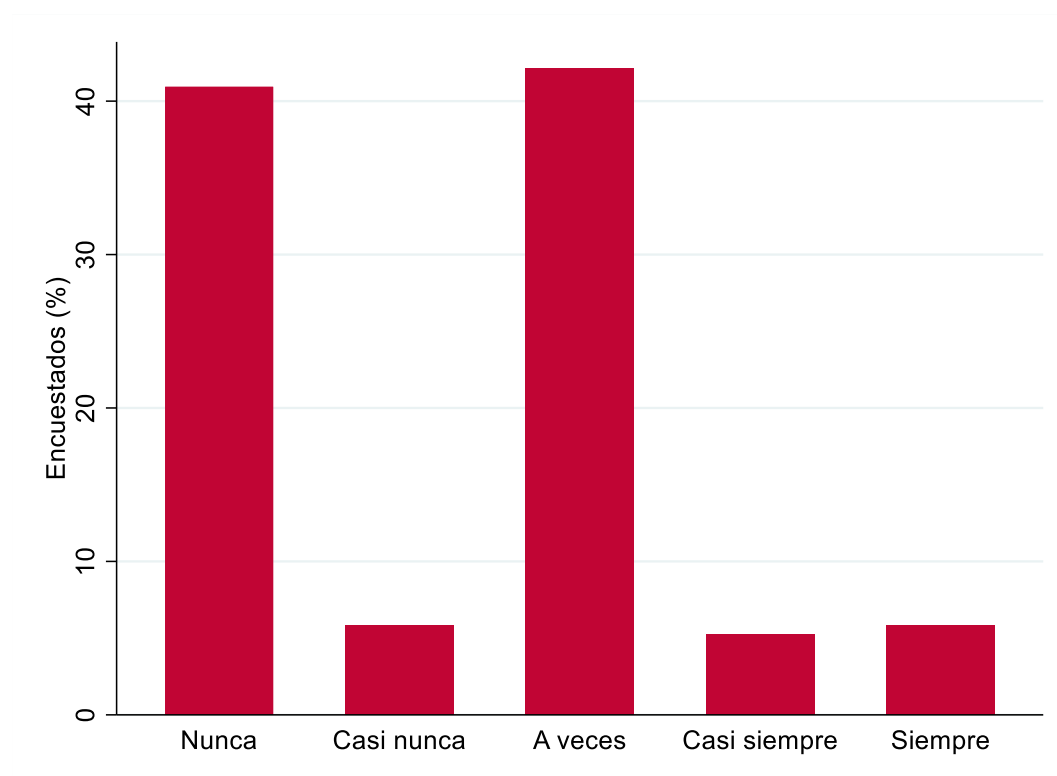
¿Usted ahorra en alguna entidad financiera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	70	40.94	40.94
Casi nunca	10	5.85	46.78
A veces	72	42.11	88.89
Casi siempre	9	5.26	94.15
Siempre	10	5.85	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 12.

¿Usted ahorra en alguna entidad financiera?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 12 y figura 12 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto si ahorra en alguna entidad financiera los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 42.11% de los artesanos indicaron que ahorran a veces, el 40.94% indicaron que nunca ahorran, el 5.85% casi nunca, el 5.85% casi siempre ahorran y 5.26% indicaron que ahorran siempre.

Tabla 13.

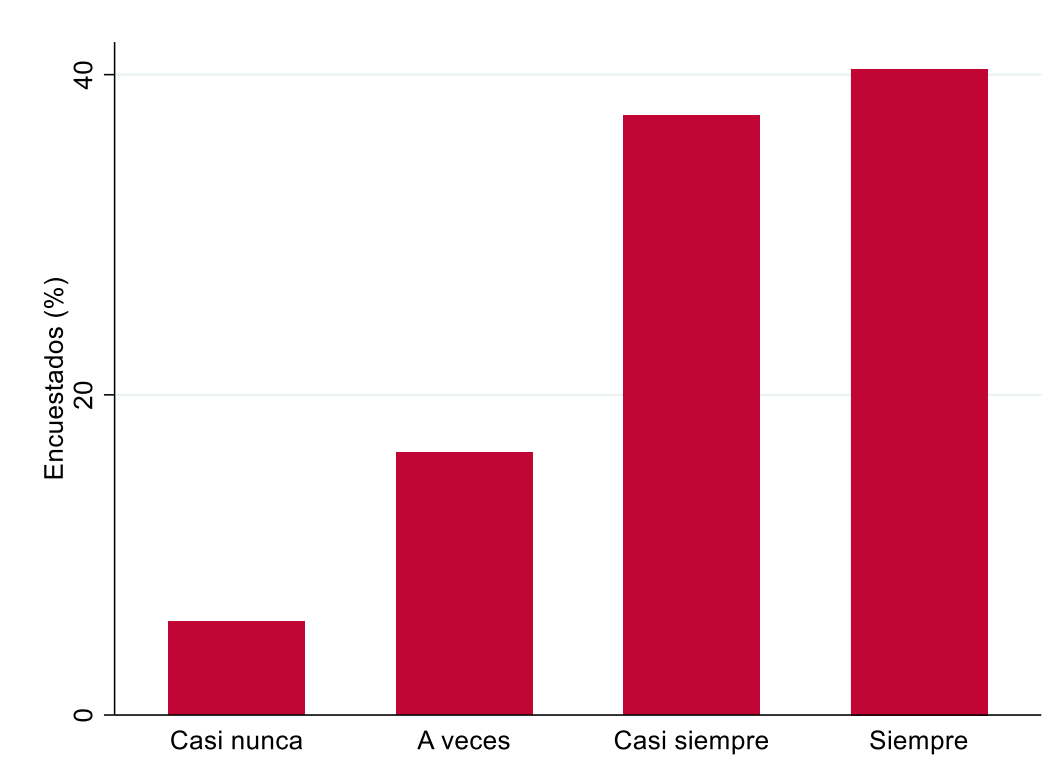
Para la apertura de su negocio, ¿usted aportó con alguna parte de sus ingresos propios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	27	5.85	15.79
A veces	42	16.37	40.35
Casi siempre	27	37.43	56.14
Siempre	75	40.35	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 13.

Para la apertura de su negocio, usted apporto con alguna parte de sus ingresos propios



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 13 y figura 13 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto si para la apertura de su negocio, apporto con alguna parte de sus ingresos propios, los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 40.35% indicaron que “siempre” aportaron su propio capital para la apertura de su negocio, el 37.43% relevaron que “casi siempre” inician con su propio, el 16.37% indicaron que a veces inician con su propio capital y el 5.85% indicaron que iniciaron con su propio capital. Por ende, se evidenció que la mayor proporción de los comerciantes del centro artesanal cusco abrieron su negocio con sus ahorros.

Tabla 14.

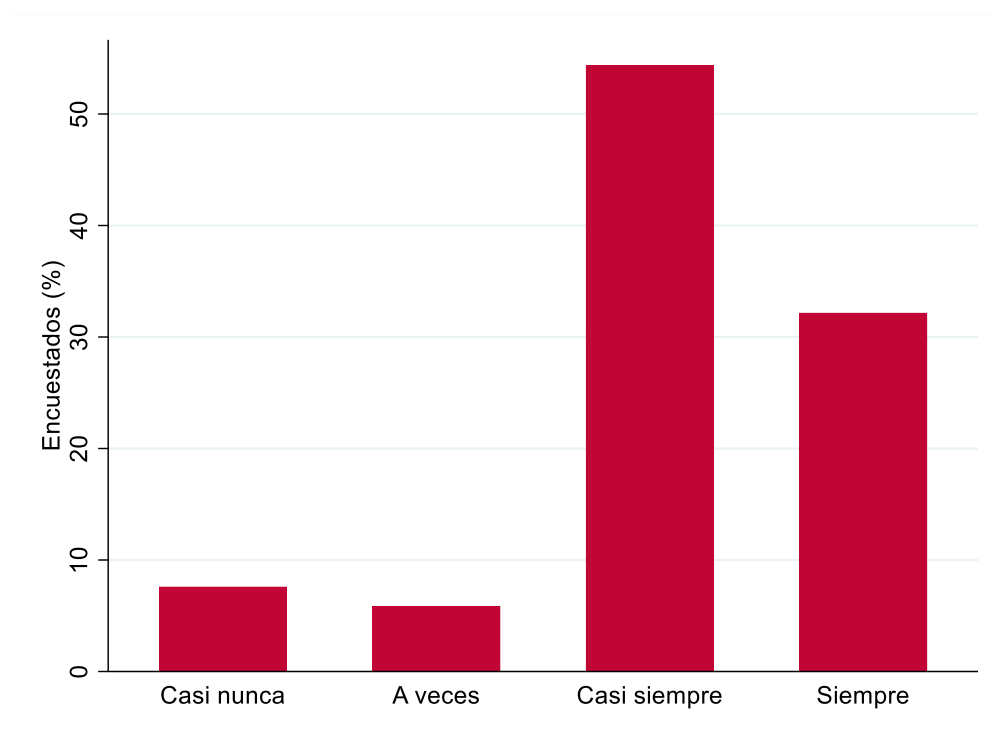
Para el aumento del tamaño de su negocio, ¿usted reinvierte parte de sus ingresos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	13	7.85	7.60
A veces	10	5.85	13.45
Casi siempre	93	54.39	67.84
Siempre	55	32.16	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 14.

Para el aumento del tamaño de su negocio, ¿usted reinvierte parte de sus ingresos propios?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 14 y figura 14 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto si reinvierten sus ingresos los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 54.39% indicaron “casi siempre” invierten sus propios ingresos en

su negocio, el 32.16% indicaron “siempre”, el 7.60% indicaron “casi nunca” y el 5.85% revelaron “casi nunca”, más de la mitad de la mitad de los comerciantes del centro artesanal reinvierten sus propias ganancias.

Tabla 15.

Monto de inversión inicial para la apertura de su empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
200	2	1.17	1.17
400	7	4.09	5.26
500	13	7.60	12.87
600	2	1.17	14.04
1000	15	8.77	22.81
1200	12	7.02	29.82
1500	6	3.51	33.33
1800	5	2.92	36.26
2000	19	11.11	47.37
2500	8	4.68	52.05
3000	28	16.37	68.42
5000	6	3.51	71.93
8000	7	4.09	76.02
10000	28	16.37	92.40
12000	3	1.75	94.15
15000	3	1.75	95.91
25000	7	4.09	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La Tabla 15 muestra el monto de inversión inicial para la apertura de sus empresas en el centro arsenal Cusco, 2021-2022. Se logró evidenciar que un 16,4%, invirtió alrededor de 3000 soles en esta etapa inicial, lo que refleja un nivel de inversión sustancial. Un grupo considerable, equivalente al 17%, destinado alrededor de 10.000 soles, demostrando un fuerte compromiso financiero. Otros encuestados realizaron inversiones de menor cantidad, como alrededor de 1.000 soles (8,8%). También se observaron inversiones más considerables, como 5.000 soles (3,5%) y 8.000 soles (4,1%). Un grupo reducido invirtió cifras aún más elevadas,

alcanzando los 15.000 soles (1,8%) y 25.000 soles (4,1%). Estas cifras indican una gama de capacidades, estrategias financieras que van desde microemprendimientos con recursos limitados hasta negocios con mayor capacidad de inversión, reflejando la diversidad y el potencial de crecimiento del sector. Este análisis resalta la necesidad de políticas de apoyo diferenciadas y programas de financiamiento adaptados a los distintos niveles de inversión, para fortalecer el desarrollo empresarial en el Centro Artesanal Cusco.

Tabla 16.

A la actualidad cuanto es el capital

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
5000	5	2.92	2.92
7000	12	7.02	9.94
8000	14	8.19	18.13
10000	18	10.53	28.65
11000	7	4.09	32.75
12000	4	2.34	35.09
15000	30	17.54	52.63
18000	9	5.26	57.89
19000	8	4.68	62.57
20000	27	15.79	78.36
25000	7	4.09	82.46
30000	2	1.17	83.63
40000	14	8.19	91.81
50000	7	4.09	95.91
80000	1	0.58	96.49
100000	6	3.51	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 16 muestra el monto del capital propio al año 2022 de los comerciantes del centro artesanal Cusco, 2021-2022. Se observó que un grupo significativo de encuestados ha invertido fuertemente con un capital propio de aproximadamente 15.000 dólares (17,5%) y alrededor de 20.000 dólares (15,8%). Esto indica un compromiso financiero sustancial en sus

negocios. Además, el 9,9% de los encuestados menciona un capital propio de alrededor de 10.000 dólares. En cuanto al capital financiado, el 9,9% tiene alrededor de 7.000 dólares y el 8,2% dispone de aproximadamente 8.000 dólares. Estos datos reflejan una sólida inversión tanto de capital propio como financiado, destacando la confianza en el crecimiento y sostenibilidad de sus negocios.

Tabla 17.

A la actualidad cuanto es el capital financiero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0	122	72.19	72.19
1000	15	8.88	81.07
2000	3	1.78	82.84
3000	11	6.51	89.35
5000	5	2.96	92.31
7000	5	2.96	95.27
8000	3	1.78	97.04
10000	4	2.37	99.41
30000	1	0.59	100.00
Total	169	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 17 muestra el monto del capital financiado al año 2022 de los comerciantes del centro artesanal Cusco, 2021-2022. Se evidenció que, en mayor proporción de comerciantes, representando un 70.8%, el cual no proporcionó información sobre su capital financiero. Sin embargo, de aquellos que sí lo hicieron, se observa una diversidad de inversiones en diferentes rangos. Alrededor del 8,8% de los encuestados menciona un capital financiero de aproximadamente 1.000 soles, mientras que un 6,4% tiene alrededor de 3.000 soles, y un 2,9% dispone de 5.000 y 7.000 soles, respectivamente. Estos datos indican una variabilidad en los niveles de inversión, sugiriendo diferentes capacidades económicas y estrategias empresariales entre los emprendedores del Centro Artesanal Cusco. El cual se resalta la importancia de

diseñar políticas de apoyo financiero adaptadas a estas diferentes necesidades y niveles de inversión, fomentando un entorno inclusivo que potencie el crecimiento de todos los emprendedores, independientemente de su capacidad de inversión inicial.

Dimensión Capital Humano

Tabla 18.

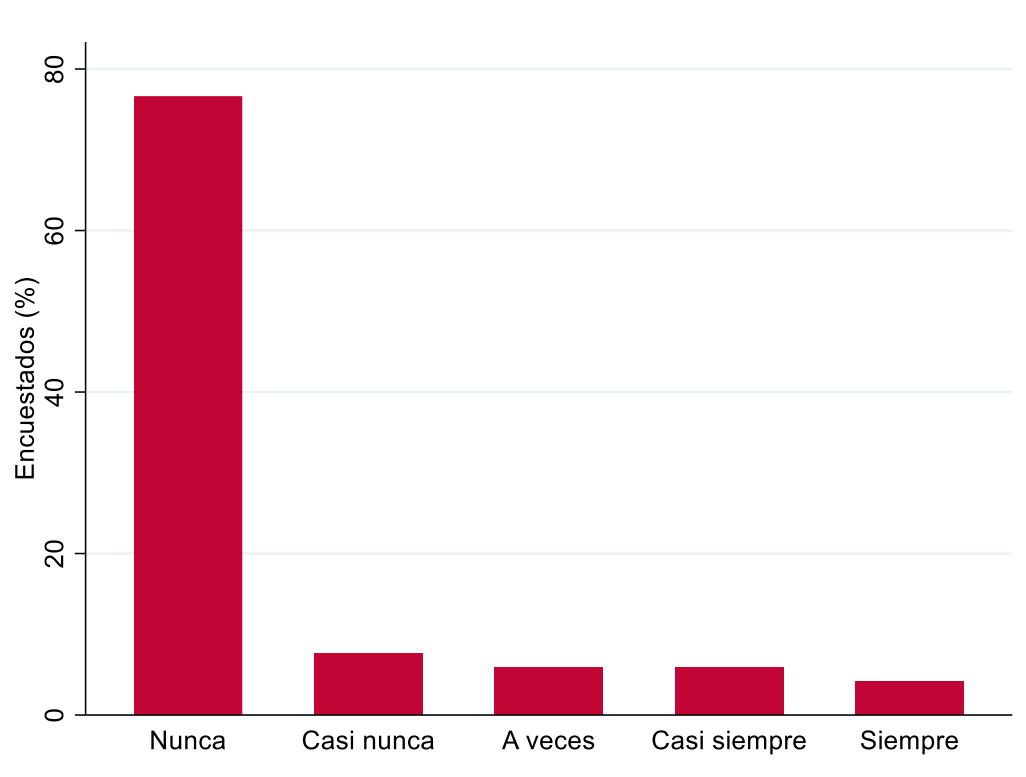
Usted vende a través de venta indirecta (hoteles, restaurantes, etc.)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	131	76.61	76.61
Casi nunca	13	7.60	84.21
A veces	10	5.85	90.06
Casi siempre	10	5.85	95.91
Siempre	7	4.09	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 15.

Usted vende a través de venta indirecta (hoteles, restaurantes, etc.)



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 18 y figura 14 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto a si venden a través de restaurantes, hoteles etc. (venta indirecta) los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 76.61% indicaron que no tienen intermediarios para vender su producto artesanal, el 7.60% indicaron “casi nunca”, el 5.85% indicaron “a veces”, el 5.85% indicaron “casi siempre” y el 4.09% indicaron que “siempre” venden sus productos mediante intermediarios.

Tabla 19.

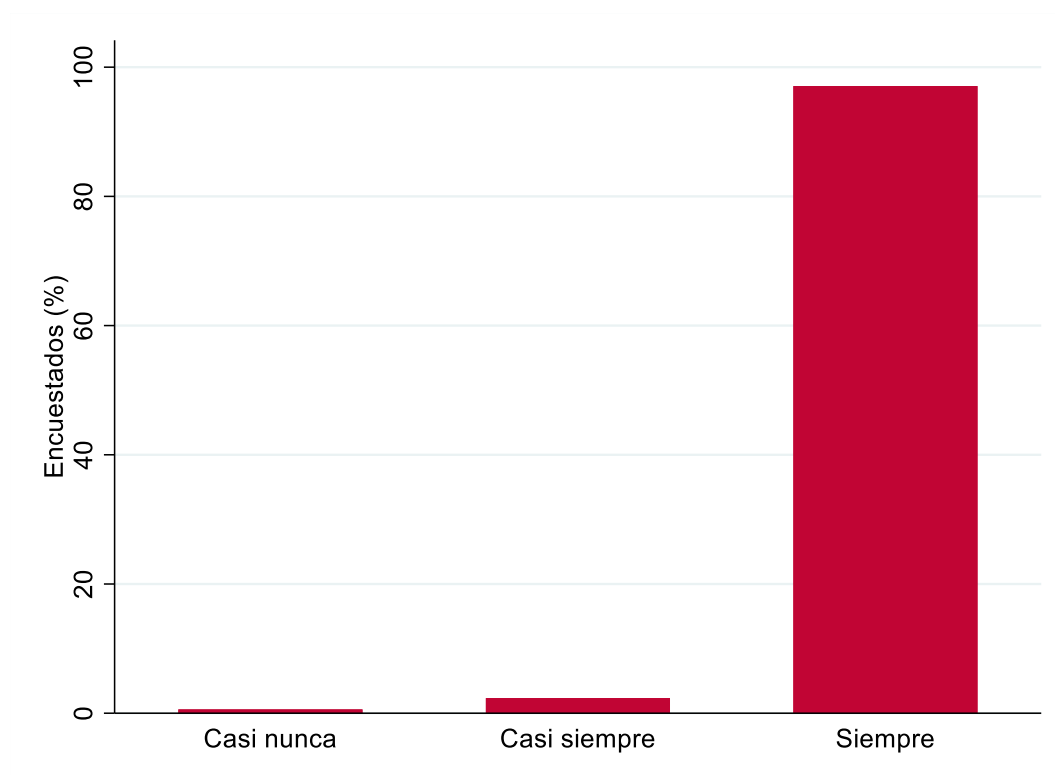
¿Usted vende a través de venta Transaccional directa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	0.58	0.58
Casi siempre	4	2.34	2.92
Siempre	166	97.08	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 16.

¿Usted vende a través de venta Transaccional directa?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 19 y figura 16 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto si es venden de manera directa (presencial) los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo

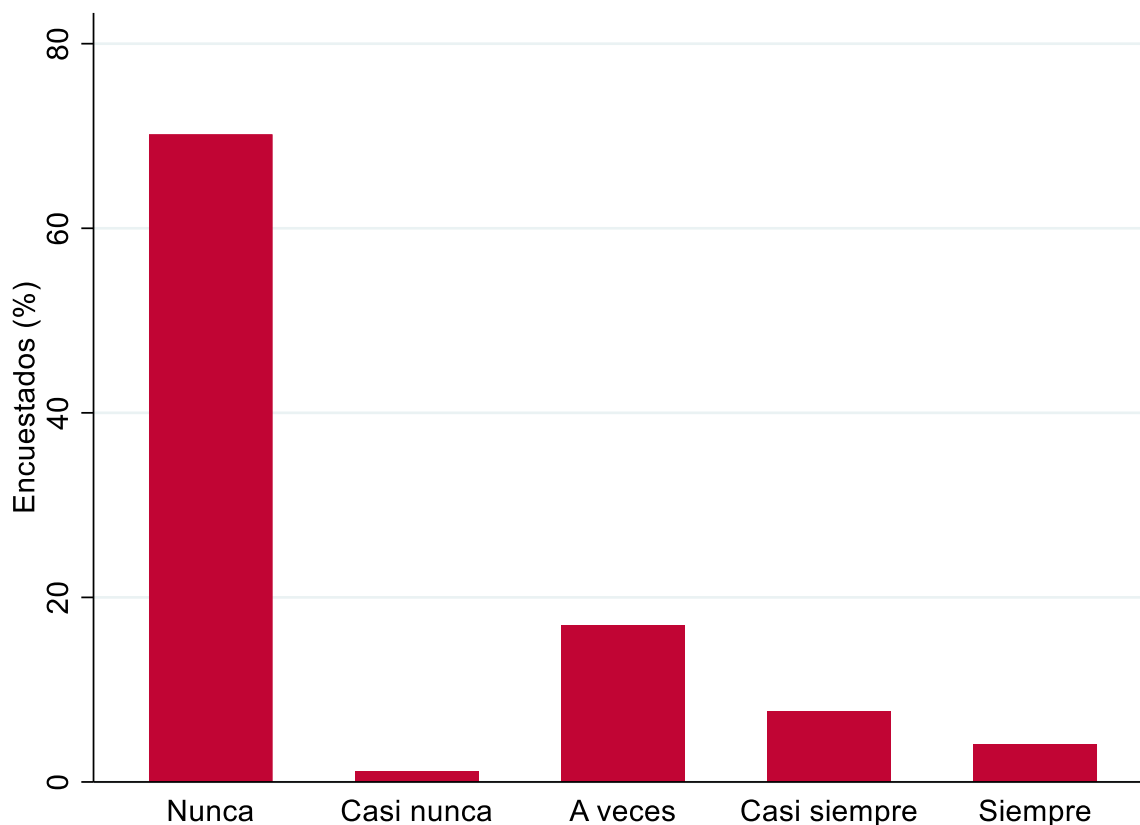
2021-2022. Del total de encuestados, el 97.08% revelaron que “siempre” la venta de productos artesanales es de manera directa (presencial), el 2.34% indicaron que “casi siempre” y el 0.58% indicaron “casi nunca”.

Tabla 20.

Venta por Teléfono

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	120	70.18	70.18
Casi nunca	2	1.17	71.35
A veces	29	16.96	88.30
Casi siempre	13	7.60	95.91
Siempre	7	4.09	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 17.*Venta por Teléfono*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 20 y figura 16 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto a si venden a través de teléfono o celular los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 70.18% indicaron que “nunca” realizan la venta a través del teléfono o celular, el 16.96% indicaron que “a veces” si hacen la venta a través del teléfono o celular, el 7.60% indicaron “casi siempre” hacen la venta a través del teléfono o celular, el 4.09% indicaron que “siempre” utilizan el teléfono o celular para pactar sus ventas y el 1,17%, relevaron que “casi nunca” lo hacen a través de este aparato electrónico, por ende

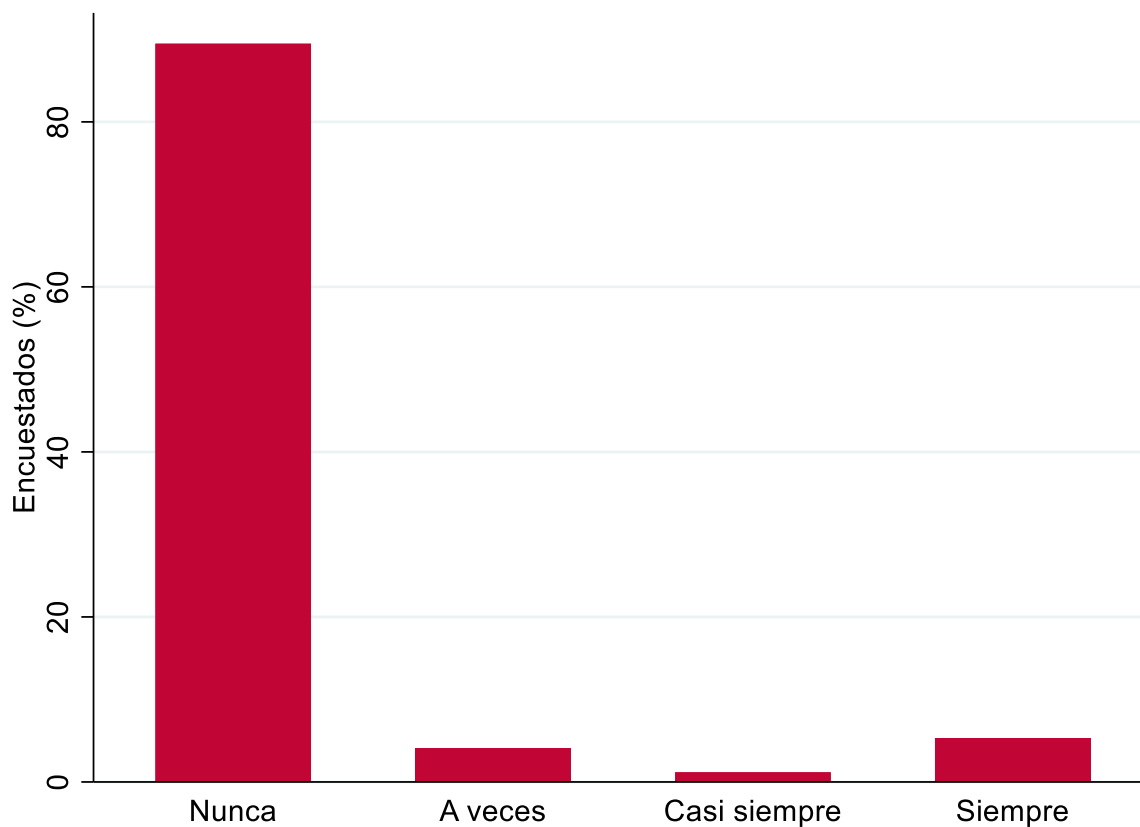
se evidencio que pocos de los comerciantes del centro artesanal realizan este tipo de venta por falta de desconocimiento del uso de celular.

Tabla 21.

Ventas por internet

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	153	89.47	89.47
A veces	7	4.09	93.57
Casi siempre	2	1.17	94.74
Siempre	9	5.26	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 18.*Ventas por internet*

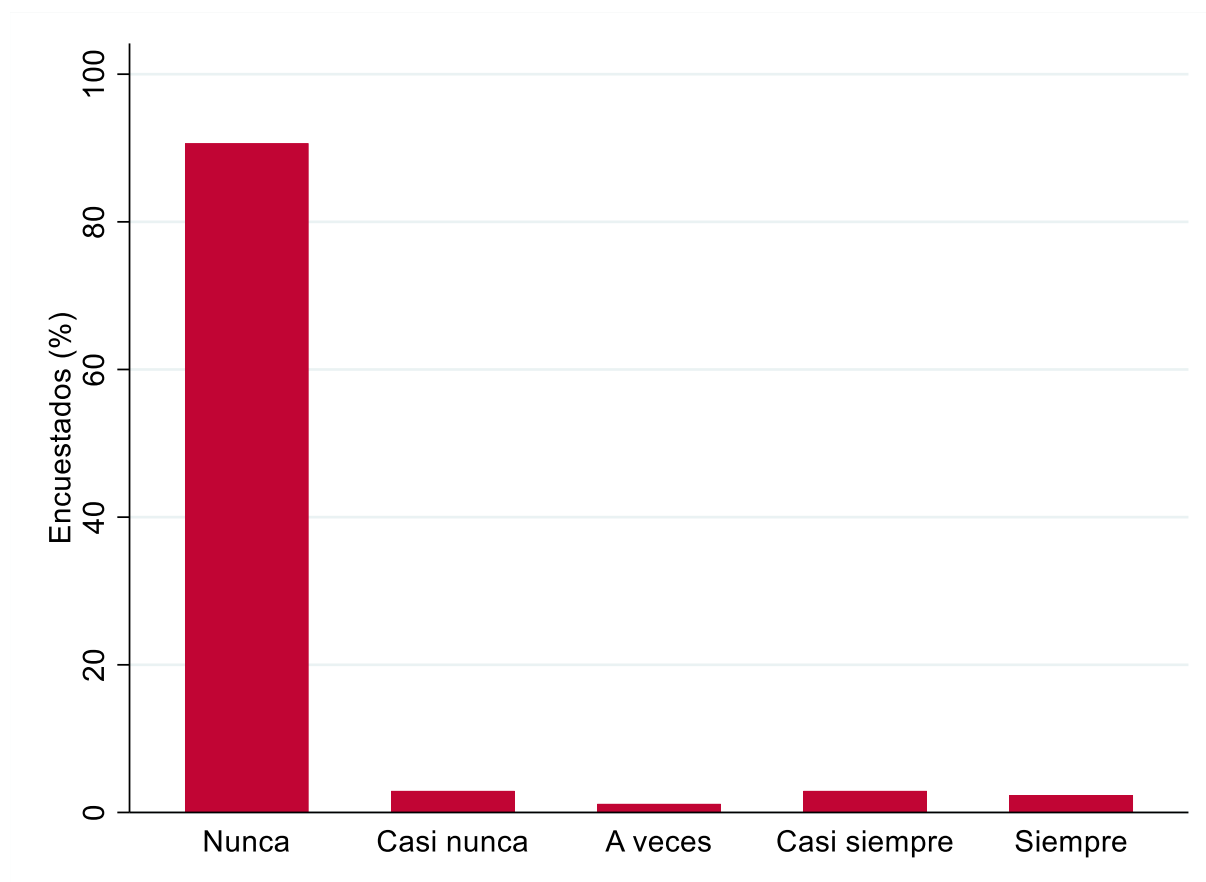
Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 21 y figura 18 mostraron los resultados del trabajo de campo respecto a si venden a través de internet los encuestados del centro artesanal del Cusco, periodo 2021-2022. Del total de encuestados, el 89.47% indicaron que “nunca” realizan la venta a través del internet, 5.26% indicaron que “siempre” si hacen la venta a través del internet, el 4.09% indicaron “a veces” hacen la venta a través del del internet, el 1.17 % indicaron que “casi siempre” utilizan el internet para pactar sus ventas cotidianas. Por consiguiente, predomino el desaprovechamiento del uso de ventas por internet (páginas web).

Tabla 22.*Venta en las redes sociales*

VAR00029	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	155	90.64	90.64
Casi nunca	5	2.92	93.57
A veces	2	1.17	94.74
Casi siempre	5	2.92	97.66
Siempre	4	2.34	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 19.*Venta en las redes sociales*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La Tabla 22 y la Figura 19 presentan los resultados de una encuesta de campo realizada a encuestados de la industria del arte cusqueña sobre si vendieron o no a través de las redes sociales entre 2021 y 2022. El 90,64% de los encuestados afirmó que “nunca” vende a través de redes sociales, el 2,92% “casi siempre” vende a través de redes sociales y el 1,17% “a veces” vende a través de redes sociales. Comercialización a través de redes sociales, el 2,92% dijo que "casi siempre" usa las redes sociales para confirmar sus ventas diarias y el 2,34% dijo que "siempre" usa las redes sociales para confirmar sus ventas. Por eso, al menos saber utilizar las redes sociales (instagram, tik tok, bazar, etc.).

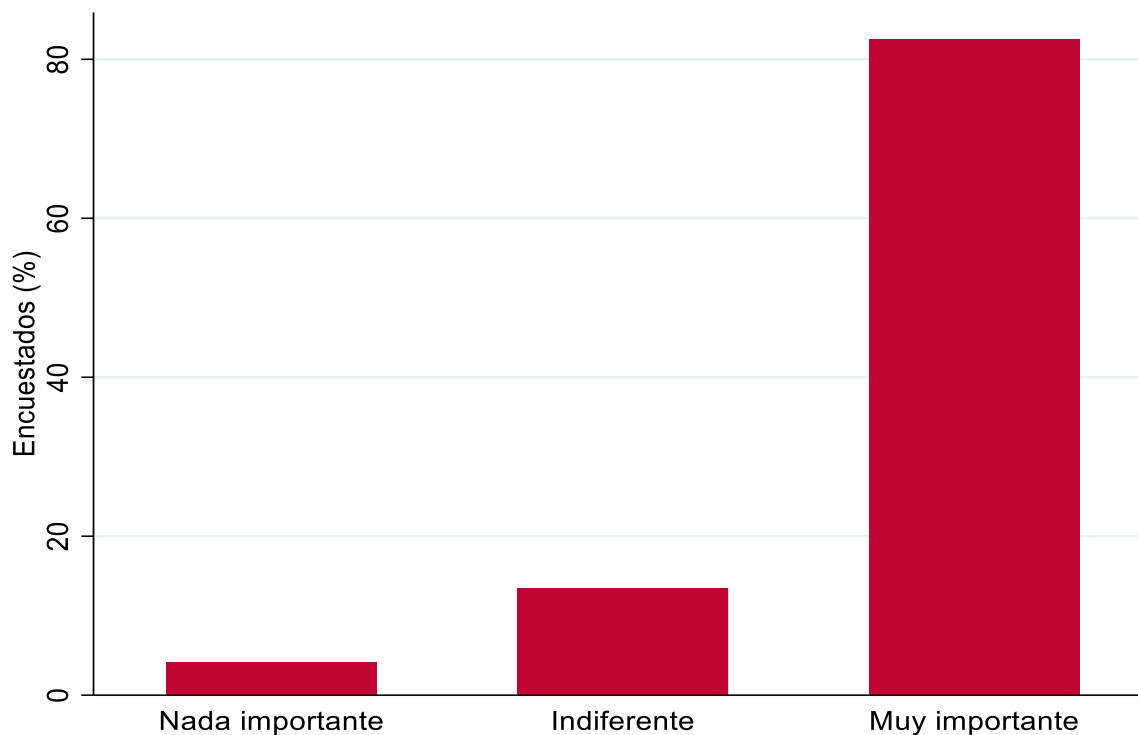
¿Cuáles son los criterios más importantes que considera usted en la selección de personal?

Tabla 23.

Experiencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada importante	7	4.09	4.09
Indiferente	23	13.45	17.54
Muy importante	141	82.46	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 20.*Experiencia*

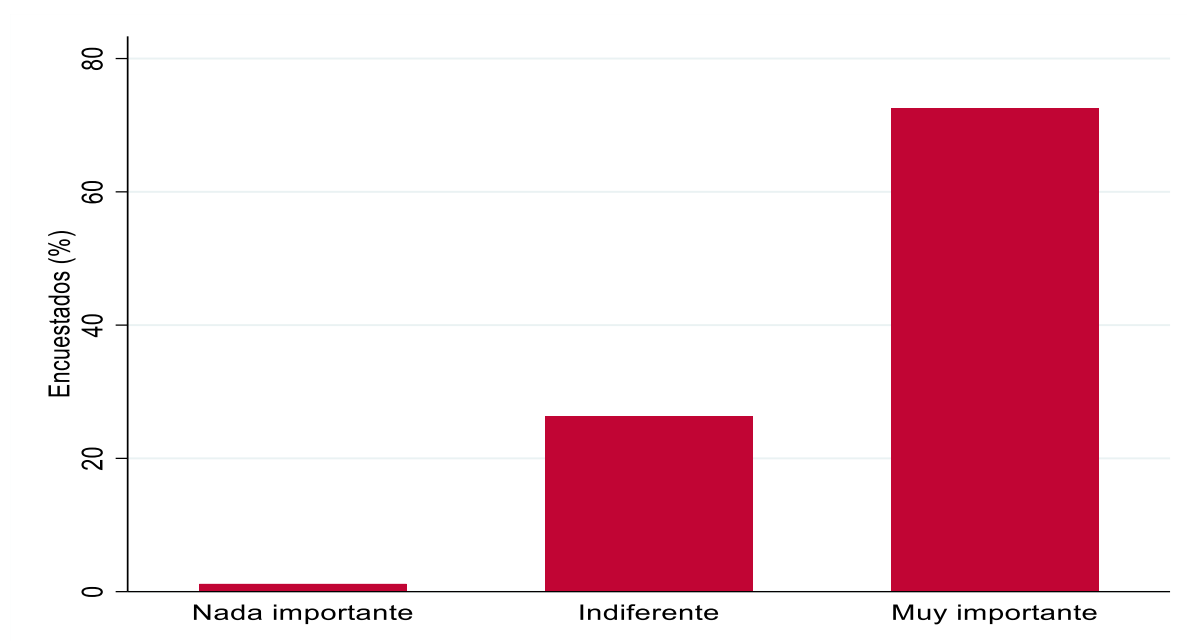
Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 23 y figura 20 muestran resultados del trabajo de campo respecto a **los criterios más importantes que consideraron los Microempresarios en la selección de personal**, encuestados en el centro artesanal del Cusco, del total de encuestados, se evidencio que el 82.46% consideraron que es muy importante que los empleados posean experiencia para el puesto laboral, el 13.45% se mostraron indiferentes y el 4.09% lo consideraron nada importante la cualidad de experiencia, Por ende evidenciamos que gran parte de los comerciantes del centro artesanales propietarios dedujeron de mucha importancia que los empleados tengan para el puesto laborar en el expendio de productos del Centro Artesanal.

Tabla 24.*Conocimiento del puesto*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada importante	2	1.17	1.17
Indiferente	45	26.32	27.49
Muy importante	124	72.51	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 21.*Conocimiento del puesto*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 24 y figura 21 muestran resultados del trabajo de campo respecto a **los criterios más importantes que consideraron los Microempresarios en la selección de personal** encuestados en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, se evidencio que el 72.51% consideraron que es muy importante que los empleados posean conocimiento del

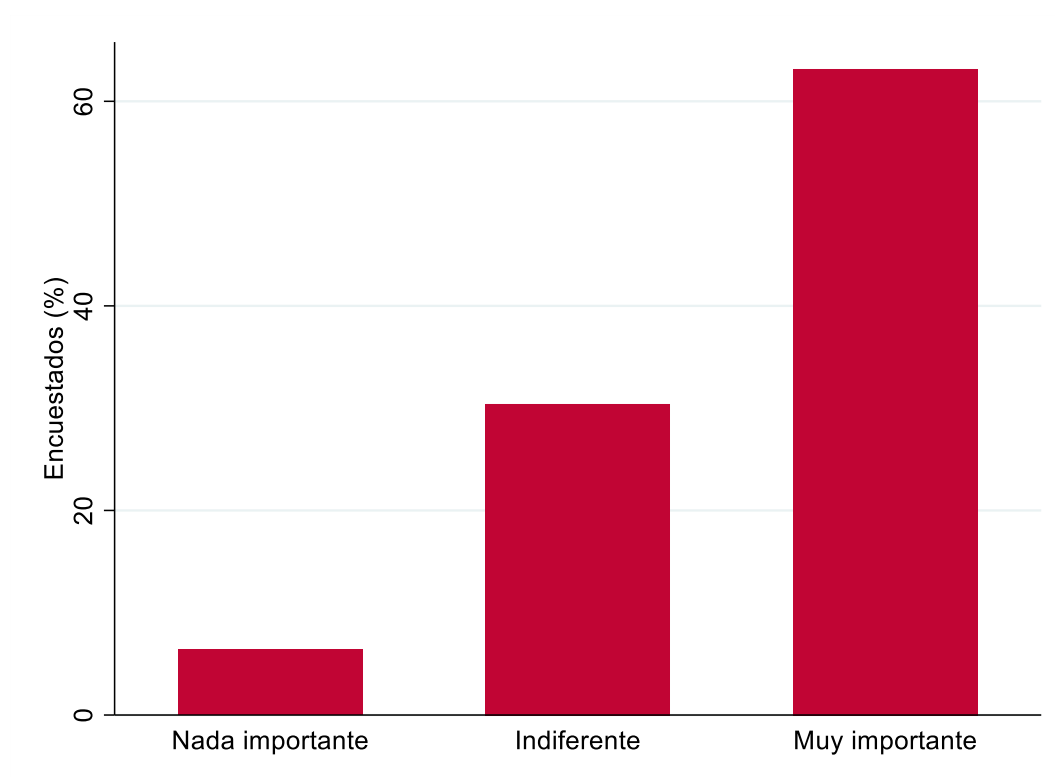
puesto, el 26.32% se mostraron indiferentes con la consideración de conocimiento del puesto y el 1.17% lo consideraron nada importante, Por ende evidenciamos que gran parte de los comerciantes del centro artesanales propietarios dedujeron de mucha importancia que los empleados tengan conocimiento del puesto en el expendio de productos del Centro Artesanal.

Tabla 25.

Capacidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada importante	11	6.43	6.43
Indiferente	52	30.41	36.84
Muy importante	108	63.16	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 22.*Capacidades*

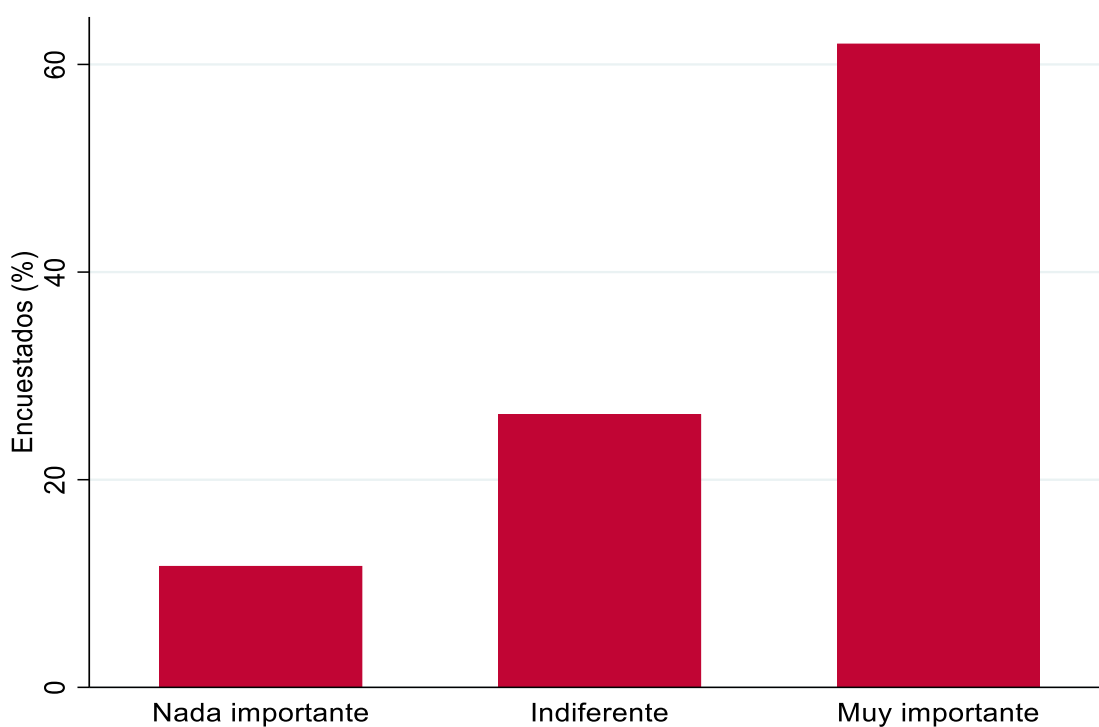
Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 25 y figura 22 muestran resultados del trabajo de campo respecto a **los criterios más importantes que consideraron los Microempresarios en la selección de personal** encuestados en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, se evidencio que el 63.16% consideraron que es muy importante que los empleados posean capacidades en el desenvolvimiento en el puesto, el 30.41% se mostraron indiferentes con la consideración de capacidades del puesto y el 6.43% lo consideraron nada importante, Por ende evidenciamos que gran parte de los comerciantes del centro artesanales propietarios dedujeron de mucha importancia que los empleados tengan capacidades en el desenvolvimiento para el puesto en el expendio de productos del Centro Artesanal.

Tabla 26.*Pro actividad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada importante	20	11.70	11.70
Indiferente	45	26.32	38.01
Muy importante	106	61.99	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 23.*Pro actividad*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 26 y figura 23 muestran resultados del trabajo de campo respecto a **los criterios más importantes que consideraron los Microempresarios en la selección de personal**

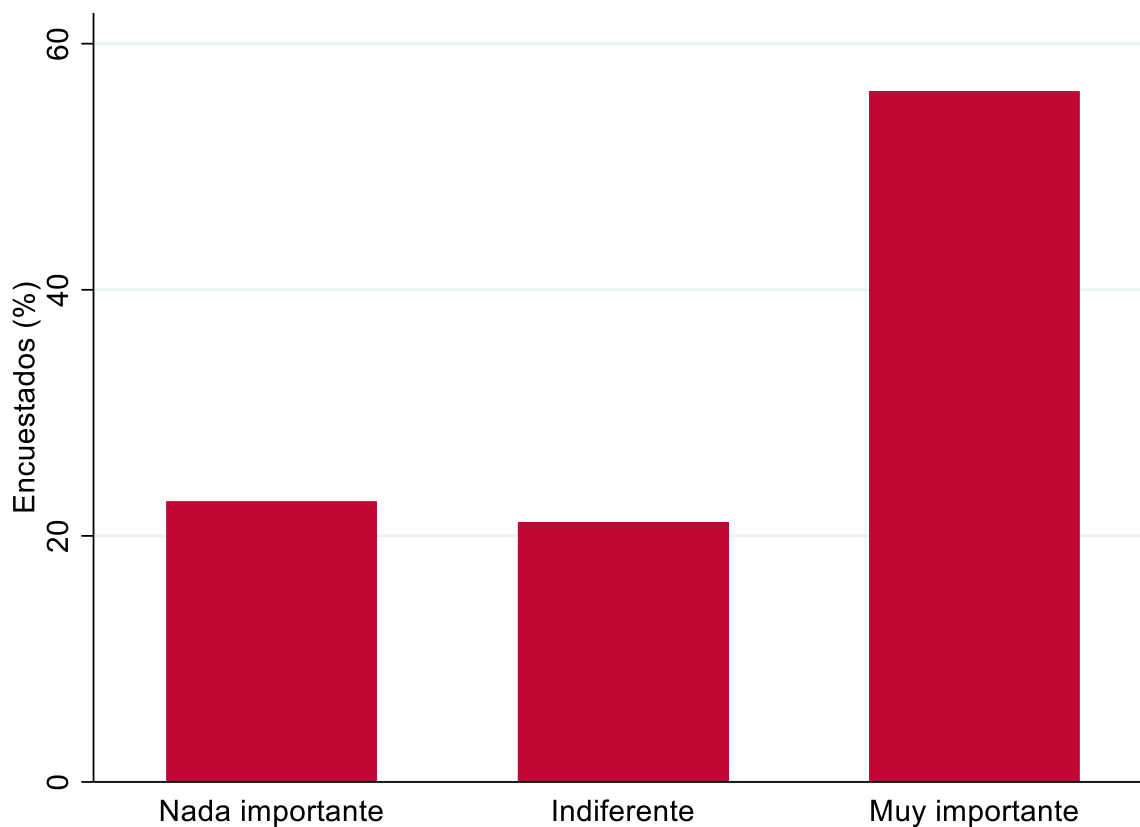
encuestados en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, se evidencio que el 61.99% consideraron que es muy importante que los empleados sean pro activos en su desenvolvimiento, el 26.32% se mostraron indiferentes y el 11.70% lo consideraron nada importante la cualidad de ser pro activo, Por ende evidenciamos que gran parte de los comerciantes propietarios del centro artesanal dedujeron de mucha importancia que los empleados sean pro activos en su desenvolvimiento para el puesto en el expendio de productos del Centro Artesanal.

Tabla 27.

Liderazgo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada importante	39	22.81	22.81
Indiferente	36	21.05	43.86
Muy importante	96	56.14	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 24.*Liderazgo*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 27 y figura 24 muestran resultados del trabajo de campo respecto a **los criterios más importantes que consideraron los Microempresarios en la selección de personal** encuestados en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, se evidenció que el 56.14% consideraron que es muy importante que los empleados tengan liderazgo para dirigir una empresa o microempresa, el 22.81% lo consideraron nada importante la cualidad del liderazgo y el 21.05% se mostraron indiferente. Por ende, evidenciamos que gran parte de los comerciantes propietarios del centro artesanal dedujeron de mucha importancia que los

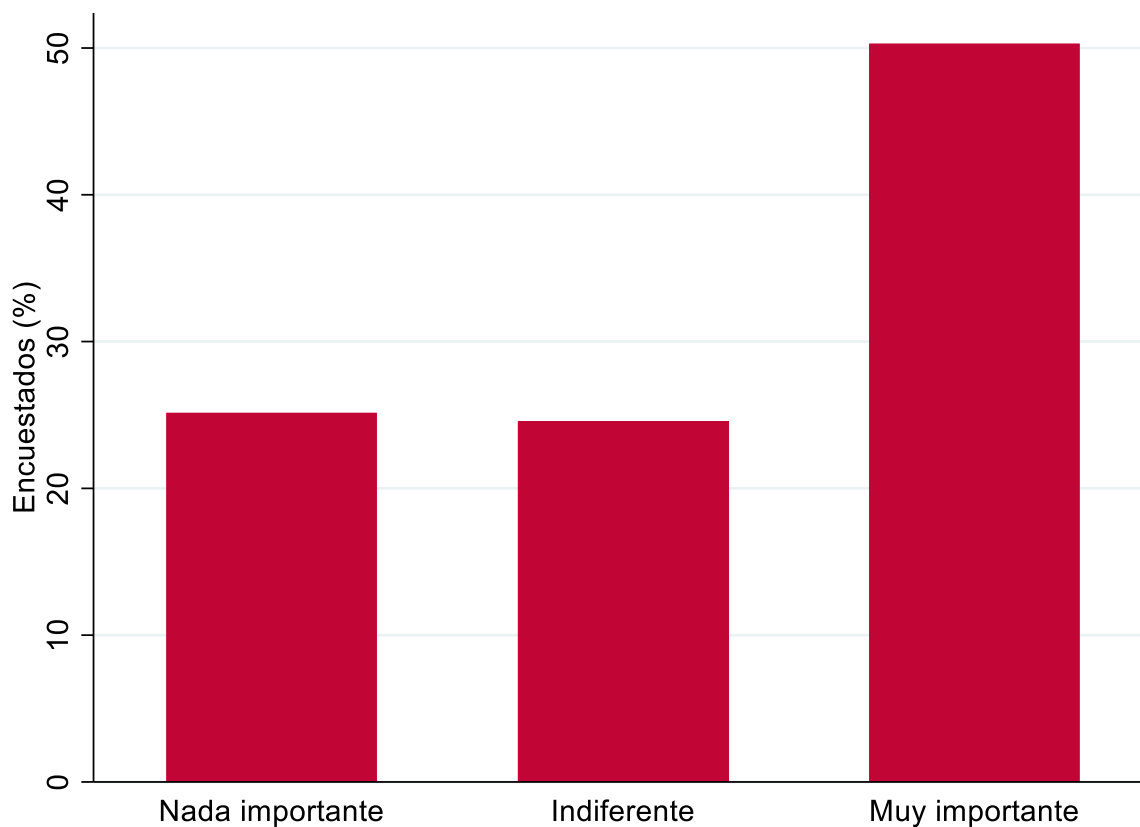
empleados tengan liderazgo en su desenvolvimiento para el puesto en el expendio de productos del Centro Artesanal.

Tabla 28.

Trabajo en equipo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada importante	43	25.15	25.15
Indiferente	42	24.56	49.71
Muy importante	86	50.29	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 25.*Trabajo en equipo*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 28 y figura 25 muestran resultados del trabajo de campo respecto a **los criterios más importantes que consideraron los Microempresarios en la selección de personal** encuestados en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, se evidencio que el 50.29% consideraron que es muy importante que los empleados sepan trabajar en equipo, el 25.15% lo consideraron nada importante la cualidad de ser empatico con el trabajo en equipo, y el 24.56% se mostraron indiferentes. Por ende, evidenciamos que gran parte de los comerciantes propietarios del centro artesanal dedujeron de mucha importancia que los

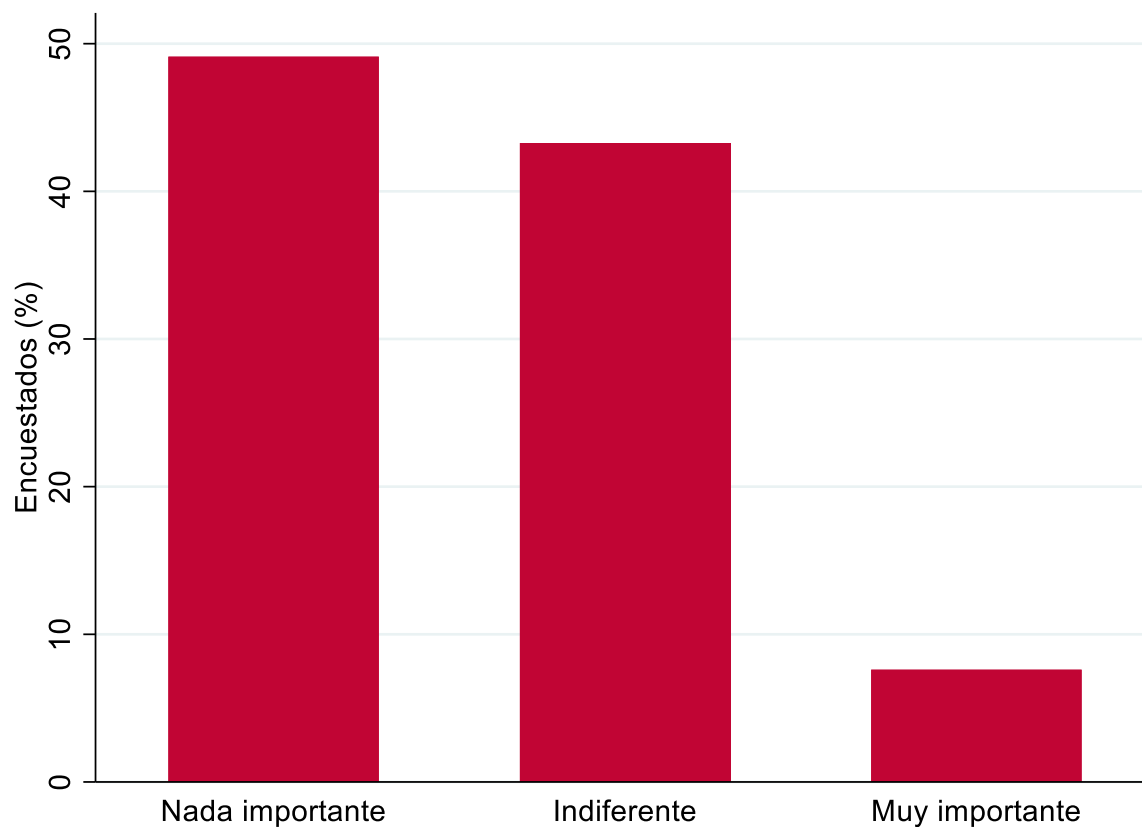
empleados sepan trabajar en equipo en el puesto laboral en el expendio de productos del Centro Artesanal.

Tabla 29.

Trabajo bajo presión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada importante	84	49.12	49.12
Indiferente	74	43.27	92.40
Muy importante	13	7.60	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 26.*Trabajo bajo presión*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 29 y figura 26 muestran resultados del trabajo de campo respecto a **los criterios más importantes que consideraron los Microempresarios en la selección de personal** encuestados en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, se evidencio que el 49.12% consideraron que nada importante que los empleados trabajen bajo presión, el 43.27% se mostraron indiferentes y el 7.60% lo consideraron muy importante la cualidad de trabajar bajo presión. Por ende, evidenciamos que gran parte de los comerciantes propietarios del centro artesanal dedujeron que no tiene mucha importancia que los empleados sepan trabajar bajo presión en el puesto laboral en el expendio de productos del Centro Artesanal.

Dimensión innovación social**Tabla 30.**

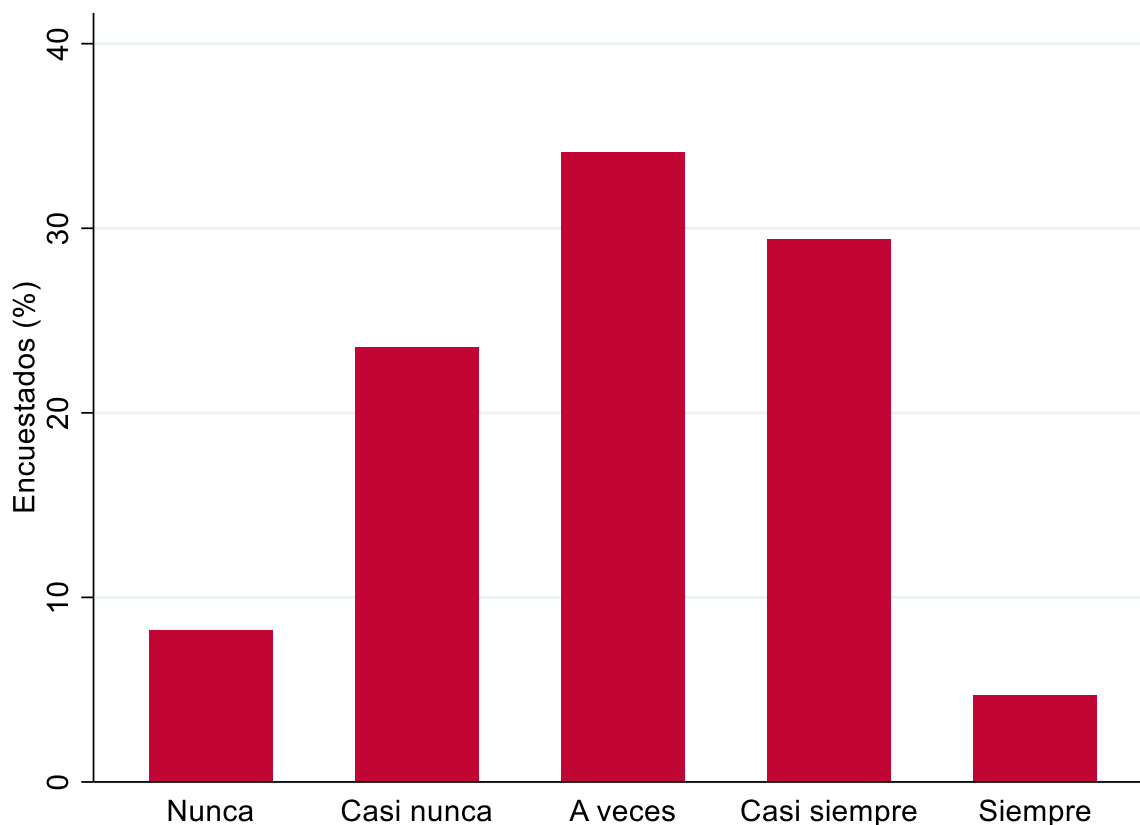
¿Usted ha introducido bienes y servicios nuevos en su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	14	8.24	8.24
Casi nunca	40	23.53	31.76
A veces	58	34.12	65.88
Casi siempre	50	29.41	95.29
Siempre	8	4.71	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 27.

¿Usted ha introducido bienes y servicios nuevos en su negocio?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 30 y figura 27 muestran resultados del trabajo de campo respecto si **introdujo nuevos bienes y servicios en su negocio** los comerciantes artesanos en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, el 8.24% indicaron “nunca” reinventar nuevos bienes o servicios en su negocio, el 23.53% indicaron “casi nunca”, mientras que el 34.12% revelaron que “a veces” innovan en sus negocios introduciendo nuevos bienes o servicios, el 29.42% indicaron que “casi siempre” y el 4.71% evidenciaron “siempre” innovar con nuevos productos. Por consecuencia gran parte de los comerciantes artesanos evidencian que es necesario a veces

innovar con nuevos productos y servicios donde destacan sus habilidades técnicas y creativas para crear nuevos productos.

Tabla 31.

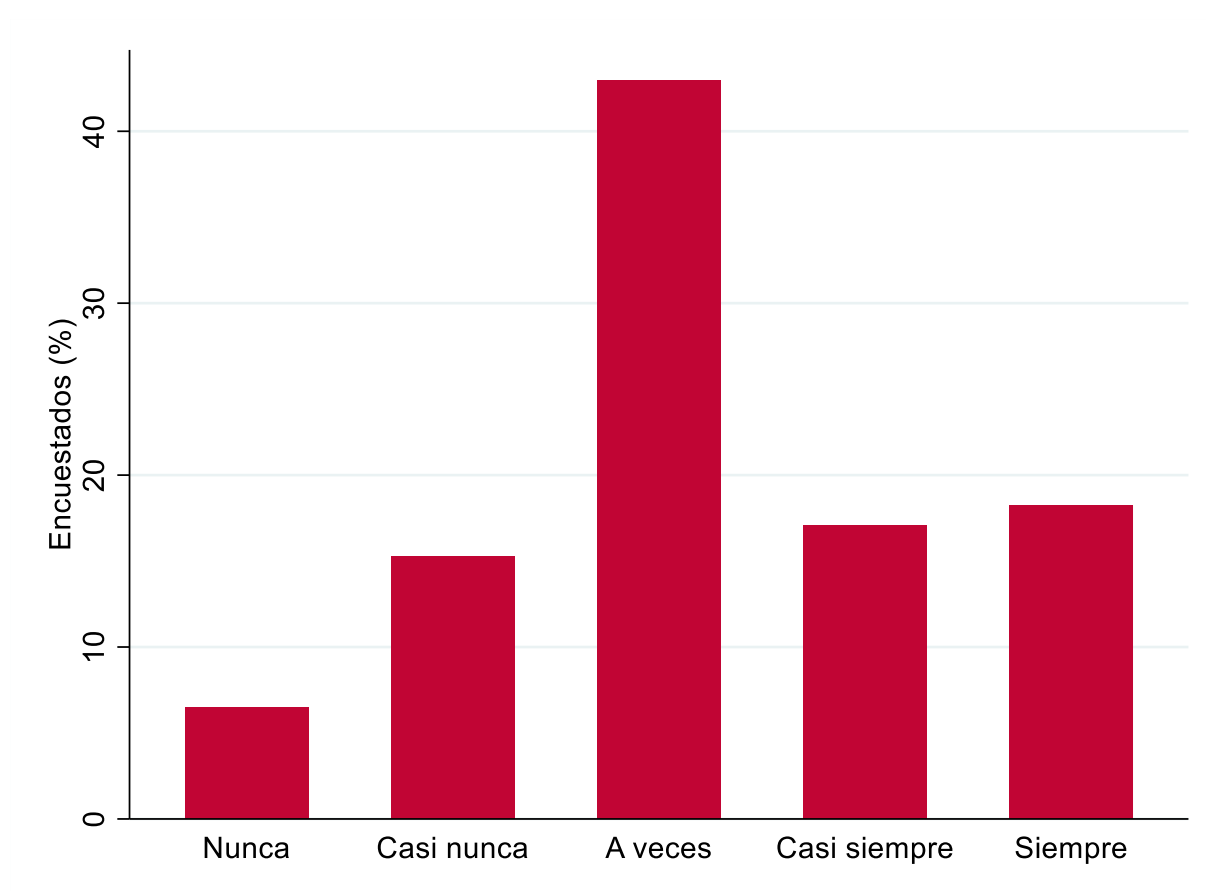
Realiza mejoras de los productos que expende (retoques, cocidos, ilaciones)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	11	6.47	6.47
Casi nunca	26	15.29	21.76
A veces	73	42.94	64.71
Casi siempre	29	17.06	81.76
Siempre	31	18.24	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 28.

Realiza mejoras de los productos que expende (retoques, cocidos, ilaciones)



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 31 y figura 28 muestran resultados del trabajo de campo respecto si **Realiza mejoras de los productos que expende los** comerciantes artesanos en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, el 6.47% indicaron “nunca” realizan mejoras de los productos que expende en su negocio, el 15.29% indicaron “casi nunca”, mientras que el 42.94% revelaron que “a veces” realizan mejoras de los productos que expende, el 17.06% indicaron que “casi siempre” y el 18.24% evidenciaron “siempre” realizan mejoras de los productos que venden .Se evidencia que gran parte de los comerciantes artesanos realizan de

vez en cuando mejora en sus productos lo que permite incrementar la calidad y valor de sus productos que expenden.

Tabla 32.

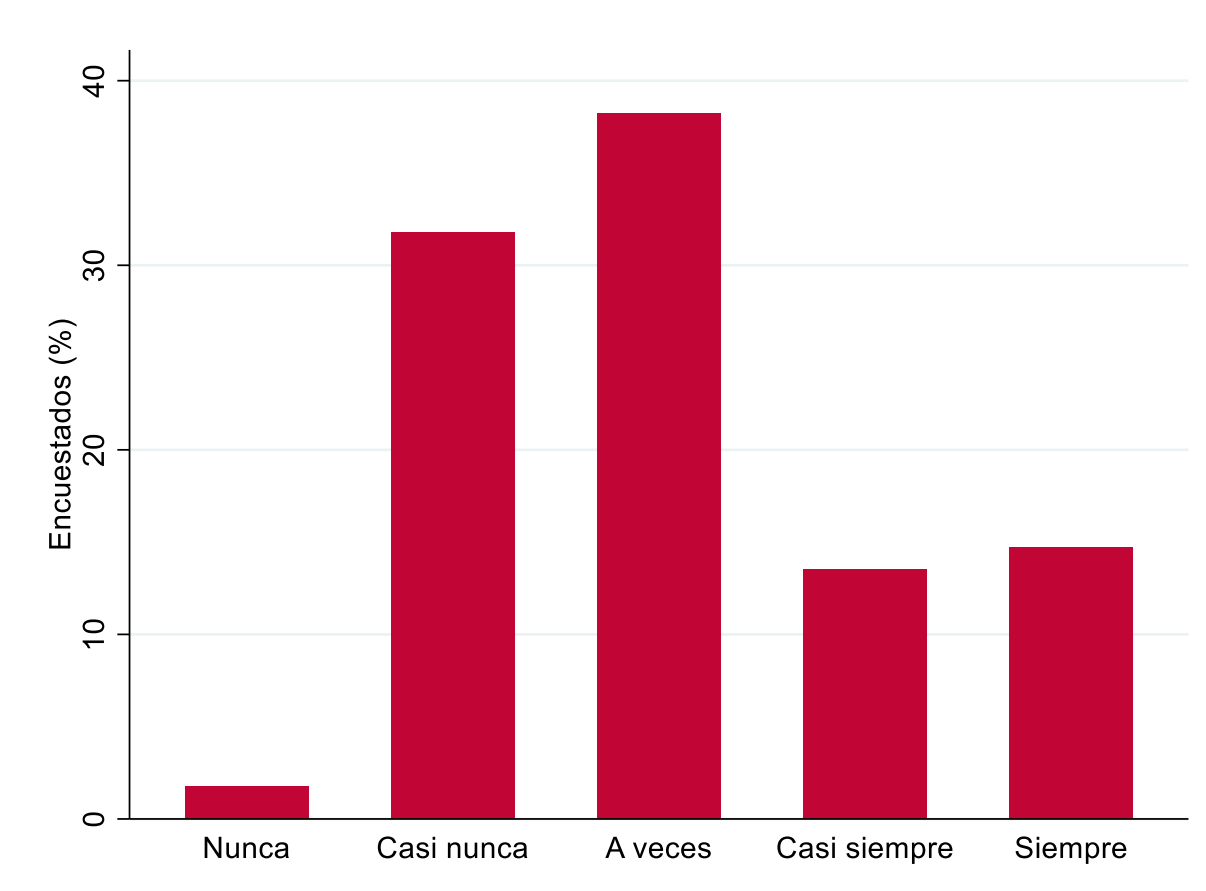
Realiza mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes que ofrece

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	3	1.76	1.76
Casi nunca	54	31.76	33.53
A veces	65	38.24	71.76
Casi siempre	23	13.53	85.29
Siempre	25	14.71	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 29.

Realiza mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes que ofrece



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 32 y figura 29 muestran resultados del trabajo de campo respecto si realizan mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes, los comerciantes artesanos en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, el 1.76% indicaron “nunca” realizan mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes en su negocio, el 31.76% indicaron “casi nunca”, mientras que el 38.24% revelaron que “aveces” realizan mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes, el 13.53% indicaron que “casi siempre” y el 14.71 % evidenciaron “siempre” realizan mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes.

Tabla 33.

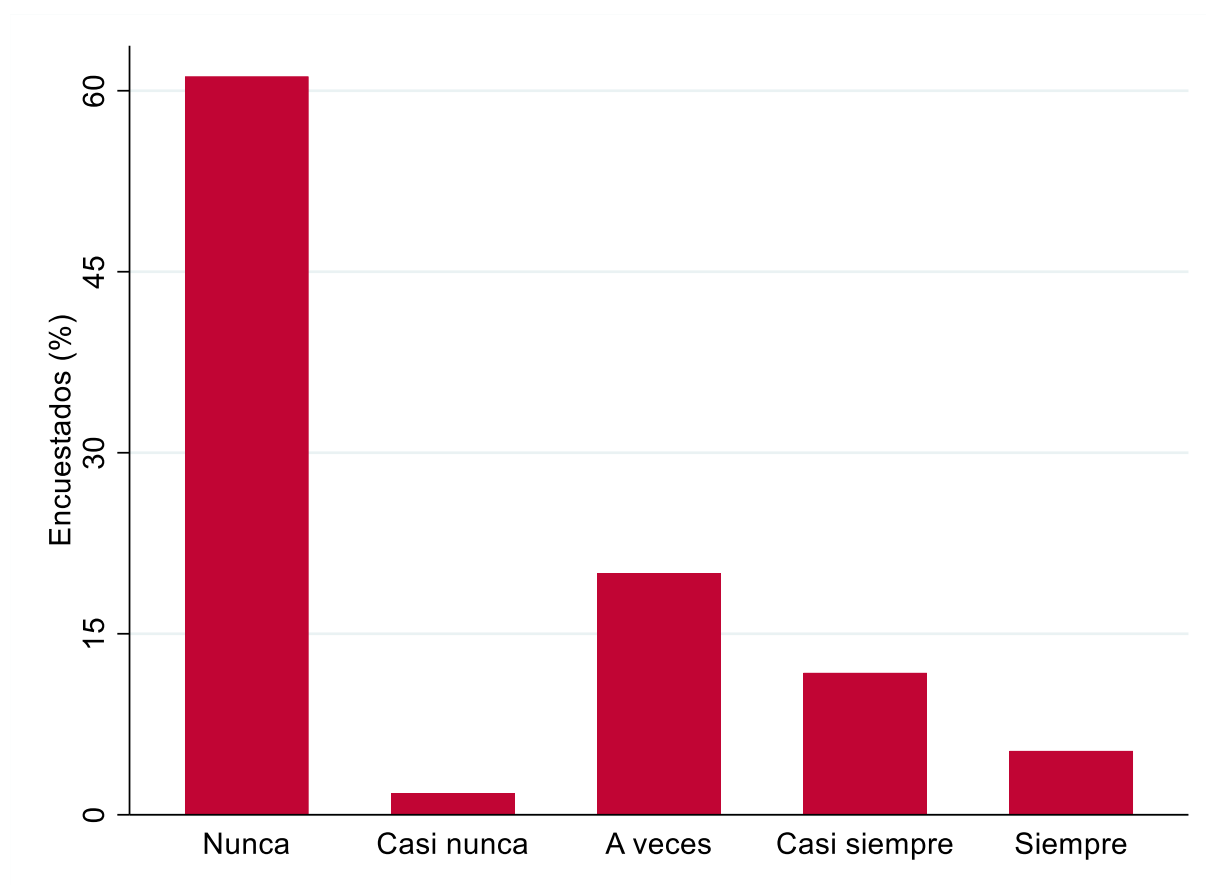
Su empresa aplica o hace uso de herramienta tecnológicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	104	61.18	61.18
Casi nunca	3	1.76	62.94
A veces	34	20.00	82.94
Casi siempre	20	11.76	94.71
Siempre	9	5.29	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 30.

Su empresa aplica o hace uso de herramienta tecnológicas



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 33 y figura 30 muestran resultados del trabajo de campo respecto, si empresa aplica o hace uso de herramienta tecnológicas, los comerciantes artesanos en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, el 61.18 % indicaron “nunca” aplica o hace uso de herramienta tecnológicas en su negocio, el 1.76% indicaron “casi nunca”, mientras que el 20.00% revelaron que “a veces” aplica o hace uso de herramienta tecnológicas, el 11.76% indicaron que “casi siempre” y el 5.29 % evidenciaron “siempre” aplica o hace uso de herramienta tecnológicas

Tabla 34.

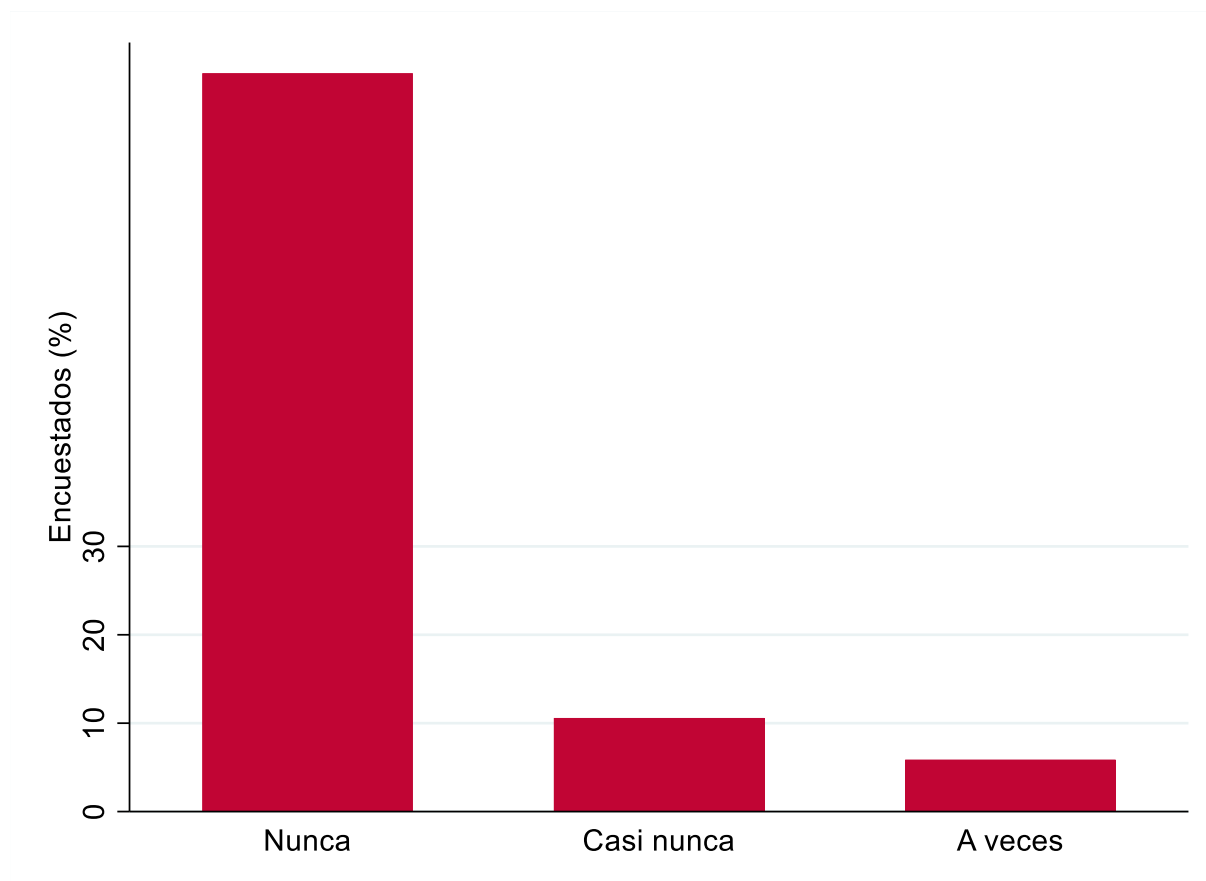
Implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	142	83.53	83.53
Casi nunca	18	10.59	94.12
A veces	10	5.88	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 31.

Implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La tabla 34 y figura 31 muestran resultados del trabajo de campo respecto, si implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien, los comerciantes artesanos en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, el 83.53% indicaron “nunca” aplica o hace uso de herramienta tecnológicas en su negocio, el 10.59% indicaron “casi nunca”, mientras que el 5.88 % revelaron que “a veces” implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto.

Tabla 35.

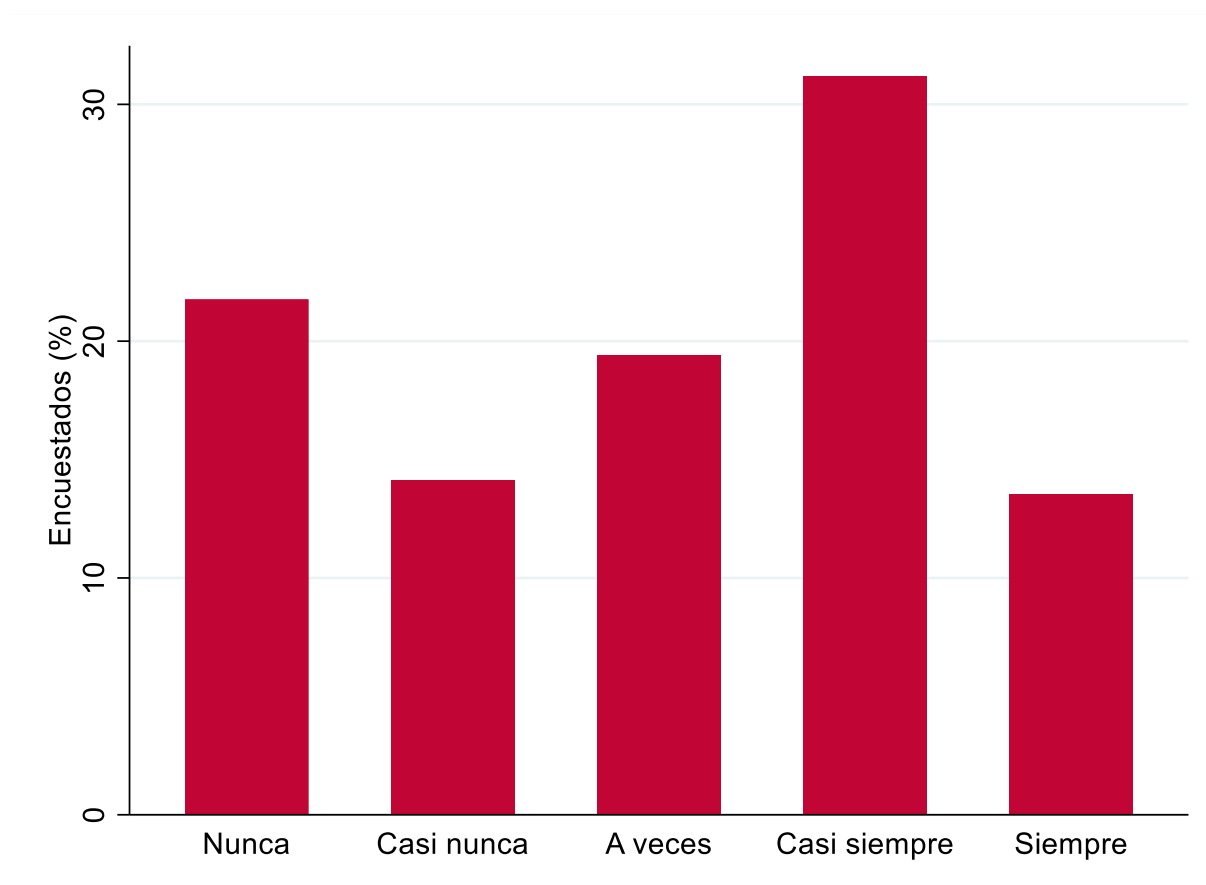
Introduce cambios significativos en el diseño estético o presentación de producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	37	21.76	21.76
Casi nunca	24	14.12	35.88
A veces	33	19.41	55.29
Casi siempre	53	31.18	86.47
Siempre	23	13.53	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 32.

Introduce cambios significativos en el diseño estético o presentación de producto



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 35 y figura 32 muestran resultados del trabajo de campo respecto, si implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien, los comerciantes artesanos en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, el 83.53% indicaron “nunca” aplica o hace uso de herramienta tecnológicas en su negocio, el 10.59% indicaron “casi nunca”, mientras que el 5.88 % revelaron que “a veces” implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto.

Tabla 36.

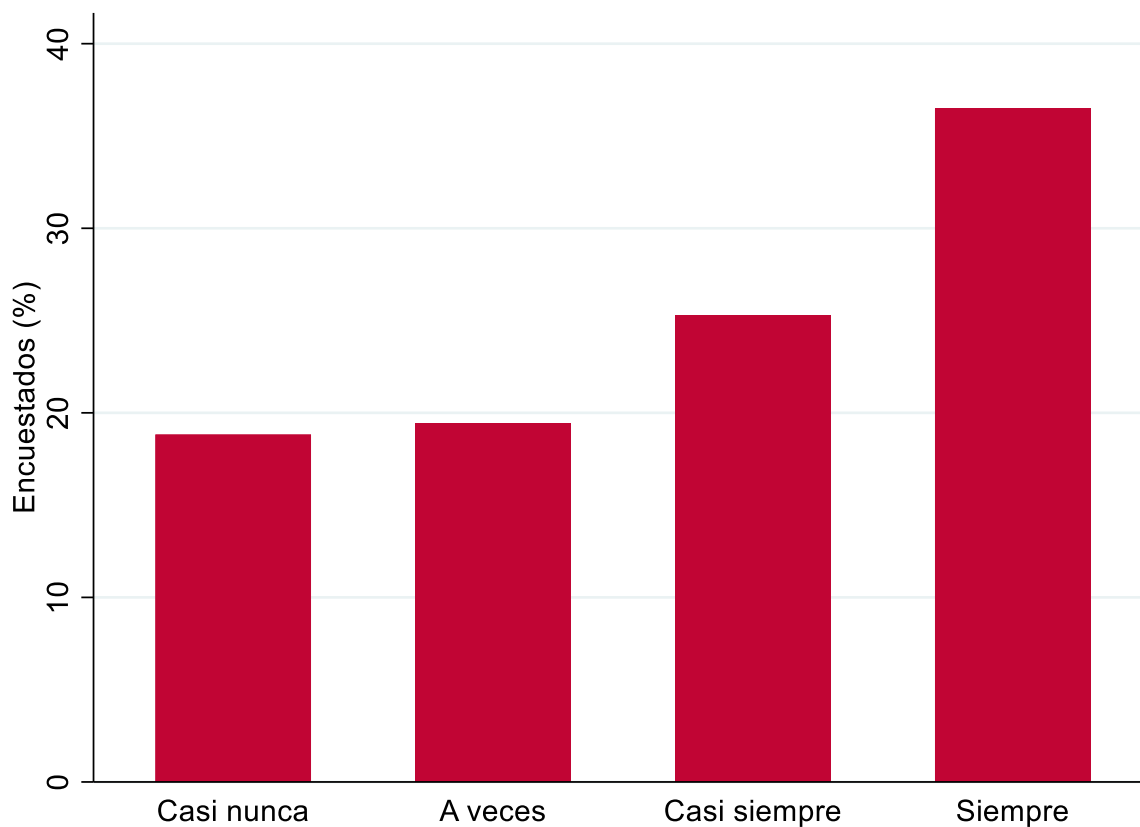
Desarrolla nuevas formas de prestación del servicio al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Casi nunca	32	18.82	18.82
A veces	33	19.41	38.24
Casi siempre	43	25.29	63.53
Siempre	62	36.47	100.00
Total	171	100.00	

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Figura 33.

Desarrolla nuevas formas de prestación del servicio al cliente



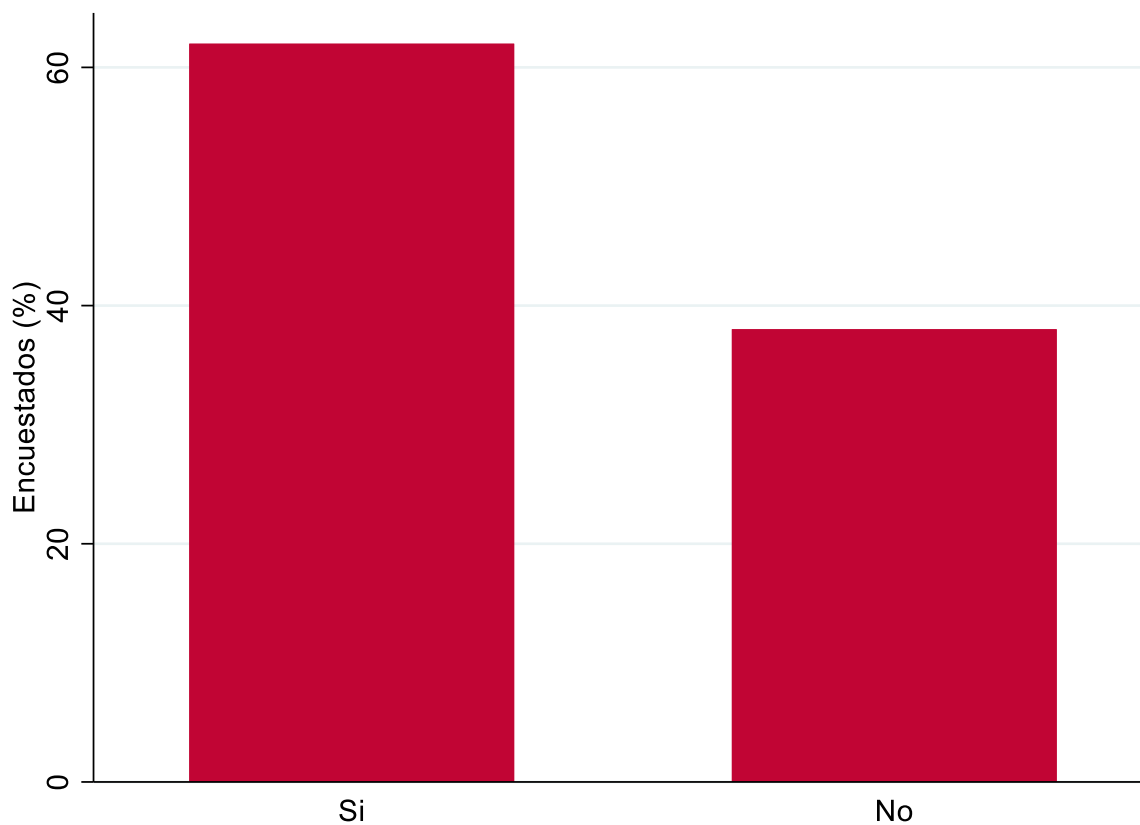
Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

Tabla 36 y figura 33 muestran resultados del trabajo de campo respecto, si implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien, los comerciantes artesanos en el centro artesanal del Cusco, del 100% de los encuestados, el 83.53% indicaron “nunca” aplica o hace uso de herramienta tecnológicas en su negocio, el 10.59% indicaron “casi nunca”, mientras que el 5.88 % revelaron que “a veces” implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto

Proceso productivo final

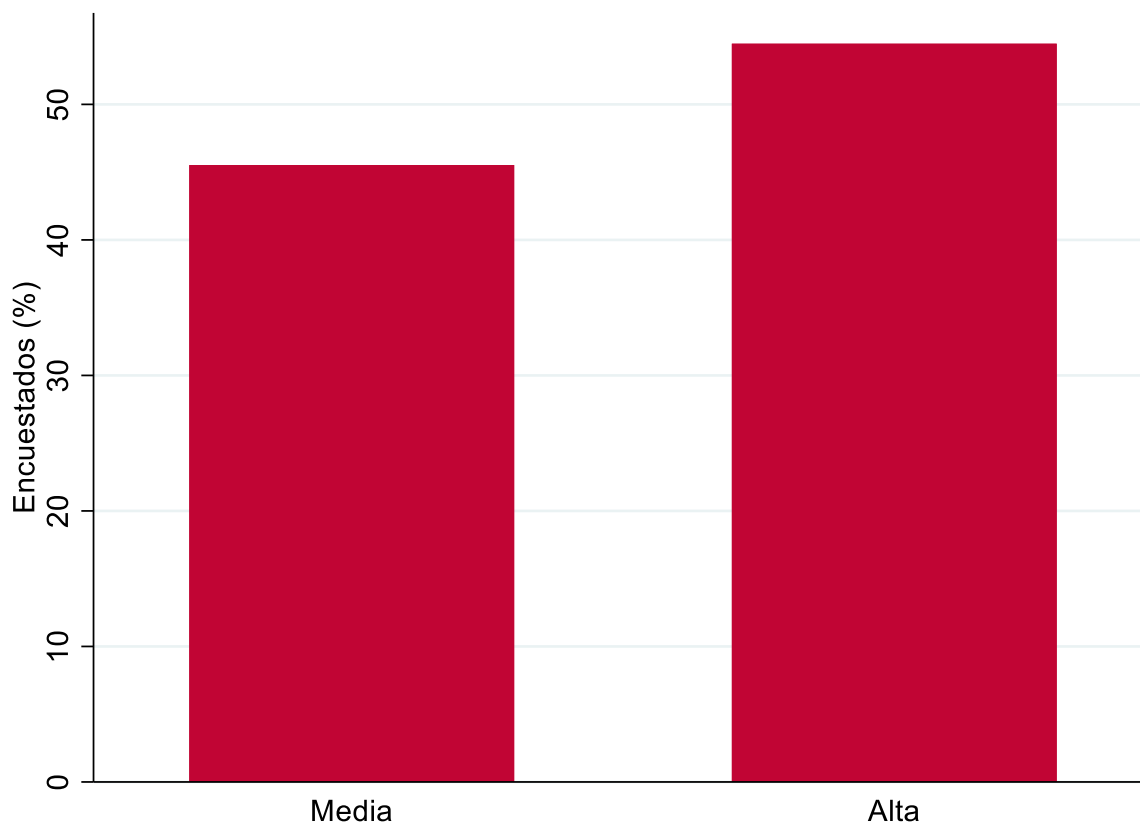
Figura 34.

¿Tiene un producto que nadie más posea en su sector?



Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La figura 34 muestra si los comerciantes tienen un producto que nadie más tiene en el centro comercial artesanal Cusco, 2021-2022. Del total de encuestados, el 61.99% de los comerciantes indicaron que cuentan con un producto diferenciador respecto a sus competidores (mismo sector), mientras que el 38.01% de los comerciantes indicaron que no tienen ningún producto que les diferencia de sus competidores, la mayor proporción de los comerciantes son innovadores, por ende, tienen algún producto que les diferencie y este hace que resalte y le genere mayores ventas.

Figura 35.*Calidad del producto*

Nota: Elaborado a partir del trabajo de campo (encuesta a los comerciantes del centro artesanal).

La figura 35 muestra el nivel de percepción de la calidad del producto en el centro comercial artesanal Cusco, 2021-2022. Del total de encuestados, el 54.48% de los comerciantes indicaron que sus productos que se encuentran para la venta de los consumidores (compradores) es de alta calidad, el 45.52% indicaron que sus productos tienen media calidad, asimismo, en el centro comercial artesanal Cusco, no se cuenta con productos de mala calidad.

4.2. Análisis correlacional

4.2.1. Prueba de normalidad

Para comprobar la calidad de los datos del estudio se realizó una prueba estandarizada, en la que se utilizó la “prueba de Kolmogorov-Smirnov”, ya que el tamaño de la muestra fue de 171, el cual fue mayor a 50.

Ho: Los datos que son representados por la muestra presentan una distribución paramétrica

Ha: Los datos que son representados por la muestra no presentan una distribución paramétrica.

- **Criterio de decisión**

-“Se rechaza la Ho si el valor de sig. es mayor a 0.05, por ende, se acepta la Ha”.

-“Se acepta la Ha si el valor de sig. es menor a 0.05, por ende, se rechaza la Ho”.

- **Uso del estadístico**

“Si los datos siguen una distribución normal entonces se usa el estadístico paramétrico (Pearson), pero si los datos no siguen una distribución normal se usa estadístico no paramétrico (Rho de Spearman)”.

Tabla 37.*Prueba de normalidad*

Kolmogórov-Smirnov		
Dimensiones	Estadístico	Sig.
Capital financiero	0.238	0.000
Capital humano	0.468	0.000
Procedo productivo	0.408	0.000
Innovación tecnológica	0.35	0.000
Desarrollo empresarial	0.093	0.001
n=168		

En la Tabla 37 se muestra la prueba de normalidad para las variables explicativas utilizando el estadístico de Kolmogorov-Smirnov. Se presentan en parte los cambios en el Centro Artesanal del Cusco en la ciudad del Cusco en el año 2022 (factores determinantes y desarrollo empresarial). Todas las mediciones fueron iguales a 0.00 y menores a 0.05, por lo que se concluyó que los datos presentados no estaban distribuidos de manera normal, y por lo tanto, para el análisis de correlación se utilizó estadística no paramétrica (Rho de Spearman).

4.2.2. Prueba de hipótesis por objetivos**4.2.2.1. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 1**

Ho: El capital financiero no influye en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

Ha: El capital financiero influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

- **Criterio de decisión**

-Si “sig. es menos a 0.05 se acepta la Ha, por ende, rechazamos la Ho”

-Si “sig. es mayor a 0.05 se acepta la H0, por ende, rechazamos la Ha”

Tabla 38.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 1

		Capital financiero	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Capital financiero	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1 0.285** 0.00
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0.285** 1 0.00

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
N= 169

La tabla 38 muestra el análisis para el propósito específico 1: (El capital financiero influye positivamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022). El valor del coeficiente de correlación de “Rho de Spearman” es de 0.285 (correlación baja), se presentó una relación positiva y significativa entre el capital financiero y el desarrollo empresarial; asimismo, el valor de la sig. fue de 0.00 y este es menor a 0.05, en consecuencia, de acuerdo al criterio de decisión se acepta la Ha y se rechaza la Ho, es decir, el capital financiero influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

4.2.2.2. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 2

Ho: El capital humano no influye en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

Ha: El capital humano influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

- **Criterio de decisión**

-Si “sig. es menos a 0.05 se acepta la Ha, por ende, rechazamos la Ho”.

-Si “sig. es mayor a 0.05 se acepta la H0, por ende, rechazamos la Ha”.

Tabla 39.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 2

		Capital humano	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Capital humano	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1 0.542** 0.00
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0.542** 1 0.00

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
N= 169

La tabla 39 muestra el análisis para el propósito específico 2: (El capital humano influye positivamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022). El valor del coeficiente de correlación de “Rho de Spearman” es de 0.542 (correlación moderada), se presentó una relación positiva y significativa entre el capital humano y el desarrollo empresarial; asimismo, el valor de la sig. fue de 0.00 y este es menor a 0.05, en consecuencia, de acuerdo al criterio de decisión se acepta la Ha y se rechaza la Ho, es decir, el capital humano influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

4.2.2.3. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 3

Ho: El proceso de producción final no influye en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

Ha: El proceso de producción final influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

- **Criterio de decisión**

-Si “sig. es menos a 0.05 se acepta la Ha, por ende, rechazamos la Ho”.

-Si “sig. es mayor a 0.05 se acepta la H0, por ende, rechazamos la Ha”.

Tabla 40.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 3

		Proceso de producción final	Desarrollo empresarial
Rho de Sperman	Proceso de producción final	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1 0.387** 0.00
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0.387** 1 0.00

**.

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
N= 169

La tabla 40 muestra el análisis para el propósito específico 3: (El proceso de producción final influye positivamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022). El valor del coeficiente de correlación de “Rho de Spearman” es de 0.387 (correlación baja), se presentó una relación positiva y significativa entre el proceso de producción final y el desarrollo empresarial; asimismo, el valor de la sig. fue de 0.00 y este es menor a 0.05, en consecuencia, de acuerdo al criterio de decisión se acepta la Ha y se rechaza la Ho, es decir, el proceso de producción final influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

4.2.2.4. Prueba de hipótesis para el objetivo específico 4

Ho: La innovación tecnológica no influye en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

Ha: La innovación tecnológica influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

- **Criterio de decisión**

-Si “sig. es menos a 0.05 se acepta la Ha, por ende, rechazamos la Ho”.

-Si “sig. es mayor a 0.05 se acepta la H0, por ende, rechazamos la Ha”.

Tabla 41.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 4

		Innovación tecnológica	Desarrollo empresarial
Rho de Sperman	Innovación tecnológicos	Coefficiente de correlación	1
		Sig. (bilateral)	0.67**
			0.00
	Desarrollo empresarial	Coefficiente de correlación	0.67**
		Sig. (bilateral)	0.00

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

La tabla 41 muestra el análisis para el propósito específico 4: (La innovación tecnológica afecta positivamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022). El valor del coeficiente de correlación de “Rho de Spearman” es de 0.67 (correlación alta), se presentó una relación positiva y significativa entre la innovación tecnológica y el desarrollo empresarial; asimismo, el valor de la sig. fue de 0.00 y este es menor a 0.05, en consecuencia, de acuerdo al criterio de decisión se acepta la Ha y se rechaza la Ho, es decir, la innovación tecnológica influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

4.2.2.5. Prueba de hipótesis para el objetivo general

Ho: Los factores determinantes no influye en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

Ha: Los factores determinantes influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022.

- **Criterio de decisión**

-Si "sig. es menos a 0.05 se acepta la H_a , por ende, rechazamos la H_0 ".

-Si "sig. es mayor a 0.05 se acepta la H_0 , por ende, rechazamos la H_a ".

Tabla 42.*Prueba de hipótesis para el objetivo general*

		Capital financiero	Capital humano	Proceso de producción final	Innovación tecnológica	Desarrollo empresarial
Rho de Spearman	Capital financiero	<u>Coefficiente de correlación</u> Sig. (bilateral)	1			0.67 0
	Capital Humano	<u>Coefficiente de correlación</u> Sig. (bilateral)		1 0.00		
	Proceso de producción final	<u>Coefficiente de correlación</u> Sig. (bilateral)			1 0.00	
	Innovación tecnológica	<u>Coefficiente de correlación</u> Sig. (bilateral)				1 0.00
	Desarrollo empresarial	<u>Coefficiente de correlación</u> Sig. (bilateral)	0.285** 0.00	0.542** 0.00	0.387** 0.00	0.67** 0.00

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

La tabla 42 muestra el análisis para el propósito general: (Los factores determinantes afectan positivamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022). El valor de los coeficientes de correlación de “Rho de Spearman” para el capital financiero, capital humano, proceso de producción final y la innovación tecnológica fue de 0.285, 0.542, 0.387 y 0.67 respectivamente, todas las variables son significativas, lo que indicó que se presentó una relación directa y significativa entre los factores determinantes y el desarrollo empresarial; asimismo, la sig. es igual 0.00 y este es menor a 0.05, por ende, se acepta la H_a y se rechaza la H_o , es decir, los factores determinantes influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022. Por otro lado, el factor más influyente fue la innovación tecnológica y el menos influyente el capital financiero.

4.3. Discusiones de estudio

El presente estudio de Torres (2019), que se centra en la influencia de los beneficios del Régimen MYPE tributario en el desarrollo empresarial del Hotel Salones del Inca en el distrito de Wanchaq, Cusco, en el año 2018, arroja resultados significativos que respaldan los antecedentes. El hecho de que el 60% de los trabajadores calificara el desarrollo empresarial como "regular" sugiere que, a pesar de ciertas percepciones menos favorables, existe un terreno propicio para el crecimiento. Los datos demuestran una rentabilidad positiva y significativa entre los beneficios del Régimen MYPE tributario y el desarrollo empresarial, lo que confirma la relevancia de los incentivos fiscales en el contexto específico del estudio. Asimismo, la confirmación de nuestra hipótesis general, respaldada por un valor de significancia de 0.002, subraya la incidencia positiva de los factores determinantes en el desarrollo empresarial. Estos resultados no solo corroboran los antecedentes, sino que también amplían nuestra comprensión de la interacción entre los beneficios fiscales y el crecimiento empresarial en una configuración local y enriquecen el debate sobre las políticas tributarias orientadas a las MYPE.

Por otro lado, los antecedentes del estudio, basados en Romero y Noa (Romero y Noa, 2019) sobre los factores que afectan el desarrollo empresarial de las MYPE en el Centro Comercial Paraíso, Cusco en 2018, proporcionan un contexto significativo para discutir los resultados de la hipótesis específica. Los hallazgos de la tesis anterior destacaron varios desafíos que limitaban los Innovación tecnológica y el desarrollo empresarial de las MYPES en ese entorno, incluyendo el acceso limitado a capital financiero, la falta de capacitación del capital humano y una estrategia competitiva centrada en precios bajos en detrimento de la calidad y el servicio. En relación a la hipótesis específica sobre el capital financiero, los resultados indican que el capital financiero es una variable altamente significativa con un valor de significancia de 0.018, que es menor que 0.05. Esto confirma que el acceso a capital financiero desempeña un papel crucial en el desarrollo empresarial. El valor de beta positivo

de 0.160 sugiere una incidencia positiva, lo que implica que un mayor acceso a capital financiero tiene un efecto positivo en el desarrollo empresarial de las MYPE. La relación entre los resultados y los hallazgos anteriores es notable. La importancia del capital financiero en el desarrollo empresarial de las MYPE se alinea con el hallazgo de Romero y Noa, que señalaba el poco acceso al capital financiero como uno de los factores limitantes. Esto subraya la relevancia y la consistencia de los desafíos financieros en este contexto. En conjunto, los hallazgos respaldan la noción de que mejorar el acceso a capital financiero podría ser una estrategia efectiva para impulsar el desarrollo empresarial en el Centro Comercial Paraíso, Cusco. Además, estos resultados enriquecen la comprensión de los factores específicos que influyen en el desarrollo empresarial en este contexto y proporcionan información valiosa para la toma de decisiones y políticas que buscan fomentar el crecimiento de las MYPE en la región.

Según el estudio de Talavera (Talavera, 2018) los factores que actúan como limitantes para el desarrollo económico y social de las micro y pequeñas empresas en el Perú ofrecen un marco relevante para la discusión de los resultados de la investigación. Talavera identificó factores externos que ejercen una influencia negativa en el progreso económico de las MYPES, y destacó que los aspectos administrativos, operativos, estratégicos y personales también desempeñan un papel negativo. En relación con los resultados específicos de la investigación sobre el capital humano, se observa coherencia con el contexto presentado por Talavera. En el estudio llevado a cabo, se determinó que el capital humano ejerce una influencia significativa en el desarrollo empresarial, respaldado por un valor de significancia de 0.037, que es inferior a 0.05. Además, el valor de beta positivo de 0.028 indica una influencia positiva del capital humano en el desarrollo empresarial. La correspondencia entre los resultados obtenidos y las conclusiones de Talavera resalta la importancia crucial del capital humano en el ámbito de las MYPES. El hecho de que tanto el estudio actual como el de Talavera identifiquen la influencia positiva del capital humano sugiere que el desarrollo empresarial en este contexto está

fuertemente relacionado con la calidad y la capacitación del personal. Además, la investigación actual enriquece el panorama al proporcionar evidencia específica de esta relación en el área de estudio. En conjunto, estos resultados respaldan la idea de que mejorar el capital humano a través de la capacitación y el desarrollo del personal puede ser una estrategia efectiva para impulsar el desarrollo empresarial en las micro y pequeñas empresas, en línea con las necesidades identificadas en investigaciones previas. Esto tiene implicaciones importantes para las políticas y prácticas dirigidas a las MYPES en el Perú y destaca la necesidad de invertir en el desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados para estimular el crecimiento económico y social en este sector.

CONCLUSIONES

- OG: Se encontró evidencia de que el coeficiente de correlación se Rho de Spearman para los factores determinantes: capital financiero, capital humano, proceso de producción final y la innovación tecnológica fue de 0.285, 0.542, 0.387 y 0.67 respectivamente, todas las variables son significativas, lo que indicó que se presentó una relación directa y significativa entre los factores determinantes y el desarrollo empresarial en el centro artesanal Cusco, el factor más influyente fue la innovación tecnológica y el menos influyente el capital financiero, en la ciudad del Cusco, 2021-2022.
- OE1: Se corroboró que el capital financiero influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las variables es 0.285 (correlación baja) lo que indicó que el capital financiero influye en el desarrollo empresarial, en consecuencia, si incrementa el capital financiero, mejorará el desarrollo empresarial.
- OE2: Se corroboró que el capital humano influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las variables es 0.542 (correlación moderada) lo que indicó que el capital humano influye el desarrollo empresarial, en consecuencia, si reciben mayor capacitación los comerciantes artesanales, obtendrán un mayor desarrollo empresarial.
- OE3: Se corroboró que proceso de producción final influye directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2022. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las variables es 0.387 (correlación baja) lo que indicó que el proceso de producción final influyó en el desarrollo empresarial, en consecuencia, si mejora la calidad de los productos que venden los comerciantes arsenales, mejorará el desarrollo empresarial.

- OE4. Se corroboró que la innovación tecnológica influyó directamente y significativamente en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las variables es 0.67 (correlación moderada) lo que indicó que la innovación tecnología influye en el desarrollo empresarial, en consecuencia, si las MYPES del centro artesanal mejoran su tecnología de producción, mejorará el desarrollo empresarial debido a que serán más productivos y competitivos.

RECOMENDACIONES

- Primero: Se recomienda que las autoridades locales y las organizaciones de apoyo empresarial diseñen programas integrales que promuevan el desarrollo y fortalecimiento de estos factores. Estos programas podrían incluir capacitación en gestión empresarial, acceso a financiamiento y asesoramiento en estrategias para mejorar la competencia de las MYPES del centro artesanal del Cusco.
- Segundo: Para aprovechar la influencia positiva del capital financiero en el desarrollo empresarial, se recomienda que las MYPES deben buscar activamente fuentes de financiamiento adecuadas. Se recomienda establecer relaciones con entidades financieras, explorar opciones de inversión y mantener una gestión financiera efectiva que permita la inversión en el crecimiento y expansión del negocio.
- Tercero: Dado que el capital humano ha demostrado tener una influencia positiva en el desarrollo empresarial, se recomienda realizar mayor inversión en el desarrollo de habilidades y mayor capacitación del personal, de Las MYPES pueden implementar programas de capacitación, fomentar la educación continua y promover un ambiente de aprendizaje. Además, podrían considerar la contratación de personal con habilidades específicas que beneficien a la empresa.
- Cuarto: Dado que el proceso productivo final influye directamente en el desarrollo empresarial, se sugiere que las MYPES realicen una revisión exhaustiva en la calidad de sus productos. Esto puede incluir la implementación de prácticas de gestión de la calidad, la automatización de tareas repetitivas y la reducción de desperdicios. La optimización de los procesos puede conducir a una mayor eficiencia y rentabilidad.
- Quinto: Para mejorar los innovación tecnológica de las MYPES deben enfocarse en la innovación y la diferenciación. Esto implica la adopción de tecnologías modernas, la búsqueda de nuevas estrategias de marketing y la creación de productos o servicios únicos.

Además, es importante que las MYPES busquen oportunidades para colaborar con otras empresas y participar en redes empresariales locales o regionales para fortalecer su posición competitiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alania, M. (2018). Universidad de huánuco. 1-119.
- Aliaga, L. (2021). *La magnitud de la mype en el Perú. Libertad para elegir la estructura empresarial*. Lima Perpu: ESAN.
- Aristizábal, C., & Duque, H. (2007). Determinación de economías de escala en el proceso de beneficio del café en Colombia. Obtenido de [https://www.cenicafe.org/es/publications/arc057\(01\)017-030.pdf](https://www.cenicafe.org/es/publications/arc057(01)017-030.pdf)
- Arrow, K. J. (1979). El bienestar económico y la asignación de recursos para la invención. In *Economía del cambio tecnológico* (pp. 151-167). Fondo de Cultura Económica (México).
- Atucha, A., & Gualdoni, P. (2018). Funcionamiento de los mercados. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>
- Ayca, J. (2019). Cultura asociativa y desarrollo empresarial de las MYPES fabricantes de muebles. 132.
- Bustos, C. (2009). La producción artesanal. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545880009.pdf>
- Carciente, S., & Varnagy, D. (2005). Capital financiero y capital social en pos del desarrollo sustentable. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1700/170018063008.pdf>
- Centro de comercio internacional. (2003). Marketing de la y los artes visuales: Función de la propiedad intelectual. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/itc_p159/wipo_pub_itc_p159.pdf
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de recursos humanos* (McGrawHill ed.). México. Obtenido de

https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf

ComexPerú. (2020). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2020*. Perú.

Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Cox, D., & Snell, E. (1989). *The Analysis of Binary Data*. London: Chapman and Hall.

Delfín, F., & Acosta, M. (1 de 2016). Analysis and relevance in business development.

Revista científica Pensamiento y Gestión(40), 184-202. Obtenido de

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/8810/8595>

Dinets, D., Zaorski, G., & Merkulov, A. (2020). Financial Capital and Its Role in Today's Economy. Obtenido de

file:///C:/Users/User/Downloads/Financial_Capital_and_Its_Role_in_Todays_Economy.pdf

Duque, G., Córdova, F., González, K., & Aguirre, J. (11 de 2020). Evaluación de la gestión financiera y cualidades gerenciales en empresas ecuatorianas. *INNOVA Research Journal*, 5(3.1), 115-184. Obtenido de

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1562>

Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Morelos, J. (7 de 2017). Productivity and its Factors: Impact on Organizational Improvement. *16(1)*. Obtenido de

<http://10.5.200.98/ojs/index.php/dimension-empresarial/article/view/1375>

Francis, B., Sun, X., & Qiang, W. (2021). Habilidad Gerencial y Agresividad Fiscal.

Obtenido de

file:///C:/Users/User/Downloads/MAandtaxaggressiveness_CAFR_final_mike.pdf

García, D. (2021). *Implantación de un Sistema ERP en la Pyme*. Universidad de Cantabria.

- Gonzales, C., & Niko. (2018). *LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS ARTESANALES: LA PROBLEMÁTICA DEL MARCO LEGAL DE EXPORTACIÓN EN EL PERÚ*. Lima Perú.
- Gonzalez, J. (2014). Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/acatroalfaro,+Journal+manager,+894-Texto+del+artículo-3083-5-10-20180430 \(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/acatroalfaro,+Journal+manager,+894-Texto+del+artículo-3083-5-10-20180430+(1).pdf)
- González, O. (2021). *Determinantes de la Competitividad de las MIPYMES Artesanales en el Desarrollo Regional de la Región Pátzcuaro-Zirahuén*. Morelia. Obtenido de http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/6496/ININEE-M-2021-0874.pdf?sequence=1
- Heredia, G. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial en las empresas constructoras de los distritos de Tarapoto, morales y la banda de Shilcayo*. Tarapoto. Obtenido de <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2815/DOCT.GEST.EMP.-GladisHerediaBaca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa cualitativa y mixta*.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (1 de 2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *18(35)*, 107-130. Obtenido de <http://ref.uabc.mx/ojs/index.php/ref/article/view/572>
- Krupa, L. (2021). En materia regulatoria y legal regulación de la actividad económica comercial en ucrania. *2(2225 - 6555)*. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/On_the_legal_regulation_of_economic_and_commercial.pdf

- Kurz, D. (2014). Teoría de la producción: una introducción. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/Production_Theory_An_Introduction.pdf
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *13*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Lohana, S., Abidi, N., Sahoo, N., Babu, M., Pallathadka, H., & Singh, U. (2022). Performance measurement of human resource by design a human resource scorecard. *51*, 677-681. Obtenido de <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2214785321045740>
- Maria. (2018). *Diseño de procesos de Gestión de talento humano*. Cham. Obtenido de <https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros 2019/diseprocgesttthh.pdf>
- Marshall, A. (1890). " Some aspects of competition." The address of the president of section F--Economic Science and Statistics--of the British Association, at the Sixtiet Meeting, held at Leeds, in September, 1890. *Journal of the Royal Statistical Society*, *53*(4), 612-643.
- Montoya, C., & Boyero, M. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *20*, 1-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Mundaca, J. (2018). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial para las Mypes de la Región Lambayeque: caso Centro de desarrollo empresarial*. Lima. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1224/1/TD_MundacaGuerraJorgeAugusto.pdf.pdf
- Mundaca, J., Huarachi, J., & Cervera, M. (1 de 2020). Modelo conceptual de desarrollo empresarial para las MYPES: Caso Centro de Desarrollo Empresarial. *EDUCARE ET COMUNICARE: Revista de investigación de la Facultad de Humanidades*, *7*(2), 30-43. Obtenido de <http://revistas.usat.edu.pe/index.php/educare/article/view/296>

Natanael, R., Mungaray, A., & Ramírez, M. (2009). *Economías de escala y rendimientos crecientes* (Vol. 2). economía mexicana.

Rocha, F. (2016). El Capital financiero en Lenin y sus contribuciones para el debate sobre el proceso de financierización contemporáneo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5123/512354129003.pdf>

Romero, E., & Noa, P. (2019). *Factores que influyen en el desarrollo empresarial de las mypes, caso Centro Comercial Paraíso, Cusco 2018*. Cusco. Obtenido de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/3744/253T20190084.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rukmani, P., & Shavarebi, K. (12 de 2021). Project Management Skills in Malaysian Economic Sectors. *4(4)*, 10-16. Obtenido de <https://journals.asianresassoc.org/index.php/ajir/article/view/669>

Sonsaard, S. (8 de 2019). Administrative Skills of Modern School Administrators. 522-529. Obtenido de <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2019.08.52>

Souto, L. (2015). Capital humano, revisión conceptual desde la economía política. Obtenido de <https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicion7/articulo-11.pdf>

Talavera, C. (2018). *Factores determinantes que limitan a las micro pequeñas empresas en su desarrollo económico y social en el Perú, estudio de casos micro empresas del sector manufactura en el emporium comercial de Gamarra distrito de la Victoria periodo 2015-2016*. Lima - Perú. Obtenido de <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/2386>

Tello, M. (2006). Las teorías del desarrollo económico local y la teoría y práctica del proceso de descentralización en los países en desarrollo. *Departamento de Economía y*

CENTRUM CATÓLICA. Obtenido de

<http://www.pucp.edu.pe/economia/pdf/DDD247.pdf>

Torres, M. (2019). *Beneficios del Régimen MYPE tributario y el desarrollo empresarial del*

Hotel Salones del Inca, distrito de Wanchaq - Cusco, 2018. Cusco. Obtenido de

http://www.repositorio.uaustral.edu.pe/bitstream/handle/UAUSTRAL/123/T_MARIA

[NELA TORRES_ECCYF_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.repositorio.uaustral.edu.pe/bitstream/handle/UAUSTRAL/123/T_MARIA_NELA_TORRES_ECCYF_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Trigoso, M. (2019). La empresa en el Perú: clasificación y la responsabilidad social

empresarial. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política*, 8.

Valdez, M. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión empresarial (ERP) para la*

optimización de las actividades de una PYME dedicada al desarrollo de proyectos de

ingeniería. Mexico. Obtenido de

[https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/27791/Maria Alejandra Valdez](https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/27791/Maria_Alejandra_Valdez)

[Sánchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/27791/Maria_Alejandra_Valdez_Sánchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Veer, E. (2021). Relevancia de las habilidades de marketing digital para los especialistas en

marketing: un resumen. Obtenido de

<file:///C:/Users/User/Downloads/AMSabstractandpapercombined.pdf>

Vilcapoma, L. (1995). *Teoría de la producción y costos: una exposición didáctica*.

ANEXOS

Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL ¿Cuáles son los factores determinantes que explican el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022?”</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la influencia del capital financiero en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022? 2. ¿cómo es la relación entre el capital humano y el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022? 3. ¿Cuál es la influencia del proceso de producción final en el 	<p>GENERAL Determinar los factores determinantes que explican el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Medir la influencia del capital financiero en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022. 2. Determinar la relación entre el capital humano y el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022. 3. Calcular la influencia del proceso de producción final en el desarrollo empresarial 	<p>GENERAL Los factores determinantes son significativos en el desarrollo empresarial de las MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe influencia positiva y significativa del capital financiero en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022. 2. Existe relación positiva y significativa del capital humano con el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022. 3. Existe influencia positiva y significativa del proceso de producción final en el 	<p>Variable independiente: Factores determinantes</p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capital financiero 2. Capital humano 3. Proceso de producción final 4. Innovación tecnológica <p>Variable dependiente: Desarrollo empresarial</p>	<p>Tipo: Básica</p> <p>Nivel: Descriptivo-Correlacional</p> <p>Método: Hipotético deductivo</p> <p>Diseño: No experimental-corte transversal</p> <p>Población y muestra Población:305</p> <p>Muestra: 171</p> <p>Técnicas e instrumentos Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

<p>desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022?</p> <p>4. ¿Cómo es la relación entre la innovación tecnológica y el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022?</p>	<p>de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.</p> <p>4. Determinar la relación de la innovación tecnológica con el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.</p>	<p>desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.</p> <p>4. Existe relación positiva y significativa de la innovación tecnológica en el desarrollo empresarial de MYPES del Centro Artesanal Cusco 2021-2022.</p>	<p>Dimensiones:</p> <p>1. Economías a escala</p> <p>2. Financiamiento</p> <p>3. Innovación social</p>	<p>Técnica de procesamiento de datos</p> <p>Vaciado de datos en Ms Excel</p> <p>Análisis de datos en SPSS V26</p> <p>Stata 16</p> <p>Estadístico: Rho Spearman</p>
--	--	--	--	--

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Factores determinantes	El desarrollo empresarial articula elementos para poder alcanzar los objetivos de la empresa, que puede lograr un impacto positivo sobre las diferentes áreas del mismo, estos elementos se establecen interna como externamente a la organización, como son el capital financiero, capital humano, proceso de producción final (Delfin & Acosta, 2016)	Los factores determinantes se medirán a través de una encuesta (cuestionario cerrado) el cual pueda brindar información precisa sobre el capital financiero, humano, mercado y PRE.	Capital financiero	- Acceso a financiamiento - Inversión - Nivel de endeudamiento - Rentabilidad - Capital propio - Ingreso promedio	▪ 5 – 10	Cuestionario	▪ Nominal (al ser datos cualitativos, dicotómicos y cuantitativos)
			Capital humano	- Habilidad administrativa (Habilidad en marketing, técnicas, manejo del mercado - Habilidad de gestión - Recursos humanos disponibles	▪ 11 - 17		
			Proceso de producción final	- Factores productivos (Capital, Trabajo, Recursos económicos) - Canales para los mercados de factores - Canales para el mercado de productos finales	▪ 23 - 26		
			Innovación tecnológicos	- Nivel de conocimientos utilizados en la producción - Nivel de innovación	▪ 27		
Desarrollo empresarial	El desarrollo empresarial se refiere al proceso de crecimiento y mejora constante de una empresa, con el objetivo de aumentar su productividad, rentabilidad y competencia en el mercado. El desarrollo empresarial implica una combinación de estrategias, recursos y habilidades que se utilizan para lograr estos objetivos. (Ayca, 2019).	El desarrollo empresarial se medirá a través de una encuesta y su respectivo cuestionario donde las dimensiones establecidas de estas, serán las economías a escalas, financiamiento e innovación.	Economías a escala	- Costo unitario de producción - Tasa de utilización de la capacidad productiva	▪ 28	Cuestionario	▪ Nominal (al ser datos cualitativos dicotómicos y cuantitativos)
			Financiamiento	- Tasa de retorno sobre la inversión - Nivel de endeudamiento	▪ 29		
			Innovación social	- Capacidad de adaptación a los cambios en el mercado - Tasa de éxito de los nuevos productos	▪ 30		

**Universidad Nacional de San Antonio Abad
del Cusco**

Facultad de Economía:

El presente instrumento tiene como propósito recabar información para el trabajo de investigación titulado “**FACTORES QUE DETERMINAN EL DESARROLLO de la actividad EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL CENTRO ARTESANAL CUSCO 2021-2022**”. La información brindada será tratada de manera confidencial y anónima. Agradeciéndolo por su colaboración anticipada.

CUESTIONARIO

INFORMACIÓN GENERAL:

1. Responsabilidad social de usted.

- a) Propietario ()
b) Empleado ()

2. Edad del encuestado: _____

3. Sexo

- a) Masculino
b) Femenino

4. Estado civil

- a) Casado ()
b) Soltero ()
c) Viudo ()
d) Conviviente ()

5. Cual su grado de instrucción alcanzado

- a) Sin instrucción ()
b) Primaria ()
c) Secundaria ()
d) Superior ()
e) Superior completa ()

6. ¿Cuánto tiempo se dedica a esta actividad (o trabajo en caso de ser empleado)?

- a) Menos de 5 años ()
b) De 5 a 10 años ()
c) De 11 a 20 años ()
d) De 20 años a más ()

7. ¿Cuántos años ya vive en nuestra ciudad?:

- a) Menos de 5 años ()
b) De 5 a 15 años ()
c) De 16 a 20 años ()
d) Siempre he vivido aquí ()

8. ¿En que provincia radica?

.....

9. ¿Qué actividad económica se dedicaba antes de sus negocio actual:

- a) Agricultura y ganadería ()
b) Comercio ()
c) Construcción ()
d) Servicios ()
e) Transporte ()
f) Otros.....

FACTORES DE DESARROLLO EMPRESARIAL

Dimensión Capital financiero:

10. Capital financiero

CAPITAL FINANCIERO	Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1. ¿Usted ha solicitado o tiene crédito en alguna entidad financiera?					
2. ¿Cumple puntualmente con sus obligaciones financieras de pago de cuotas?					
3. ¿Usted ahorra en alguna entidad financiera?					
4. Para la apertura de su negocio, usted apporto con alguna parte de sus ingresos propios					

5. ¿Para el aumento del tamaño de su negocio, usted reinvierte parte de sus ingresos propios?					
---	--	--	--	--	--

11. ¿Cuánto invirtió para el desarrollo del inicio de su empresa? (Si es empleado omita la pregunta)

a) S/. _____

12. ¿A la actualidad cuanto es el capital propio y capital financiado? (Si es empleado omita la pregunta)

a) Capital Propio S/. _____

b) Capital financiado S/. _____

Dimensión Capital humano

13. ¿Usted estudio o se especializo en manejo de pequeños negocios empresariales?

Si () No ()

¿Cuánto tiempo?.....

¿Institución educativa?.....

14. ¿Cuántos años viene laborando en la actividad de venta de artesanías? (Experiencia).....

15. ¿Cuál es el nivel de frecuencia que se enferma Ud. al año?

- a) No me enfermo ()
 b) 1 vez al año ()
 c) 2 veces al año ()
 d) 3 veces al año ()
 e) Mas de 3 veces al año ()

16. ¿Sufre Ud. algún tipo de enfermedad permanente?

Si () No ()

¿Cuál(es)?

Habilidades administrativas:

17. ¿Qué tipo de comercialización utiliza para la venta de sus productos?

	Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Habilidades administrativas					
1. Usted vende a través de venta indirecta (hoteles, restaurantes, etc.)					
2. Usted vende a través de venta Transaccional directa					
3. Venta por Teléfono					
4. Ventas por internet					
5. Venta en las redes sociales					

18. ¿En los últimos meses ha logrado cumplir con las ventas que se ha propuesto?

- a) Si
 b) No

19. ¿Usted considera que el negocio tiene mucho potencial para crecer?
 a) Si
 b) No
20. ¿Usted considera se gestiona y organiza todas las etapas de venta del negocio?
 a) Si
 b) No
21. ¿Con cuántos trabajadores cuenta el negocio? _____
22. ¿Cuáles son los criterios más importantes que considera usted en la selección de personal?

	Muy importante	Indiferente	Nada importante
a) Experiencia			
b) Conocimiento del puesto			
c) Capacidades			
d) Pro actividad			
e) Liderazgo			
f) Trabajo en equipo			
g) Trabajo bajo presión			

Dimensión innovación tecnológica

23. Uso e Implementación de Herramientas tecnológicas

	Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSION DE INNOVACION TECNOLOGICA					
1. Su empresa aplica o hace uso de herramienta tecnológicas					
2. Implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien					

24. ¿Tiene un producto que nadie más posea en su sector?
 a) Si
 b) No
25. Usted es:
 a) Productor mayorista
 b) Productor minorista
 c) Comercializador
26. Si la respuesta es afirmativa en la 23 Por favor especifique el producto y su precio
 Producto _____
27. Nivel de percepción de calidad de productos
 a) Alta
 b) Media
 c) baja

Proceso de producción final

28. ¿Cuántos proveedores principales tiene?

- a) _____
29. ¿Quiénes son sus clientes finales de los productos que expende?
- Pobladores Nacionales y residentes
 - Turistas que vienen al centro artesanal
 - Hoteles turísticos
 - Restaurantes
 - Otras tiendas de artesanía
30. Enumere sus 2 principales proveedores de sus productos
- Proveedor 1:
 - Proveedor 2:

Desarrollo de la actividad empresarial

Economías a escala

31. Ingresos y costos de la mercadería (por día)

Conceptos	Diario	Semanal	Mensual
Ingreso promedio			

2		Costo de ventas de mercadería	
3		Margen comercial	
4		Gastos operativos	
5		Margen operativo	
6		Gastos financieros	
7		Margen antes de impuestos	
8		Impuestos	
9		Margen neto (utilidad)	

- Costo unitario de los productos adquiridos, para su expendio al mercado.

Producto	Precio	Costo
	S/.	S/.
	S/.	S/.
	S/.	S/.
	S/.	S/.

Dimensión Innovación social

	Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSION DE INNOVACION SOCIAL					
3. ¿Usted ha introducido bienes y servicios nuevos en su negocio?					
4. Realiza mejoras de los productos que expende (retoques, cocidos, ilaciones)					
5. Realiza mejoras en los métodos de entrega o distribución de los bienes que ofrece					
6. Su empresa aplica o hace uso de herramienta tecnológicas					
7. Implementa una nueva tecnología especializada o software en alguna etapa de la venta de su producto-bien					
8. Introduce cambios significativos en el diseño estético o presentación de producto					
9. Desarrolla nuevas formas de prestación del servicio al cliente					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN, dios los bendiga

FECHA:/...../ 2023