

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



FACTORES CRÍTICOS EMPRESARIALES EN EL CONTEXTO DE LA COVID-19 Y SU INFLUENCIA EN LA CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL CENTRO COMERCIAL TRADICIONAL LA BARRACA DE LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2021

Tesis presentada por el Bachiller:

Apaza Travesaño, Xiomara Holy

Para optar el Título Profesional de

Ingeniero Comercial. Especialidad:

Negocios Internacionales

Tesis presentada por el Bachiller:

Choque Coaguila, Francisco Brayan

Para optar el Título Profesional de

Ingeniero Comercial. Especialidad:

Finanzas

Asesor:

Mg. Hillpa Zuñiga, Manuel

Arequipa – Perú

2023

I

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
INGENIERIA COMERCIAL
CON ESPECIALIDAD EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
DICTAMEN DE APROBACIÓN DE BORRADOR
TITULACIÓN CON TESIS

Arequipa, 05 de Diciembre del 2022

Dictamen: 003228-C-EPICO-2022

Visto el Borrador del expediente 003228, presentado por:

2014100042 - APAZA TRAVESAÑO XIOMARA HOLY

Titulado:

**FACTORES CRÍTICOS EMPRESARIALES EN EL CONTEXTO DE LA COVID-19 Y SU INFLUENCIA EN
LA CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL CENTRO
COMERCIAL TRADICIONAL LA BARRACA DE LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2021**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**0167 - TORRES PAREDES LUIS EMILIO
DICTAMINADOR**



**1853 - UGARTE CONCHA ANGEL ROLAND
DICTAMINADOR**



**2452 - WONG CALDERON VICTOR HUGO
DICTAMINADOR**



UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
INGENIERIA COMERCIAL
CON ESPECIALIDAD EN FINANZAS
DICTAMEN DE APROBACIÓN DE BORRADOR
TITULACIÓN CON TESIS

Arequipa, 05 de Diciembre del 2022

Dictamen: 010375-C-EPICO-2022

Visto el Borrador del expediente 010375, presentado por:

2014200961 - CHOQUE COAGUILA FRANCISCO BRAYAN

Titulado:

**FACTORES CRÍTICOS EMPRESARIALES EN EL CONTEXTO DE LA COVID-19 Y SU INFLUENCIA EN
LA CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL CENTRO
COMERCIAL TRADICIONAL LA BARRACA DE LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2021**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**2452 - WONG CALDERON VICTOR HUGO
DICTAMINADOR**



**1853 - UGARTE CONCHA ANGEL ROLAND
DICTAMINADOR**



**0167 - TORRES PAREDES LUIS EMILIO
DICTAMINADOR**



Dedicatoria

*La presente investigación va dedicada a mis padres y
hermanas, quienes son mi fuente de inspiración,
para alcanzar todas mis metas.*

Xiomara

*La dedicatoria de esta tesis es para todas las personas
con quienes compartí momentos, enseñanzas y
aprendizajes en toda esta etapa.*

Francisco



Agradecimiento

Ante todo, agradecer a Dios, por iluminar mi camino; a mis padres, Froilán Apaza y Esther Travesaño, porque me brindan su cariño incondicional; a mis hermanas, Camila y Mia, por ser mi fuente de inspiración; a mi mejor amigo, a mis maestros y a mi asesor, el Ing. Manuel Hillpa, por brindarme su confianza y haberme guiado en el desarrollo de la tesis.

Xiomara

Esto nunca hubiera podido concretarse sin la guía y ayuda de Dios, de mis padres, hermanos y sobrinos. Cada uno de ellos ha dejado cosas suyas en mí, que hoy se ven reflejados con la consecución de esta tesis. Un punto aparte en este agradecimiento lo dejo para mi gran amistad, quien persevero conmigo durante todo el tiempo que llevo completar esta investigación. Todo lo que sigue ha sido posible gracias a ti.

Francisco

RESUMEN

Las micro y pequeñas empresas en el Perú, constantemente están expuestas a diversos cambios importantes tanto internos como externos, lo que les genera inestabilidad y dificultades para sobrevivir y consolidarse en un mercado cada vez más competitivo. así como la llegada de la covid-19, que generó un impacto negativo en el nivel de sus ventas, abastecimiento y consolidación. Es por ello, que la presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre los factores críticos empresariales (administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales) y su influencia en la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial tradicional “la Barraca”. Por consiguiente, se utilizó un tipo de investigación básica de nivel descriptivo-correlacional donde se tomó una muestra de 141 MYPES a partir de la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue un cuestionario tipo Likert con un total de 17 ítems. La confiabilidad de la encuesta fue realizada mediante el Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de .717. Así mismo se realizó la prueba de hipótesis por Rho de Spearman, obteniendo una correlación positiva media $\rho = .416$ y un valor $P < .05$. Por lo cual, se concluye que los factores críticos empresariales de las micro y pequeñas empresas que pueden ser factores administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales influyen de manera directa con la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial “la Barraca”, comprobando así la hipótesis planteada.

Palabras Clave: Factores críticos empresariales, consolidación empresarial, micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

Small businesses in Peru are constantly exposed to various important internal and external changes, which generates instability and difficulties for them to survive and consolidate in an increasingly competitive market. as well as the arrival of covid-19, which generated a negative impact on the level of its sales, supply and consolidation. For this reason, this research aims to determine the relationship between critical business factors (administrative, operational, strategic, external and personal) and their influence on the business consolidation of small businesses in the traditional shopping center "La Barraca". Therefore, a type of basic descriptive-correlational level research was used where a sample of 141 MYPES was taken from the survey technique whose instrument was a Likert-type questionnaire with a total of 17 items. The reliability of the survey was performed using Cronbach's Alpha, whose result was 0.717. Likewise, the Spearman's Rho hypothesis test was performed, obtaining a mean positive correlation $\rho = .416$ and a P value $< .05$. Therefore, it is concluded that the critical business factors of small businesses that can be administrative, operational, strategic, external and personal factors directly influence the business consolidation of small businesses in the "La Barraca" shopping center, thus confirming the proposed hypothesis.

Keywords: Critical business factors, business consolidation, small businesses.

INTRODUCCION

Actualmente la estructura empresarial en la ciudad de Arequipa está representada en un 95,5% por micro y pequeñas empresas, de la cuales el sector comercio representa más del 45,4% del total de las actividades económicas según la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa; por esta razón, la presente tesis basa su investigación en las MYPES del centro comercial tradicional “la Barraca”.

Asimismo, estudios previos indican que es una obligación permanente analizar la naturaleza y comportamiento de las MYPES, debido a que, en sus diferentes factores, desde los de índole personal, coyunturales y estructurales, son decisivos desde su creación hasta su posterior consolidación e incluso en su desaparición (Campos, 2017). Por ello es importante estudiar los factores críticos empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES.

Este estudio tiene como marco de referencia la adaptación realizada por Okpara y Wynn (2007) del modelo teórico de Ansoff (1965), donde los autores realizan una recategorización de los problemas comunes que enfrentan los propietarios de pequeñas empresas, organizándolos como factores administrativos, operativos, estratégicos y externos.

El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación entre los factores críticos empresariales (administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales) y su influencia en la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial “la Barraca”.

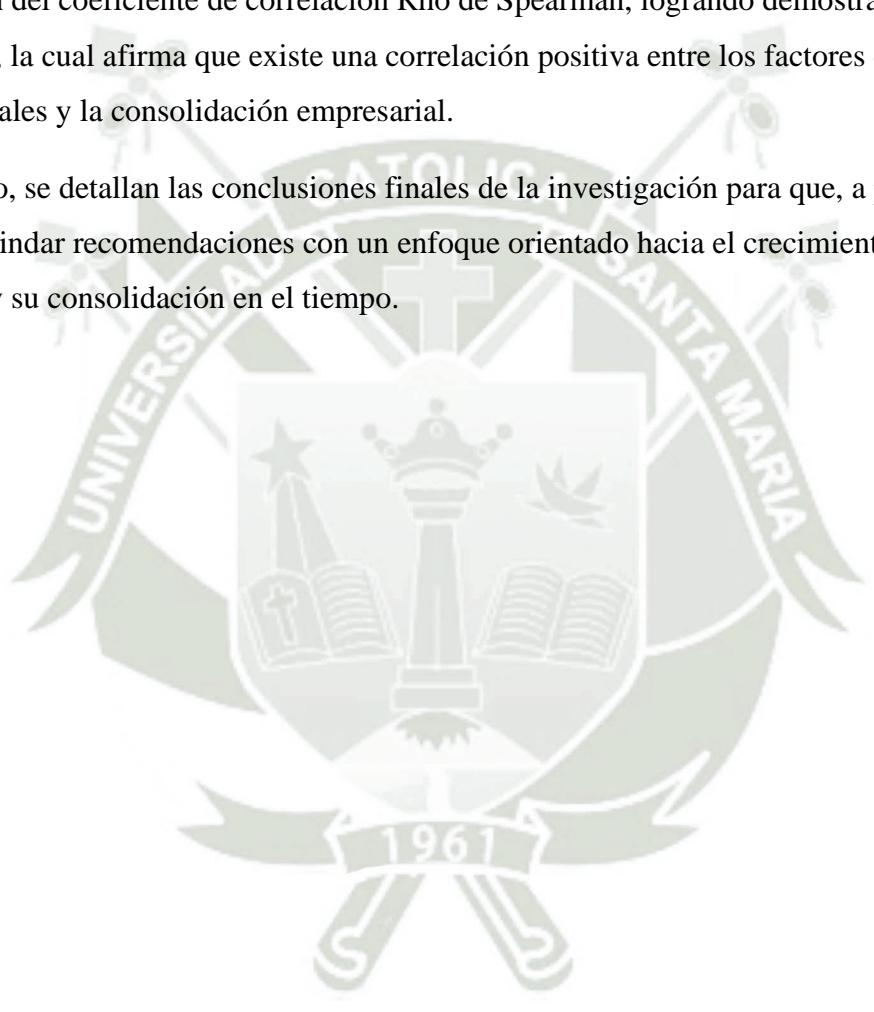
El trabajo se desarrolló en cuatro capítulos, en el Capítulo I se describe la situación problemática de las micro y pequeñas empresas del centro comercial tradicional “la Barraca” de la ciudad de Arequipa. Asimismo, se presentan los objetivos y sus respectivas preguntas de investigación; así como también la justificación de la investigación.

En el Capítulo II se detallan los antecedentes de la investigación y se da a conocer el marco teórico en torno a las definiciones de MYPES, centro comercial tradicional “la Barraca”, y factores críticos empresariales, este último se subdivide en factores administrativos, factores operativos, factores estratégicos, factores externos y factores personales. Por otro lado, se explica acerca de la consolidación empresarial y la definición del mismo.

El Capítulo III contiene el diseño metodológico de la investigación, el cual está definido con un alcance de carácter descriptivo con enfoque cualitativo. Asimismo, se empleó como instrumento una encuesta para el recojo de información primaria y se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento.

En el Capítulo IV se muestra el perfil del empresario y se presentan los resultados obtenidos de la investigación. Así también se desarrolla la demostración de la hipótesis, mediante la aplicación del coeficiente de correlación Rho de Spearman, logrando demostrar la hipótesis planteada, la cual afirma que existe una correlación positiva entre los factores críticos empresariales y la consolidación empresarial.

Por último, se detallan las conclusiones finales de la investigación para que, a partir de ello, se puedan brindar recomendaciones con un enfoque orientado hacia el crecimiento de las MYPES y su consolidación en el tiempo.



INDICE

RESUMEN.....	VI
ABSTRACT	VII
INTRODUCCION.....	VIII
CAPITULO I.....	1
1 FUNDAMENTOS TEORICOS	1
1.1 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1.1 Problema de Investigación	1
1.1.2 Enunciado del Problema.....	1
1.1.3 Descripción del problema:	1
1.1.4 Objetivos de la investigación	3
1.1.4.1 Objetivo general.....	3
1.1.4.2 Objetivos específicos	3
1.1.5 Justificación de la investigación.....	3
1.1.6 Hipótesis:.....	4
1.2 MARCO TEORICO	4
1.2.1 Antecedentes de la investigación	4
1.2.2 Las MYPES.....	10
1.2.2.1 Las MYPES en el Perú	10
1.2.2.2 Impacto económico por la COVID-19 en las MYPES	11
1.2.3 Centro Comercial Tradicional.....	12
1.2.3.1 Centros Comerciales Tradicionales (CCT) en el Perú.....	12
1.2.3.2 El Centro Comercial Tradicional “La Barraca”	12
1.2.4 Factores críticos empresariales.....	13
1.2.4.1 Factores Administrativos	14
1.2.4.2 Factores Operativos	15
1.2.4.3 Factores Estratégicos	16
1.2.4.4 Factores Externos.....	17
1.2.4.5 Factores Personales	17
1.2.5 Consolidación empresarial	18
1.2.5.1 Crecimiento económico	19
1.2.5.2 Perspectivas de crecimiento.....	20

CAPITULO II.....	21
2 ASPECTOS METODOLOGICOS.....	21
2.1 Enfoque metodológico de la investigación.....	21
2.2 Operacionalización de variables.....	21
2.3 Población y muestra del estudio.....	22
2.3.1 Población de estudio.....	22
2.3.2 Muestra de estudio.....	23
2.4 Instrumentos y estrategias de recolección de datos.....	24
2.5 Confiabilidad de instrumentos.....	24
2.6 Prueba de normalidad de datos.....	27
2.7 Técnicas para el análisis de resultados.....	28
2.7.1 Coeficiente de correlación Rho Spearman.....	29
CAPITULO III.....	30
3 RESULTADOS.....	30
3.1 Perfil del empresario del centro comercial tradicional “la Barraca”.....	30
3.2 Resultados sobre los ítems de la variable de Factores Críticos Empresariales.....	37
3.2.1 Niveles de la variable Factores Críticos Empresariales.....	43
3.3 Resultados sobre los ítems de la variable Consolidación Empresarial.....	46
3.3.1 Niveles de la variable Consolidación Empresarial.....	49
3.4 Distribución del nivel de las variables Factores Críticos Empresariales y Consolidación Empresarial.....	52
3.5 Demostración de la hipótesis.....	53
3.5.1 Comprobación de Hipótesis General.....	53
3.5.2 Comprobación de Hipótesis Especifica.....	54
3.6 Resultados del nivel de correlación de las variables Factores Críticos empresariales y la Consolidación empresarial según el rubro del negocio.....	60
3.7 Resultados del nivel de correlación de las variables Factores Críticos empresariales y la Consolidación empresarial según el nivel de educación.....	66
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES.....	72
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	75
ANEXOS.....	81
Anexo 1: Encuesta.....	81

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	21
Tabla 2: Distribución de la población de estudio	22
Tabla 3: Distribución de la muestra de estudio	23
Tabla 4: Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach	24
Tabla 5: Análisis de confiabilidad alfa de Cronbach	25
Tabla 6: Análisis de fiabilidad por elemento	26
Tabla 7: Matriz de correlaciones inter elementos	27
Tabla 8: Análisis de confiabilidad alfa de Cronbach corregido	27
Tabla 9: Prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov de las variables Factores Críticos empresariales y consolidación empresarial	28
Tabla 10: Distribución de los ítems del factor administrativo de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	37
Tabla 11: Distribución de los ítems del factor operativo de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	38
Tabla 12: Distribución de los ítems del factor estratégico de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	39
Tabla 13: Distribución de los ítems del factor externo de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	41
Tabla 14: Distribución de los ítems del factor personal de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	42
Tabla 15: Distribución del nivel de las dimensiones de los factores críticos de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	43
Tabla 16: Distribución del nivel de los factores críticos empresariales de las MYPES .45	
Tabla 17: Distribución de los ítems del crecimiento económico de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	46
Tabla 18: Distribución de los ítems de perspectivas de crecimiento de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	48
Tabla 19: Distribución del nivel de las dimensiones de la consolidación empresarial de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”	49
Tabla 20: Distribución del nivel de la variable consolidación empresarial de las MYPES50	

Tabla 21: Distribución del nivel de la variable factores críticos empresariales y consolidación empresarial	52
Tabla 22: Análisis de correlación Rho de Spearman de los Factores Críticos empresariales y consolidación empresarial.	53
Tabla 23: Interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman.....	54
Tabla 24: Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores administrativos y consolidación empresarial.	55
Tabla 25: Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores operativos y consolidación empresarial.	56
Tabla 26: Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores estratégicos y consolidación empresarial.	57
Tabla 27: Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores externos y consolidación empresarial.	58
Tabla 28: Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores personales y consolidación empresarial.	59
Tabla 29 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de ropa.	60
Tabla 30 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de tecnología e electrodomésticos.	61
Tabla 31 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de calzado.	62
Tabla 32 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de regalos, juguetes y peluches.....	63
Tabla 33 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de otras actividades.	64
Tabla 34 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de accesorios de uso personal y para el hogar.	65

Tabla 35 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial de los empresarios con un nivel educativo de secundaria completa.66

Tabla 36 Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial de los empresarios con un nivel educativo de educación superior.....67



INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Categorización de problemas de la pequeña empresa	14
Figura 2. Características del empresario del Centro comercial “la Barraca”	30
Figura 3. Rubros de negocios del empresario del Centro comercial “la Barraca”	31
Figura 4. Rubros de negocios de las MYPES según el tiempo de funcionamiento	32
Figura 5. Distribución por grupos de edad de los empresarios según el tiempo de funcionamiento	32
Figura 6. Rubros de negocios de las MYPES según la edad.....	33
Figura 7. Distribución por genero de los empresarios según el tiempo de funcionamiento	34
Figura 8. Rubros de negocios de las MYPES según el género	34
Figura 9. Nivel educativo de los empresarios según el tiempo de funcionamiento	35
Figura 10. Nivel educativo de los empresarios según el genero	35
Figura 11. Número de empleados de las MYPES según el tiempo de funcionamiento..	36
Figura 12. Distribución de los ítems del factor administrativo de las MYPES	37
Figura 13. Distribución de los ítems del factor operativo de las MYPES	39
Figura 14. Distribución de los ítems del factor estratégico de las MYPES	40
Figura 15. Distribución de los ítems del factor externo de las MYPES.....	41
Figura 16. Distribución de los ítems del factor personal de las MYPES	42
Figura 17. Distribución del nivel de los factores críticos de las MYPES	45
Figura 18. Distribución del nivel de los factores críticos de las MYPES	46
Figura 19. Distribución de los ítems del crecimiento económico de las MYPES	47
Figura 20. Distribución de los ítems de perspectivas de crecimiento de las MYPES.....	48
Figura 21. Distribución del nivel de la consolidación empresarial de las MYPES	50
Figura 22. Distribución del nivel de la variable consolidación empresarial de las MYPES	51
Figura 23. Distribución del nivel de la variable factores críticos y consolidación empresarial de las MYPES	52

CAPITULO I

1 FUNDAMENTOS TEORICOS

1.1 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Problema de Investigación

1.1.2 Enunciado del Problema

¿Cuál es la relación entre los factores críticos empresariales y su influencia en la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del comercial tradicional “la Barraca” de la ciudad de Arequipa 2021?

1.1.3 Descripción del problema:

El tema del emprendimiento y la microempresa ha sido estudiado extensamente desde diferentes áreas de estudio y dentro de sus principales objetivos fue estudiar la capacidad de dirección de empresas, la eficiencia productiva y la adecuada administración de recursos, los cuales pueden ser clasificados como factores empresariales internos. De igual manera, también se ha estudiado la importancia del entorno económico e institucional, los cuales también pueden ser definidos como factores empresariales externos.

Esta relación entre la microempresa y la importancia de su investigación impulsa a que se den las condiciones necesarias para su consolidación en el tiempo. En ese sentido, seguir investigando la naturaleza y comportamiento de las MYPES no constituye tanto una novedad, pero sí una necesidad permanente; debido a que, en sus diferentes factores (personales, coyunturales y estructurales) son decisivos desde su creación hasta su posterior consolidación e incluso en su desaparición (Campos, 2017).

Por otro lado, en el Perú, se evidencia que las micro y pequeñas empresas, representan el 95% del total de empresas peruanas existentes según cifras del Instituto Nacional de Estadística (INEI, 2020), por consiguiente, es necesario reconocer la importancia de las microempresas y especialmente las microempresas del sector comercio en nuestra economía.

El informe técnico de Demografía Empresarial, en el Perú para el año 2020, bajo el contexto de la aparición de la pandemia por la COVID-19, señala que el porcentaje de

empresas activas registradas tuvo un crecimiento de 1.6% con relación al año 2019, siendo este resultado el más bajo de los últimos 6 años, esto se debe a que en el segundo trimestre el 5.34% de las empresas activas cambiaron de organización jurídica, de persona natural con negocio a persona natural sin negocio, asimismo el tercer y cuarto trimestre se recuperó el porcentaje de creación y reactivación de empresas (Panuera, Castillo & Grijalva, 2020). Al analizar el impacto generado por la COVID-19 se evidencia una primer tendencia en el primer y segundo trimestre que es la suspensión temporal de empresas, en efecto este comportamiento corresponde al temor y miedo generado por la pandemia y adicionalmente por las medidas dadas por el gobierno tales como el estado de emergencia y las cuarentenas, del mismo modo se marca una segunda tendencia en el tercer y cuarto trimestre que es la creación de empresas, es por estos comportamientos que se busca identificar aquellos factores empresariales que permitan a las empresas existentes retomar sus operaciones y a las nuevas empresas buscar su supervivencia y consolidación en el tiempo.

Es de esperar que la aparición de la pandemia por la COVID-19 genere un impacto en los empresarios del centro comercial tradicional “La Barraca”, según el Subgerente Comercial de la empresa Memoria JMC SAC (actual administradora del centro comercial tradicional “La Barraca”) la llegada de la COVID-19 ocasiono una reducción del 30% de las ventas en la última campaña del año 2020, esto es debido a la menor afluencia de personas al centro comercial y la disminución del poder adquisitivo de los clientes. Adicionalmente existen comportamientos que limitan al empresario, por ejemplo, el ocultar la información de sus ventas a la administración por el temor al incremento de los alquileres y la resistencia del empresario al cambio tecnológico, asimismo existe ineficiencia en el registro de información de ventas e inventarios porque no reflejan la situación real del negocio.

Debido a lo expuesto, es que la presente investigación tiene como problema principal: ¿Cuál es la relación entre los factores críticos empresariales y su influencia en la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial tradicional “la Barraca” de la ciudad de Arequipa 2021? y en consecuencia esto sirva como referencia para la implementación de futuras políticas de capacitación del Gobierno y de la administración del centro comercial con relación a los factores empresariales limitantes, todo esto con el fin de concientizar y educar a los empresarios

en lo que respecta a la correcta administración de sus negocios y de igual manera mejorar el entorno económico e institucional para promover su consolidación empresarial.

1.1.4 Objetivos de la investigación

1.1.4.1 Objetivo general

Determinar la relación entre los factores críticos empresariales (administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales) y su influencia en la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial “la Barraca”.

1.1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar el nivel de control de los ingresos y gastos.
- Determinar el grado de capacitación e implementación de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).
- Determinar el nivel de control de los inventarios.
- Determinar la frecuencia de la entrega de descuentos por parte de los microempresarios.
- Identificar la realización de algún tipo de planeamiento e investigación de mercado por parte de los microempresarios.
- Determinar el nivel de acceso al capital de los microempresarios.
- Analizar el impacto que genera la competencia retail, el estado y la demanda en los microempresarios.
- Determinar el nivel de experiencia y educación de los microempresarios.
- Analizar el nivel de incremento de ingresos, el grado de reinversión y apalancamiento de los microempresarios.
- Determinar el nivel de cumplimiento de objetivos y de creación de trabajo.

1.1.5 Justificación de la investigación

Según la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa (CCIA, 2020) la estructura empresarial de la ciudad de Arequipa está representada por un 95.5% de microempresas, así mismo el 45.4% de estas están ligadas al sector comercio y de acuerdo a la Asociación de Emprendedores del Perú (ASEP, 2015) las MYPES aportan

aproximadamente el 40% del Producto Bruto Interno, en consecuencia, las MYPES son importantes en el desarrollo de la economía.

Por otro lado, se evidencia que las MYPES tienen problemas en su consolidación, debido a que se crean y se cierran muy pronto (Villarán, 2007), por consiguiente, la presente investigación tiene relevancia teórica porque busca identificar y tener conocimiento sobre los factores operativos, administrativos, estratégicos, externos y personales, los cuales influyen y limitan su consolidación empresarial, es decir son limitantes en su crecimiento económico y sus perspectivas de crecimiento.

Asimismo, la presente investigación tiene relevancia práctica debido a que los resultados que se obtendrá, con relación a los factores críticos empresariales limitantes de la consolidación empresarial de las MYPES, contribuirá al desarrollo e implementación de políticas gubernamentales desarrolladas por los órganos estatales competentes como lo son las municipalidades. También, de igual manera servirá de base para el desarrollo de programas de capacitación por parte del sector privado en específico las empresas administradoras de centros comerciales, todo esto con el fin de poder delimitar estrategias orientadas a la mejora de las limitantes encontradas que influyen en la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial “la Barraca”.

1.1.6 Hipótesis:

Dado que los factores críticos empresariales de las micro y pequeñas empresas pueden ser factores administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales es probable que estos tengan una influencia significativa con la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial “la Barraca”.

1.2 MARCO TEORICO

1.2.1 Antecedentes de la investigación

Para la presente investigación se tomó como referencia y fuente bibliográfica los siguientes trabajos:

- Okpara y Wynn (2007) en el trabajo titulado “Determinants of Small Business Growth Constraints in a Sub-Saharan African Economy”, tratan de determinar

los tipos de problemas existentes en las pequeñas empresas en el país de Nigeria, los cuales los categorizan por problemas administrativos, problemas de funcionamiento, problemas estratégicos y problemas externos. Asimismo, buscan determinar si existe una relación significativa de estos con el desempeño de las pequeñas empresas. Se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario que constaba de 46 ítems relacionados con los problemas comunes que enfrentan las pequeñas empresas y adicionalmente 2 preguntas que darán como resultado una calificación subjetiva del desempeño de las pequeñas empresas. Las respuestas fueron medidas por medio de una escala de 5 puntos tipo Likert (1=muy de acuerdo y 5= totalmente en desacuerdo). Por otro lado, se validó el cuestionario por medio de la opinión de expertos en gestión empresarial y también para establecer el mayor grado de confiabilidad, el cuestionario fue evaluado por el método de Dos mitades (Split half) para hallar el coeficiente de Spearman Brown y adicionalmente también se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach. Los resultados de la investigación fueron sometidos a un análisis factorial confirmatorio para determinar si un conjunto de problemas se relaciona entre sí y en consecuencia puedan formar un factor, se debe tener al menos un factor correlacional de 0.5 para formar parte de un factor. Por consiguiente, surgió de este análisis cuatro factores que fueron los recursos financieros, experiencia en gestión, corrupción e infraestructura, los cuales a su vez se les aplicó el método de correlación de Pearson para determinar si existe una relación significativa entre los cuatro factores y el desempeño de las pequeñas empresas. Finalmente se obtuvo como resultado que la falta de financiación, la falta de experiencia en gestión, la corrupción y la mala infraestructura tienen una correlación negativa con el desempeño de las pequeñas empresas siendo sus coeficientes de correlación -0.71, -0.67, -0.69, -0.64 respectivamente, asimismo el nivel de significancia de todas las correlaciones oscila entre 0.01 y 0.05. En conclusión, el estudio señala que la falta de financiación y la falta de formación y experiencia en gestión son los factores con mayor influencia negativa en el desempeño de las pequeñas empresas de Nigeria.

Los principales aportes de esta investigación al presente trabajo son el estudio de las variables (tipos de problemas de las pequeñas empresas y desempeño

empresarial) como referencia para nuestras variables, así también para cambiar o añadir nuevas variables a nuestro estudio. Por otro lado, nos sirve como antecedente de validación para la aplicación de la metodología (instrumentos de recolección de datos, validación de instrumentos y análisis de resultados).

- Avolio, Mesones & Roca (2011) en el trabajo titulado “Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES)”, buscan identificar los factores administrativos, operativos, estratégicos, externos y añade el factor personal como posibles limitantes del crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. Se consideró como parte de la población de estudio a las MYPES que cumplan con tener un máximo de ventas de 150 unidades impositivas tributarias, tengan como mínimo el 50% de la propiedad formal de la empresa, tengan participación activa en la empresa como gerentes o administradores y finalmente generen empleo para sí mismos y mínimo dos otras personas. Se utilizaron las entrevistas en profundidad, la observación directa y documentos diversos como fuentes de evidencia. La recolección de datos mediante entrevistas semiestructuradas tuvo un cuestionario que fue validado por expertos en el tema empresarial y se usó la tipología de clasificación de preguntas de Mertens, el cual divide las preguntas cualitativas en seis tipos. Se utilizó el software Atlas ti como herramienta de procesamiento de datos con el objetivo de reducir la información mediante la creación de marcas y asignación de códigos de las principales respuestas en común sobre cada uno de los factores identificados para su posterior análisis. Los resultados de la investigación fueron organizados por cinco factores: administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales. En el factor administrativo se identificó la gestión de recursos humanos, aspectos contables y financieros, la administración propia de sus negocios y la capacitación como los más importantes temas que limitan el crecimiento de las MYPES, esto es debido a que la mayoría de los negocios son del tipo familiar y muchos de ellos carecen de preparación y capacitación. Asimismo, parecería que los empresarios solo buscan generar utilidades en el menor tiempo posible sin tener una visión a largo plazo, con respecto a la contabilidad, el registro y control de ingresos y egresos es muy deficiente y esta solo es usada para cumplir las obligaciones tributarias. En relación con los factores operativos se identificó el mercadeo, establecimiento de precios, control

de la producción y control de precios como los limitantes del crecimiento de las MYPES, así pues, parecería que los empresarios se enfocan más en la mejora de calidad de sus productos como estrategia para poder competir y mantenerse en el mercado, por otro lado, se evidencia que no se tiene el conocimiento necesario con relación al planeamiento de las operaciones de producción y el control de inventarios, la relación con proveedores se basa solo en la confianza y con relación a los precios se tiene un buen control y estimación en base a sus márgenes de ganancia establecidos. Respecto a los factores estratégicos, los que más destacan son el acceso al capital, la falta de una visión de largo plazo y planeamiento y la investigación y conocimiento de mercados, de estos resalta la visión de corto plazo, debido a que la mayoría de los empresarios no desarrollan planes estratégicos, sino llevan una gestión del día a día sin tener visión, misión y objetivos de largo plazo. Con relación a los factores externos los más importantes son la corrupción, la informalidad y la tecnología, es importante destacar que muchos de los empresarios no pagan impuestos, lo cual es una barrera al momento de buscar financiamiento, a su vez perciben que no existe apoyo por parte del estado, al no implementar programas de capacitación y mecanismos que promuevan su formalización. Por último, se tiene los factores personales que incluyen la motivación generada por terceros, la educación en la gestión de empresas y la experiencia de los empresarios, teniendo como resultado que parecería que las limitaciones de los empresarios se deben a la falta de educación en la gestión de negocios, de modo que sus decisiones se basan completamente en su experiencia previa. La principal contribución del presente trabajo es la aplicación del modelo de Covin y Slevin, el cual analiza la influencia del espíritu empresarial en el crecimiento económico de la empresa, por consiguiente, se permite añadir los factores personales como una posible limitante del crecimiento de las MYPES, y en segundo lugar, son los resultados obtenidos, los cuales nos servirán como contraste con los de la presente tesis.

- Martínez, Rufino, Rufino y Siviriche (2018) en la tesis titulada “Correlación entre Felicidad y Rotación de Personal en una empresa Minera”, buscan determinar si la felicidad podría tener alguna influencia en la rotación de personal, mediante el factor de compromiso laboral de los empleados de una unidad minera con operaciones en el Perú. Se utilizó como instrumento de

investigación la escala de la Felicidad de Lima, el cual presenta cuatro factores de la felicidad: El sentido positivo de la vida, satisfacción con la vida, realización personal y la alegría de vivir, los cuales constan de 27 preguntas con una escala de 5 puntos tipo Likert. Por otro lado, se utilizó la escala de Utrecht como instrumento para medir el nivel de compromiso laboral, el cual consta de 15 preguntas con una escala de 6 puntos tipo Likert. Después de ser aplicados ambos instrumentos se procedió con el procesamiento de datos, mediante el método de tablas cruzadas para agrupar lo datos de acuerdo a cada variable y así obtener el nivel de felicidad y de compromiso laboral. Por último, se aplicó la prueba de normalidad de Ryan-Joiner para cada una de las variables, para así poder elegir el mejor coeficiente de correlación, teniendo como resultado la confirmación de normalidad de los datos, por lo tanto, se decidió aplicar el coeficiente de Pearson en lugar del coeficiente de Spearman. La presente tesis concluye que el sentido positivo de la vida es el factor que tiene mayor influencia en la felicidad de los trabajadores de la empresa minera, asimismo el factor vigor es el que mas influye en el compromiso laboral de la empresa minera. Por otra parte, se confirma una relación directa de 54% y un valor p de 0.106 entre la felicidad y el compromiso laboral y con relación a las variables felicidad y rotación de personal presentan una relación inversa de 34% y un valor p de 0.33, por consiguiente, se concluye que no existe significancia entre las variables, pero a la vez no se puede afirmar que no haya correlación, debido a que existen ciertos rasgos que demuestran lo contrario y muestran la aprobación del marco teórico. Finalmente, a pesar que se presenta ciertos desequilibrios de los niveles de felicidad, compromiso laboral y rotación de personal en las diferentes gerencias se puede concluir que a nivel general la empresa minera se mantiene en un nivel óptimo. El principal aporte de la presente tesis es la metodología usada, primero el uso de la escala tipo Likert como instrumento de recolección de datos para variables cualitativas, segundo el análisis de datos mediante el método de tablas cruzadas y la evaluación de diferentes pruebas de normalidad como Ryan Joiner, Kolmogórov-Smirnov, Anderson-Darling y Shapiro-Wilk y por último la elección del método de correlación que puede ser el coeficiente de Pearson o Spearman según el tipo de muestra que puede ser

representativa o no representativa, es decir donde hay normalidad o no hay normalidad en los datos.

- Almanza y Del Alcázar (2020) en la tesis titulada “Factores relacionados a la consolidación de los emprendimientos: Diagnostico y descripción en los emprendimientos consolidados de la Feria de Barranco”, buscan encontrar las características internas, reconocer las características personales y descubrir los factores del entorno que están relacionados e influyen en la consolidación de los negocios de la Feria de Barranco. La metodología aplicada en la tesis fue el Método Delphi, el cual a diferencia del Focus Group este busca respuestas que no sean influenciadas producto de la interrelación y acción mutua de los participantes, como lo es en un Focus Group, por ello se busca el anonimato y se realiza la recolección de datos de manera individual, asimismo se busca que los participantes tengan conocimiento sobre el objeto de investigación. En tal sentido, para que el negocio forme parte del presente estudio se consideró 6 criterios a cumplir: Tener experiencia previa, tener un negocio actual, ser formal, generar empleo, tener un mínimo de 42 meses en el negocio y dedicarse a tiempo completo al emprendimiento. Por otro lado, se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual consistía en preguntas cerradas para comprobar la aplicación de la teoría con relación a los factores determinantes en la consolidación de los negocios, adicionalmente también se realizaron preguntas abiertas, con el fin de conocer las opiniones y perspectivas de los empresarios con relación a la consolidación de sus emprendimientos. Asimismo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a expertos en el tema empresarial y a los empresarios con negocios consolidados. Respecto a los resultados de la investigación se concluye que dentro de los factores del emprendedor, la pasión y las ganas por parte del negociante son muy relevantes e influyentes al momento de buscar la consolidación del emprendimiento, por otro lado dentro de los factores internos del negocio, la planificación y el desarrollo del negocio son los más relevantes y a su vez tienen mayor relevancia que los factores relacionados con el entorno que es la existencia de espacios de venta en físico. El principal aporte de la presente tesis es el estudio de la variable consolidación de emprendimientos, el cual sirve para el fortalecimiento del marco teórico de nuestra variable consolidación empresarial, asimismo los

lineamientos y criterios que deben tener un emprendimiento para ser considerado consolidado y por último, nos servirá como contraste con relación a los resultados que se obtendrán en nuestra investigación.

- Cohaila (2020) en la tesis titulada “Factores empresariales restrictivos para la consolidación de las MYPES del sector comercio del distrito de Tacna, periodo 2014” tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre los factores administrativos y la consolidación empresarial de las MYPES del sector comercio del distrito de Tacna, periodo 2014. Para la recolección de la información utilizó la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario tipo Likert. La confiabilidad de la encuesta fue realizada mediante el Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de 0,870 y la validez del instrumento fue realizada por juicio de expertos, cuya validación fue de 0,85, indicando en ambos casos alta validez y confiabilidad. Se concluyó que los factores administrativos restringen la consolidación empresarial de las MYPES del sector comercio del distrito de Tacna, periodo 2014. El principal aporte de la presente tesis es el planteamiento de los resultados, que dieron respuestas a los objetivos, el cual sirve como guía para la elaboración de los resultados que se obtendrán en nuestra investigación. Así también la investigación nos proporciona información contextual importante ya que ambos tratan de factores empresariales.

1.2.2 Las MYPES

1.2.2.1 Las MYPES en el Perú

De acuerdo a la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, se menciona que:

Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Ley 28015, 2003, art. 2).

Gomero (2015) define que las MYPES son una unidad económica resultante del emprendimiento de personas que comprometen una cierta cantidad de dinero y que se rigen a las normas del mercado. Gran parte de ellas, no utilizan técnicas académicas, ni metodologías económicas o financieras avanzadas, pero si son capaces de dar solución a los problemas que se presentan en su día a día. De igual forma para Andriani, Biasca y Rodríguez (2004) las micro y pequeñas empresas son responsables en gran manera de la generación de empleo, la creación de ingresos y la satisfacción de nichos de mercado que no son cubiertos por las grandes empresas, por consiguiente, la prosperidad económica de cualquier país debe tener como eje principal el desarrollo competitivo de estas empresas.

Adicional a todo ello la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2019) menciona que para que una unidad económica sea considerada micro empresa, debe establecerse con 1 a 10 trabajadores en su manejo, mientras que para una pequeña empresa esta debe llegar a abarcar desde 1 a 50 trabajadores en planilla. Respecto al nivel de ventas, las micro empresas deben tener un monto máximo de 150 UIT (Unidades Impositivas Tributarias), y para las pequeñas empresas hasta 1,700 UIT.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018) la estructura empresarial está conformada, en su mayoría, por las Micro y Pequeñas empresas representando un 99,1%, mientras que la gran y mediana empresa representan solo el 0,9%. Dicho de otra forma, en el Perú, nueve de cada diez empresas son micro y pequeñas empresas, según estimaciones de la Sociedad de Comercio del Perú (COMEX, 2020).

1.2.2.2 Impacto económico por la COVID-19 en las MYPES

La pandemia provocada por la COVID-19 no solo provoco el cese de millones de empleos, sino también el cierre de más de medio millón de empresas constituidas, lo cual ha significado que el Perú, un país conformado por más de 99% por MYPES, tenga uno de los debacles económicos más grandes de los últimos tiempos según el Instituto Peruano de Economía (IPE, 2020).

De igual forma la Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2020) menciono que las micro y pequeñas empresas (MYPES) ante esta eventualidad son las más perjudicadas. El estado

de emergencia y el aislamiento obligatorio provocaron una reducción de la demanda de sus productos. Las medidas de restricción les impiden contar con el personal necesario para trabajar con normalidad, lo cual ocasiona un grave inconveniente considerando que muchas de ellas están vinculadas con los sectores manufactureros y de servicios.

Por ende, el impacto de la emergencia sanitaria según el Instituto Peruano de Economía (IPE, 2020), ocasiono que el 25,7% de las microempresas en el Perú quebraran, y esto se debió tanto a factores de oferta como de demanda.

1.2.3 Centro Comercial Tradicional

1.2.3.1 Centros Comerciales Tradicionales (CCT) en el Perú

En el Perú los centros comerciales del canal tradicional escogen los productos que serán otorgados al consumidor de una forma económica, eficiente y completa, y por lo general son abastecidos por el comercio mayorista y por los grandes distribuidores (Perú Retail, 2018).

Estrada, Manrique y Mena (2013) citado por Begazo, Bojorquez y Núñez (2019, p. 37) menciona que un CCT alude a una organización de pequeños negocios de diversos sectores, consiguiendo instalarse en calles, centros urbanos o comerciales donde predominan el desorden en la toma de estos espacios, lo que puede generar no tener las condiciones adecuadas para el público que viene a comprar los productos y servicios ofrecidos.

1.2.3.2 El Centro Comercial Tradicional “La Barraca”

El Centro Comercial Tradicional “La Barraca” es un negocio administrado y operado por la empresa Memoria JMC S.A.C, quienes desde 1993 se dedican al alquiler de locales comerciales a pequeños negocios que buscan formalizarse y desarrollar su actividad en una agrupación establecida (Mariscal, 2017).

Así también el objetivo de Memoria JMC SAC con relación al centro Comercial Tradicional “La Barraca”:

Es realizar el manejo y operación de sus locales, espacios y áreas, para brindar a los locatarios tanto stands comerciales, como espacios e islas comerciales para desarrollar sus negocios, y al consumidor y público en

general un sitio estratégicamente ubicado al cual pueden concurrir, con una distribución y categorización para los productos, de acuerdo a las preferencias del consumidor, facilitándole la elección de adquisición y uso de los bienes y servicios que el CCT “La Barraca” ofrece (Mariscal, 2017, p.42).

Actualmente El CCT “La Barraca”, posee 221 empresarios quienes ofrecen una amplia variedad de productos al público en general.

1.2.4 Factores críticos empresariales

Como mencionan algunos autores:

El factor crítico empresarial es aquello en que las empresas han de superarse si quieren sobrevivir, o bien aquel que es de extrema importancia para el éxito corporativo. Estas cuestiones estratégicas determinan las ventajas competitivas de una empresa. Adicional a esto menciona que son aquellos factores en los que las empresas quieren ser diferentes de las demás, y hacerse únicas en el mercado, y que como tales son entendidos como competencias esenciales (Rampersad, 1994, p. 28).

Existen diferentes factores que juegan un rol importante para que un emprendimiento logre consolidarse con el tiempo. Es así que Miranda, Chamorro y Rubio (2007), mencionan que un factor crítico de éxito es algo que debe ocurrir para conseguir los objetivos de la organización. Es crítico si su cumplimiento es absolutamente necesario para el logro de esos objetivos, por tanto, requiere atención de los departamentos involucrados para poder realizar las acciones que los involucra.

Por consiguiente, se toma como referencia el marco conceptual utilizado en la adaptación de Okpara y Wynn del modelo de Ansoff sobre las decisiones en la empresa presentados en su libro *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*, esta adaptación según Okpara y Wynn (2007) en la figura 1, consiste en clasificar los tipos de decisiones necesarias para iniciar y mantener un negocio exitoso y analizar problemas comunes que enfrentan los propietarios de pequeñas empresas, por medio de una recategorización de los factores presentados por

Ansoff organizándolos como factores administrativos, operativos, estratégicos y externos.

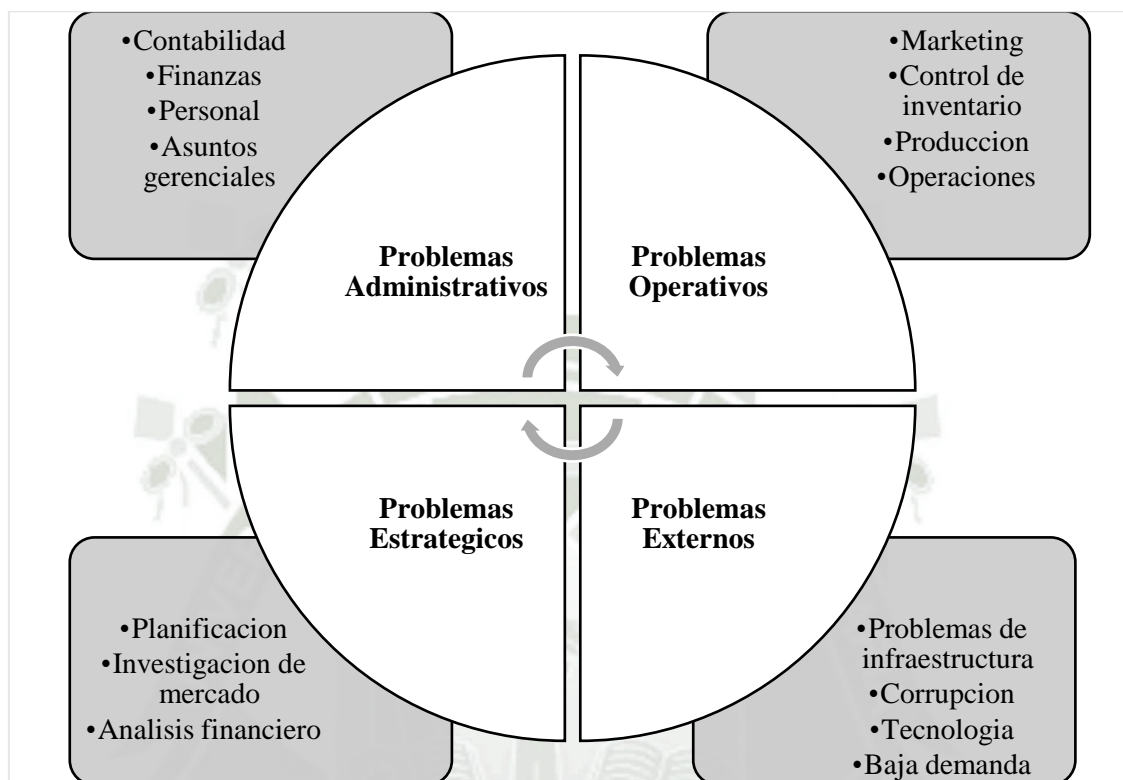


Figura 1. Categorización de problemas de la pequeña empresa
Fuente: Okpara y Wynn (2007) y Ansoff (1965)
Elaboración: Avolio, Mesones & Roca (2011)

1.2.4.1 Factores Administrativos

Los factores administrativos se centran en la organización estructural y su capacidad para obtener y desarrollar recursos necesarios, con esto se busca generar el ambiente apropiado para cumplir las funciones estratégicas, al respecto Gueguia, Londoño, Otero y Rivera (2012) citado por Mendoza-Briones (2017, p. 951) mencionan que el acto de administrar significa planificar, organizar, dirigir, y controlar las tareas o los procesos siempre buscando lograr productividad y el bienestar de los trabajadores, y obtener lucro o beneficios, además de otros objetivos definidos por la organización.

Asimismo, algunos autores refieren que:

La administración empresarial es un hecho universal y por el dinamismo en el medio donde se desenvuelve, se torna cada vez más compleja como

resultado de los avances tecnológicos, de las necesidades sociales y del comportamiento económico, entre otros factores; de ahí la importancia del perfeccionamiento de la gestión administrativa en las empresas.

(Mendoza-Briones, 2017, p. 951)

Por consiguiente, la deficiencia en el manejo de los factores administrativos han sido señalados como una de las principales causas de fracaso para las pequeñas empresas y según la figura 1, estos pueden presentarse en las finanzas, la administración gerencial y el personal (recursos humanos), debido a que en investigaciones realizadas en países en vías de desarrollo revelaron que los pocos registros deficientes, la falta de experiencia y habilidades básicas en gestión administrativa fueron los principales factores desfavorables. Adicionalmente los investigadores también identificaron la inexperiencia en el campo de los negocios, particularmente la falta de conocimientos técnicos, además de habilidades gerenciales inadecuadas, falta de planificación y la falta de investigaciones de mercado (Okpara & Wynn, 2007).

1.2.4.2 Factores Operativos

Los factores operativos se centran en asignar los recursos de manera eficiente con el objetivo de maximizar la rentabilidad de las operaciones, son más comunes en las áreas funcionales de los negocios, se pueden presentar en las áreas como el marketing, operaciones y gestión de inventarios (Okpara & Wynn, 2007).

Es importante resaltar que según Cano, Orue, Martinez, Mayett y Lopez (2015) “debido a su tamaño y la escasez de recursos económicos es común que las Pymes carezcan de una estructura formal en sus operaciones”. Ejemplos típicos los encontramos en el hecho de que sus empleados realicen varias actividades sin una formación específica para las mismas, o que las personas que dirigen sean también las que ejecuten la mayoría de las funciones de planeación financiera, producción, administración de personal y comercialización, es así que esta falta de especialización lleva a las Pymes a desarrollar actividades logísticas de bajo nivel debido a la falta de conocimientos técnicos y la aplicación incorrecta del concepto de cadena de abastecimiento, teniendo esto incidencia en su productividad y competitividad (Jurburg & Tanco, 2017, p. 9).

A su vez otro aspecto importante de los factores operativos es el marketing, que según “Monferrer (2013) es una actividad esencial que las empresas deben ejercer más aún en

el ambiente que interactúa con ella, prestando especial atención al mercado compuesto por los consumidores, los intermediarios y los competidores. Siempre se está expuesto a las manifestaciones más notables de las actividades de marketing de las empresas, como la investigación de mercados, la publicidad, la venta personal, las relaciones públicas, las promociones de ventas, la distribución comercial o la segmentación de mercados.” (Salas, Acosta & Jiménez, 2018, p. 1)

1.2.4.3 Factores Estratégicos

Los factores estratégicos involucran la capacidad de los propietarios de las pequeñas empresas en satisfacer la demanda del entorno, estos son la planificación empresarial y la investigación de mercado que contemplan la naturaleza del negocio y las necesidades de los clientes, los cuales se pueden presentar en las áreas de gestión y marketing (figura 1). Por lo tanto, O'Regan y Ghobadian, (2002) “menciona que se podrían definir como herramientas que permiten a una empresa ser lo más eficiente posible y lograr una ventaja sostenible sobre sus competidores.” (Estrada, García, & Sánchez, 2009, párr. 19).

Adicionalmente algunos estudios llevados a cabo al respecto, sostienen que es recomendable que cualquier tipo de empresa, sin importar su giro, tamaño o cualquier otra característica en particular, diseñe planes estratégicos, sin embargo, concretamente en las PYMES, la importancia de la planeación sigue siendo cuestionada (Estrada, García & Sánchez, 2009).

Sin embargo, se pondría en riesgo la supervivencia de la PYME si se subestima esta herramienta y se actúa sin una planificación de por medio, debido a que la determinación de la misión, visión, objetivos y sobre todo las estrategias para alcanzarlos son piezas principales para su competitividad (Estrada, García & Sánchez, 2009).

Por otro lado, la accesibilidad a préstamos es otro factor importante dentro de los factores estratégicos, donde el otorgamiento y la decisión de financiación se ven influenciados por la asimetría de información, de esta forma, en los casos en que la asimetría de la información sea muy acusada y el nivel de riesgo excesivo, los prestamistas no siempre estarán dispuestos a conceder la financiación, denegando en estos casos el crédito y, en ese sentido, las pequeñas empresas que se encuentran en

crecimiento, soportan unos costes financieros y unas restricciones más elevados, lo cual limita su crecimiento y consolidación (Blázquez, Dorta & Verona, 2006).

1.2.4.4 Factores Externos

Los factores externos que impulsan a los empresarios a tomar decisiones direccionadas al mejor funcionamiento y desempeño de la empresa son aquellos factores relacionados con el acceso a la tecnología, la baja demanda, la corrupción y la infraestructura (figura 1).

Un aspecto importante de los factores externos es el nivel de demanda el cual, según Blázquez, Dorta y Verona (2006) la demanda determina el nivel de producción de la empresa y por ende la rentabilidad, permanencia y posterior crecimiento, dado que la decisión del consumidor viene determinada por el nivel de ventas del producto ofertado. No obstante, el empresario responde ante esta conducta de mercado con publicidad y campañas comerciales agresivos, por tanto, resulta necesario conocer los cambios y las tendencias de la demanda que se puedan producir en el mercado.

De igual forma, dentro de los factores externos se resalta la importancia del apoyo gubernamental en la actividad empresarial, en este sentido:

Algunos autores han analizado la relevancia de los acuerdos institucionales relacionados con los impuestos, la regulación del mercado de capitales, la legislación laboral o los incentivos que permiten acumular la riqueza privada, como elementos determinantes del comportamiento empresarial. De esta forma, se ha podido constatar la importancia de los acuerdos institucionales como factor de creación y crecimiento de las empresas (Blázquez, Dorta & Verona, 2006, p. 51).

1.2.4.5 Factores Personales

Según el estudio de Avolio, Mesones & Roca (2011) los factores personales identificados incluyen la motivación proveniente de terceros para empezar, crecer y desarrollar nuevos negocios, la educación en la administración de empresas y la experiencia de los empresarios. Por consiguiente, se decidió tomar en cuenta este factor, puesto que en dicho estudio se identificó el factor personal como parte de los factores que podrían limitar el crecimiento de las MYPES.

Asimismo, Penrose (1962) argumenta que uno de los factores importantes para el crecimiento empresarial es la motivación y la decisión humana para emprender nuevos negocios, ya que una teoría del crecimiento pasa necesariamente por un examen de las oportunidades que el entorno le ofrece a la empresa de acuerdo con los recursos disponibles, sin embargo, estas oportunidades no son aprovechadas a menos que la organización administrativa sea capaz de percibir las. Es por ello que se puede observar que “la clasificación que se realiza sobre las causas del crecimiento, sugiere como factor interno principal, las habilidades y actitudes personales, siendo estas actitudes más notorias en las empresas de mayor dimensión donde el equipo directivo se ve motivado por el éxito de sus carreras personales” (Petrakis, 1997, p. 388).

En ese sentido, entre los aspectos más importantes del factor personal tienen relación con la formación y conocimiento para la gestión empresarial, en este sentido Castrogiovanni (1996) citado por Simón, Revuelto y Medina (2012, p. 246), opina que el conocimiento puede ayudar al empresario a evaluar mejor las oportunidades, así como a utilizar los recursos de forma más eficiente. Así también “Haber y Reichel (2005) señalan que este conocimiento específico puede mejorar los resultados de un negocio debido a que permite el perfeccionamiento de la capacidad de gestión, por lo que puede ayudar a desarrollar un plan o negocio mejor” (Simón, Revuelto & Medina, 2012, p. 246). Por otro lado, la experiencia también es considerado un aspecto importante dentro del factor personal, según Ribeiro y Castrogiovanni (2012) citado por Simón, Revuelto y Medina (2012, p. 246), esta permite la mejor identificación, adquisición y explotación de recursos, sus resultados señalan que la experiencia previa en la misma industria esta positivamente relacionada con la productividad, pero no con la rentabilidad.

1.2.5 Consolidación empresarial

En la presente investigación se estudia la consolidación empresarial como una “aproximación al éxito empresarial, para así poder identificar a las microempresas con un mejor desempeño empresarial. No cabe duda de que un mejor desempeño empresarial conllevara a una empresa más consolidada, por lo cual se usaron dos enfoques para determinar el grado de consolidación empresarial, el primero es el

crecimiento económico y el segundo son las perspectivas de crecimiento” (Fundación INCYDE, Cámaras de comercio, Industria y Navegación de España, 2001, p. 18).

Según la investigación de Cohaila (2019), “describe que las empresas buscan su supervivencia en el tiempo y su crecimiento constante, estos dos grandes objetivos representan las características de una empresa consolidada” (p.34).

No obstante, existe una parte importante de la literatura que establece una equivalencia entre éxito empresarial y supervivencia de las empresas, esto se da bajo la premisa que las empresas jóvenes que obtienen beneficios deciden permanecer en el mercado, mientras que las que incurren en pérdidas terminan abandonando la actividad debido a que las empresas entran en el mercado con información imperfecta sobre su rentabilidad futura y permanecen activas solo en el caso de que, una vez que empiecen a recibir información sobre su rentabilidad a largo plazo, descubren ser eficientes (Fundación INCYDE, Cámaras de comercio, Industria y Navegación de España, 2001)

Es a partir de ello que se plantea la consolidación empresarial, bajo el enfoque del crecimiento económico y las perspectivas de crecimiento, debido a que la relación crecimiento económico y supervivencia empresarial presenta ciertas deficiencias como:

No permite distinguir entre empresas con solidas condiciones económico-financieras y empresas con condiciones de gran vulnerabilidad que, por alguna razón, continúan activas, es por ello que el segundo enfoque parte, precisamente, de la constatación de que no todas las empresas que sobreviven tendrán necesariamente una posición económica-financiera sólida, ni contarán con las mismas perspectivas de desarrollo futuro. Por ello, centra la atención en variables económicas de las empresas (como el crecimiento o los ingresos) y el cumplimiento de los objetivos empresariales (perspectivas de crecimiento). (Fundación INCYDE, Cámaras de comercio, Industria y Navegación de España, 2001, p. 112)

1.2.5.1 Crecimiento económico

Cohaila (2019) define que el crecimiento económico depende del nivel de ingresos de la empresa, y es considerada una variable crítica para determinar el grado de

consolidación, debido a que la adecuada gestión de los ingresos y el nivel de reinversión de los mismos son determinantes para el cumplimiento de objetivos de crecimiento.

Por otro lado, Gibrat (1931) describe el crecimiento económico como el resultado de diversas fuerzas o factores que actúan de forma proporcional al tamaño de las empresas. “De esta forma, una empresa pequeña tiene la misma probabilidad de crecer en el mismo porcentaje que una gran empresa” (Blázquez, Dorta & Verona, 2006, p. 169).

1.2.5.2 Perspectivas de crecimiento

Para entender las perspectivas de crecimiento de una microempresa es importante que:

Esta se visualice en el futuro y proyecte sus ideales de forma cuantitativa, mientras no solo se gestione para el día a día, es decir, mientras su gestión no solo se base en el corto tiempo, se puede afirmar que el empresario está contribuyendo a su crecimiento y consolidación en el tiempo. Por ello las perspectivas de crecimiento están directamente relacionadas con la planeación, es decir, con el establecimiento de una situación futura deseada, fijando las rutas y caminos que se han de tomar para alcanzar los objetivos deseados (López, 2005, pp. 142-145).

Por ello, es importante hacer énfasis en la observación del cumplimiento de los objetivos propuestos, y a la vez evaluar si la situación económica financiera permitirá cumplir los próximos objetivos para así percibir si existen perspectivas de crecimiento empresarial debido a que estas marcan la posibilidad de desarrollo futuro (Fundación INCYDE, Cámaras de comercio, Industria y Navegación de España, 2001).

Es así que los emprendedores “desde una etapa temprana se fijan perspectivas a largo plazo, las cuales son de suma importancia, debido al impacto que aquellos pueden generar en la economía en términos de creación de empleo” (Serida, Borda, Morales & Nakamatsu, 2005, p. 52).

CAPITULO II

2 ASPECTOS METODOLOGICOS

2.1 Enfoque metodológico de la investigación

El tipo de investigación es básica, porque solo queda en un contexto exploratorio, genera conocimiento, diagnostica la realidad y prueba teorías, a su vez presenta un nivel de investigación descriptivo-correlacional, porque está orientado a describir, analizar y encontrar el grado de asociación entre las variables cualitativas de estudio. Por otro lado, el enfoque metodológico es de una investigación primaria con fuente de información cualitativa, debido a que se utilizara el instrumento de la encuesta para la recolección de datos.

2.2 Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables

Variables		Indicadores
Variable	Sub Variables	
Variable Independiente: Factores críticos empresariales de la micro y pequeña empresa.	Factores Administrativos	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de control de ingresos y gastos. • Nivel de capacitación e implementación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).
	Factores Operativos	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de control de inventarios. • Frecuencia de otorgamiento de descuentos
	Factores Estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de investigación de mercado. • Nivel de acceso al capital. • Nivel de planeamiento.
	Factores Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de impacto de la competencia Retail moderno. • Nivel de impacto del apoyo estatal. • Nivel de impacto de la demanda.
	Factores Personales	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de experiencia relacionado al negocio. • Nivel de educación en gestión empresarial.

Variable Dependiente: Consolidación empresarial de la micro y pequeña empresa.	Crecimiento Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de incremento de ingresos. • Nivel de reinversión. • Nivel de apalancamiento.
	Perspectivas de crecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de cumplimiento de objetivos. • Nivel de creación de trabajo.

Elaboración: Propia

2.3 Población y muestra del estudio

2.3.1 Población de estudio

La población de estudio que se tomó en cuenta para la recolección de datos fueron 221, el cual es el total de empresarios que se encuentran el centro comercial tradicional “la barraca” de la ciudad de Arequipa en el año 2021, según la información brindada por la administración del centro Comercial.

Se agrupo la población de estudio en 6 actividades con la finalidad de obtener una mejor distribución de la población y muestra, la distribución se realizó teniendo como criterio la similitud de los productos ofrecidos.

Tabla 2
Distribución de la población de estudio

Actividad	Numero de MYPES	%
Actividad de venta de tecnología y electrodomésticos	41	19%
Actividad de venta de ropa	80	36%
Actividad de venta de regalos y juguetes	27	12%
Actividad de venta de artículos deportivos y calzado	24	10%
Actividad de venta de menaje y cuidado personal	21	10%
Otras Actividades	28	13%
Total general	221	100%

Elaboración: Propia

2.3.2 Muestra de estudio

Para determinar nuestra muestra de estudio se estimó una confianza del 95% y con un margen de error del 5% $P=50$ y $Q=50$, obteniendo como resultado una muestra de 141 empresarios. Con relación a la distribución de la muestra, se tomó el promedio ponderado de cada actividad, para que así cada actividad esté representada en la muestra en las mismas proporciones que se encuentran en la población.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

$N= 221$ (Total de la población)

$Z= 1.96$ (Estadístico cuando la confianza es del 95%)

$P= 0.5$ (Probabilidad de ocurrencia)

$Q= 0.5$ (Probabilidad de no ocurrencia)

$D= 0.05$ (Probabilidad de error de estimación)

$n= 141$

Tabla 3
Distribución de la muestra de estudio

Actividad	Numero de encuestas	%
Actividad de venta de tecnología y electrodomésticos	26	19%
Actividad de venta de ropa	51	36%
Actividad de venta de regalos y juguetes	17	12%
Actividad de venta de artículos deportivos y calzado	15	10%
Actividad de venta de menaje y cuidado personal	13	10%
Otras Actividades	19	13%
Total general	141	100%

Elaboración: Propia

2.4 Instrumentos y estrategias de recolección de datos

Se utilizó como instrumento un cuestionario que sirvió para la encuesta, así como para recoger mayor información con opiniones sobre el manejo de sus negocios y sus perspectivas del panorama actual de sus negocios. La encuesta aplicada a los empresarios está compuesta por un total de 18 ítems, los cuales se distribuyen en 13 ítems para la variable Factores críticos empresariales y 5 ítems para la variable Consolidación empresarial.

Se aplicó al instrumento de la encuesta una escala de medición tipo Likert de 5 puntos, donde con relación a la premisa de los ítems se puede estar en total desacuerdo (valores cercanos a 1) y estar totalmente de acuerdo (valores cercanos a 5), lo que nos permitió obtener una escala de valorización para realizar el análisis estadístico.

2.5 Confiabilidad de instrumentos

Para determinar la confiabilidad de la encuesta se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach, el cual “es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados” (Oviedo & Campo, 2005, p. 575). Respecto a la interpretación del coeficiente de Cronbach, se utilizó el método que se expresa en la siguiente tabla:

Tabla 4
Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach

Rangos	Interpretación
Menor a 0.7	Confiabilidad baja
0.70 a 0.90	Confiabilidad Aceptable
0.91 a 1.00	Existe redundancia o duplicación

Fuente: Oviedo C. & Campo A. (2005)

Elaboración: Propia

Tabla 5
Análisis de confiabilidad alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.699	.709	18

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

El coeficiente alfa de Cronbach aplicado a los ítems del instrumento dio como resultado .699, donde según los criterios de interpretación (tabla 4) se tiene una confiabilidad baja, por lo tanto se procedió a identificar el ítem que no presenta consistencia para su posterior eliminación del cuestionario aplicado en la encuesta y es que “es necesario tener en cuenta que el valor de alfa es afectado directamente por el número de ítems, de igual manera, se debe considerar que el valor del alfa de Cronbach se puede sobreestimar si no se considera el tamaño de muestra (a mayor número de individuos que completen una escala, mayor es la varianza esperada)” (Oviedo & Campo, 2005, p. 577), es por ello que el método de cálculo del coeficiente de Cronbach requiere una sola administración del instrumento de medición, de tal modo que solo debe existir una sola versión del instrumento (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

El resultado obtenido del análisis de fiabilidad por elemento (tabla 6) y la matriz de correlaciones inter elementos (tabla 7) muestran que la Inter correlación del ítem 9 es la más baja entre los distintos ítems (.035), a su vez presenta un comportamiento diferente a sus similares en su dimensión Factores Externos y finalmente muestra que, si se elimina dicho ítem, el alfa de Cronbach daría como resultado .717, lo cual representa una mejora en el coeficiente.

Tabla 6
Análisis de fiabilidad por elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Tengo un registro detallado de lo que compro y de lo que vendo	58.08	31.187	.322	.295	.683
Actualmente me capacito cursos talleres en temas de negocios	58.54	31.407	.249	.262	.692
Frecuentemente utilizo las redes sociales Facebook WhatsApp	58.06	31.525	.320	.282	.683
Tengo un registro de mi mercadería	57.99	32.650	.213	.369	.694
Frecuentemente otorgo descuentos a mis clientes	57.89	32.901	.204	.215	.694
Considero importante saber los precios de mi competencia	58.55	32.363	.199	.232	.696
Es fácil para mí obtener un préstamo bancario	58.70	31.642	.351	.268	.681
Poseo objetivos a corto y largo plazo	58.57	31.790	.321	.259	.684
Considero que los Malls y supermercados afectan el nivel de mis ventas	58.74	33.663	.035	.206	.717
Considero que tengo apoyo del estado	59.96	30.412	.350	.323	.679
Considero que ha disminuido mis clientes	59.00	32.186	.177	.277	.700
Poseo suficiente experiencia para manejar mi negocio	58.45	32.735	.299	.229	.687
Poseo formación o conocimiento en gestión empresarial	58.48	32.980	.196	.244	.695
Considero que mis ventas se han incrementado	59.10	30.561	.334	.287	.681
Reinvierto la mayor parte de mis ganancias en el crecimiento de mi negocio	58.31	31.116	.396	.259	.676
Uso frecuentemente préstamos	58.75	31.159	.403	.321	.676
Considero que estoy cumpliendo mis objetivos propuestos	58.66	30.512	.448	.282	.670
Considero que en un futuro necesitare más personal para mi negocio	58.77	30.720	.365	.297	.678

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Tabla 7
Matriz de correlaciones inter elementos

	Considero que los Malls y supermercados afectan el nivel de mis ventas	Considero que tengo apoyo del estado	Considero que ha disminuido mis clientes
Considero que los Malls y supermercados afectan el nivel de mis ventas	1.000	-.041	-.153
Considero que tengo apoyo del estado	-.041	1.000	.244
Considero que ha disminuido mis clientes	-.153	.244	1.000

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

Se decidió aplicar las correcciones del caso con la eliminación del ítem 9, de manera que el coeficiente alfa de Cronbach de como resultado .717, el que según la interpretación de la tabla 4 tiene una confiabilidad aceptable. Por tanto, se concluye que la consistencia interna del instrumento utilizado es aceptable y procede su aplicación.

Tabla 8
Análisis de confiabilidad alfa de Cronbach corregido

Alfa de Cronbach	N de elementos
.717	17

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

2.6 Prueba de normalidad de datos

La prueba de normalidad como lo menciona Romero (2016) “se utiliza para contrastar si los datos de la muestra pueden considerarse que proceden de una determinada distribución o modelo de probabilidad” (p 105), por consiguiente en la presente investigación se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, debido a que el tamaño de la muestra es mayor de 50, esta prueba ayuda a verificar si los datos presentan una

distribución normal y por tanto que pruebas (paramétricas o no paramétricas) se pueden aplicar en el análisis estadístico.

En la tabla 9 se presenta los resultados de la prueba Kolmogórov-Smirnov, donde se puede observar que las variables y sus dimensiones presentan un nivel de significancia de .000 y al ser menores a .05, se concluye que los datos no presentan una distribución normal, de modo que se procedió a utilizar pruebas no paramétricas para el análisis estadístico.

Tabla 9
Prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov de las variables Factores Críticos empresariales y consolidación empresarial

Variables	Dimensiones	Kolmogórov-Smirnov		
		Estadístico	gl	Sig.
Factores Críticos empresariales	Factores Administrativos	.190	141	.000
	Factores Estratégicos	.131	141	.000
	Factores Operativos	.269	141	.000
	Factores Externos	.158	141	.000
	Factores Personales	.196	141	.000
Consolidación Empresarial	Crecimiento Económico	.125	141	.000
	Perspectivas de Crecimiento	.301	141	.000

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

2.7 Técnicas para el análisis de resultados

Para el análisis de resultados se utilizó el programa SPSS Statics 25, donde se procedió a realizar la estadística descriptiva de cada variable y a su vez la estimación de las pruebas no paramétricas de correlación Rho de Spearman para así determinar la intensidad en la relación de las variables Factores Críticos Empresariales y Consolidación empresarial.

2.7.1 Coeficiente de correlación Rho Spearman

Es una medida que permite conocer el grado de asociación entre variables, a su vez es una prueba no paramétrica que se aplica en investigaciones que no tengan una distribución normal en sus datos (Hernández, Fernández & Baptista, 2014)

El coeficiente de correlación Rho de Spearman puede presentar resultados desde -1.0 hasta +1.0, donde los valores cercanos a +1.0 indican que existe una fuerte asociación directa entre las variables y los valores cercanos a -1.0 señalan que hay una fuerte asociación inversa entre las variables. Es necesario tomar en cuenta el valor p de significancia del coeficiente Rho de Spearman dado que, si el valor p es menor a .05 se concluye que la correlación es significativa y que, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) se puede interpretar que existe una relación real entre las variables y no una debida al azar.

CAPITULO III

3 RESULTADOS

3.1 Perfil del empresario del centro comercial tradicional “la Barraca”

En esta sección se busca tener un mayor conocimiento sobre las MYPES, presentando el perfil del empresario del centro comercial “la Barraca” con relación a sus características personales, así como en las características de sus negocios. A continuación, en la figura 2 se presentan las características demográficas de los empresarios, donde se analizan aspectos como edad, genero, educación, número de empleados y tiempo de funcionamiento de sus negocios.

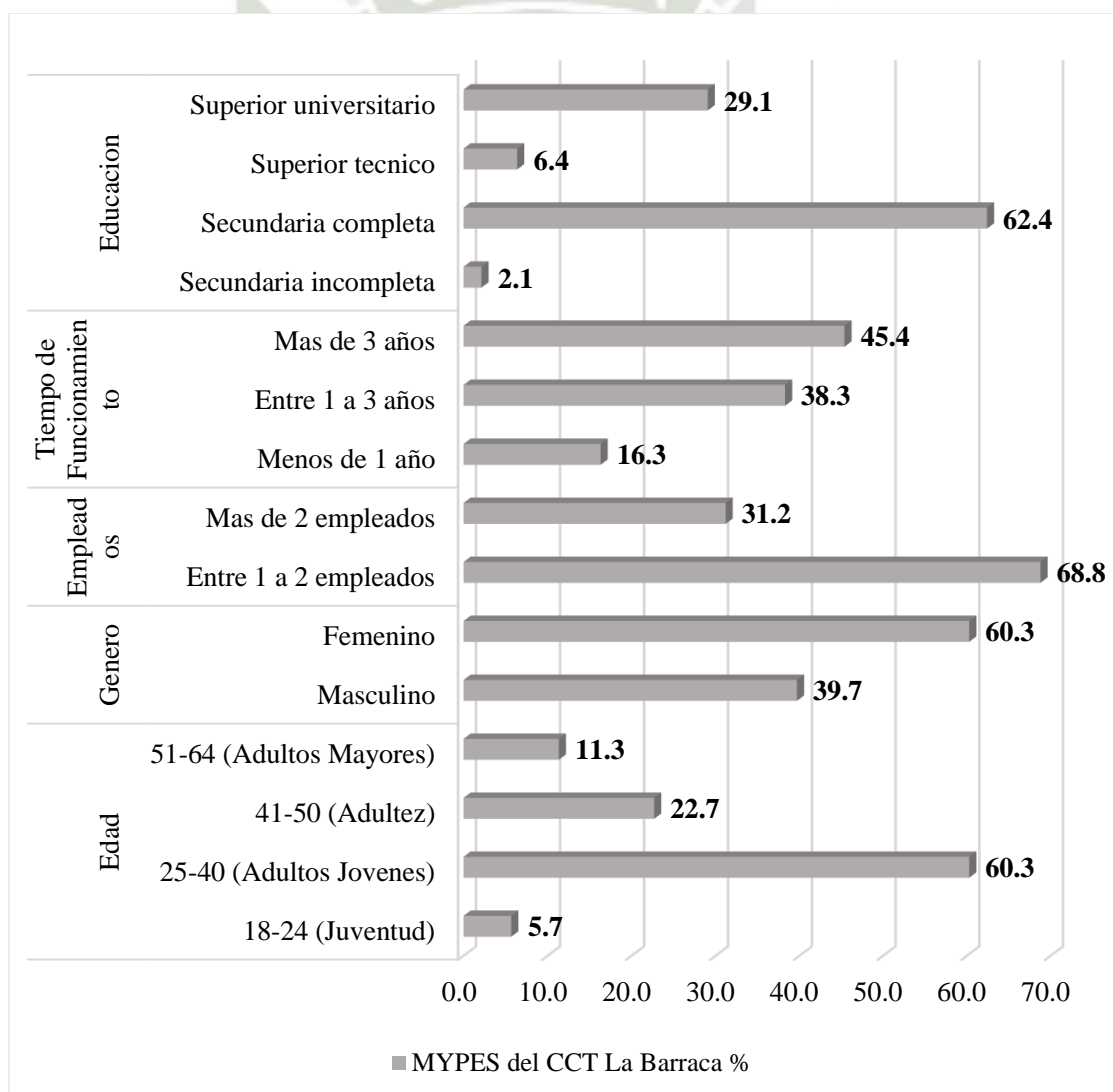


Figura 2. Características del empresario del Centro comercial “la Barraca”

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Así también en la figura 3, observamos los diferentes rubros de negocios de los empresarios del centro comercial tradicional “la Barraca”, siendo la actividad de venta de ropa, el rubro con el mayor número de MYPES (36,2%), seguido por la actividad de venta de tecnología y electrodomésticos (18,4%) y otras actividades (13,5%), las cuales se caracterizan por ser negocios dedicados a la actividad de venta de productos poco comercializados en el centro comercial,

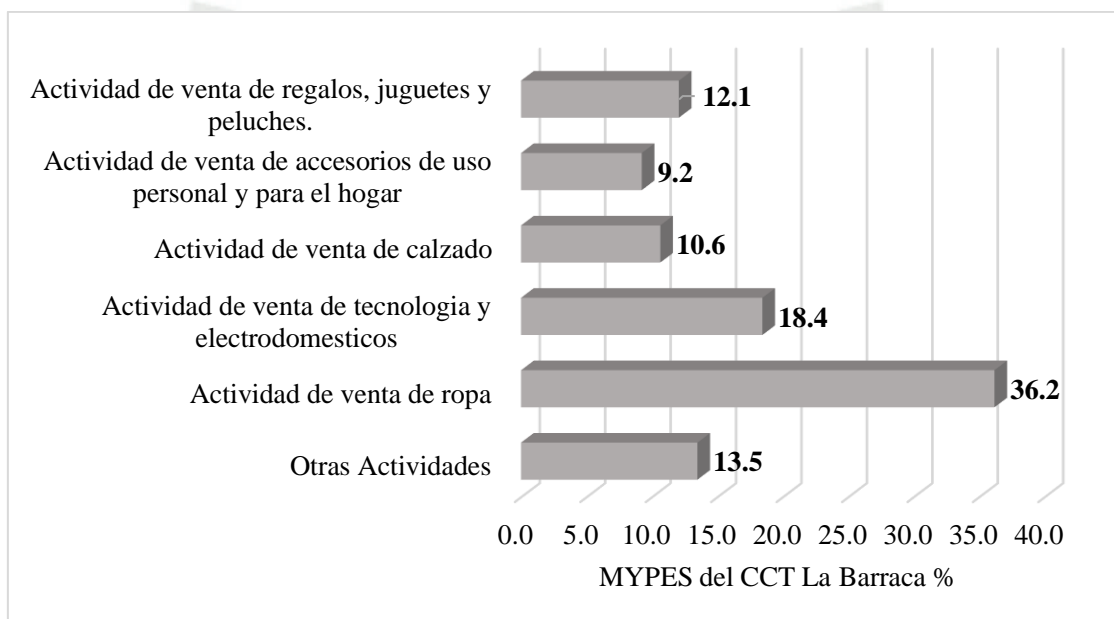


Figura 3. Rubros de negocios del empresario del Centro comercial “la Barraca”

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Asimismo en la figura 4, se observa que los negocios nuevos con menor tiempo de funcionamiento (menos de 1 año) muestran una tendencia significativa por negocios dedicados a otras actividades (57,9%), las cuales se caracterizan por vender productos poco comercializados en el centro comercial, teniendo así, que las demás actividades tengan como principal característica el poseer más de 3 años de funcionamiento, siendo la actividad de venta de regalos, juguetes y peluches la que más tiempo de funcionamiento tiene sobre los demás (58,8%).

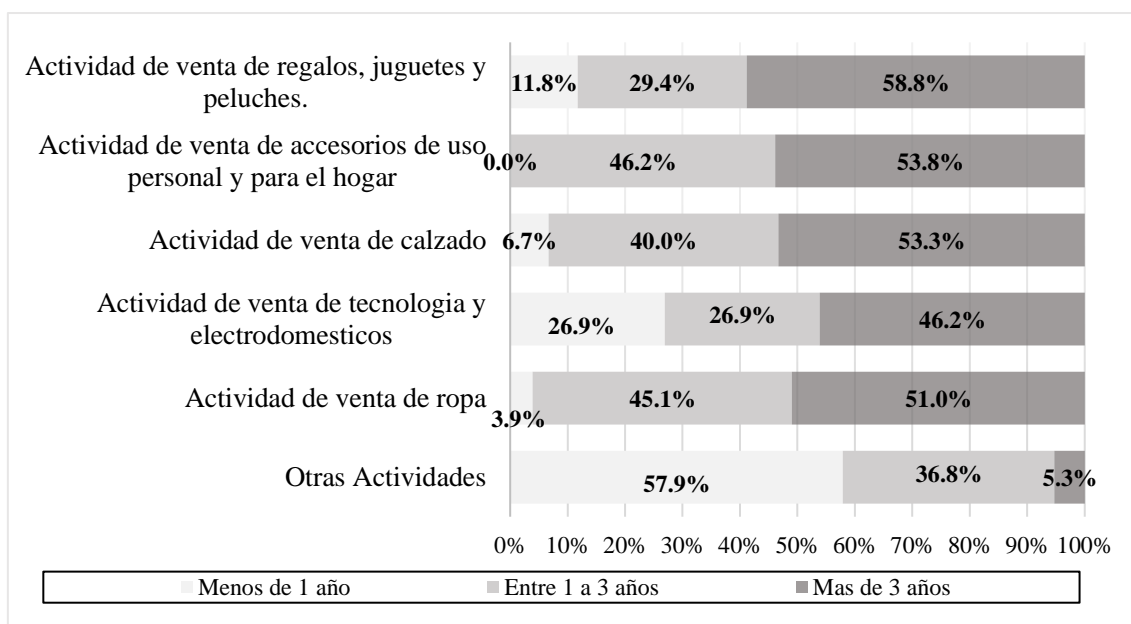


Figura 4. Rubros de negocios de las MYPES según el tiempo de funcionamiento
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

En el centro comercial tradicional “la Barraca”, se observa que la mayoría de empresarios son adultos jóvenes (60,3%) de entre 25 y 40 años. Adicionalmente, como se aprecia en la figura 3, los negocios nuevos (menos de 1 año hasta los 3 años), en comparación con los negocios con mayor tiempo de funcionamiento (más de 3 años), tienden a ser desarrollados por personas jóvenes y adultos jóvenes que se encuentran entre los 18 y 40 años.

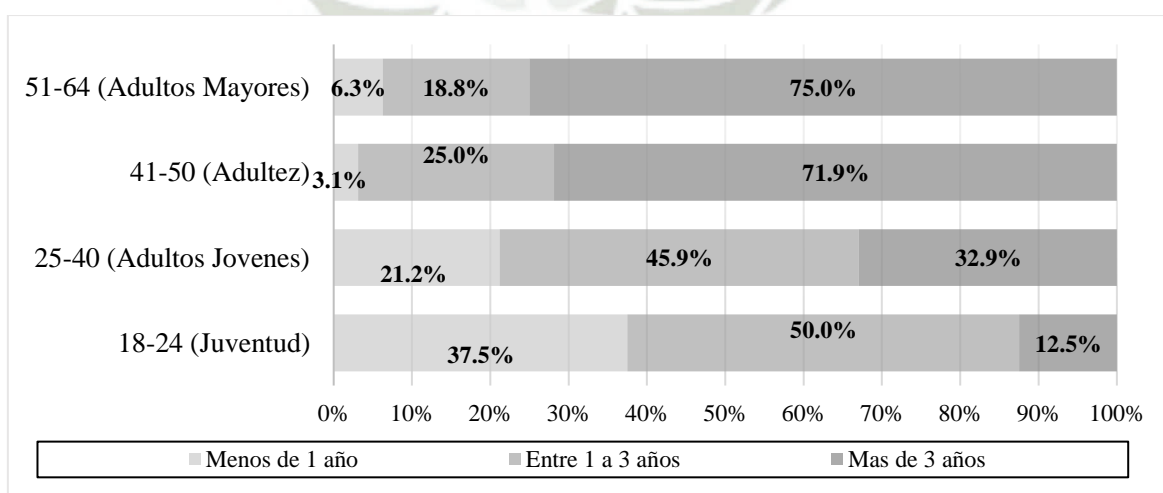


Figura 5. Distribución por grupos de edad de los empresarios según el tiempo de funcionamiento
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

Adicionalmente en la figura 6, se puede observar que dicha mayoría de empresarios adultos jóvenes tienen mayor inclinación por los negocios dedicados a la actividad de venta de regalos (58,8%), venta de accesorios de uso personal (61,5%), venta de ropa (54,9%) y venta de calzado (53,3%). De igual forma se observa una total y única tendencia de los jóvenes de 18 a 24 años, por los negocios dedicados a la actividad de venta de tecnología y electrodomésticos (30,8%) Por el contrario, se tiene un comportamiento diferente en la actividad de venta de regalos, juguetes y peluches, y venta de tecnología y electrodomésticos donde no hay presencia de adultos mayores de entre 51 a 64 años.

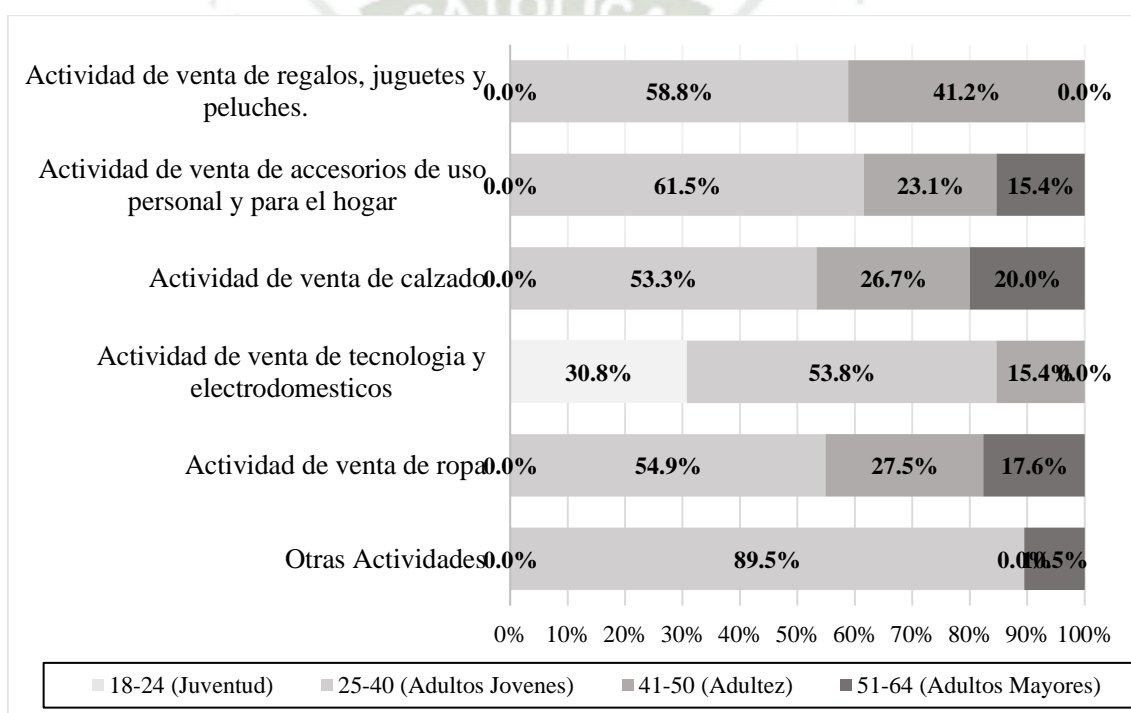


Figura 6. Rubros de negocios de las MYPES según la edad

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

A nivel de género, se observa que la mayoría de empresarios son del género femenino (60,3%). Esta predominancia, como se aprecia en la figura 4, se reduce en el caso de negocios nuevos (menos de 1 año hasta los 3 años), donde se observa la predominancia masculina.

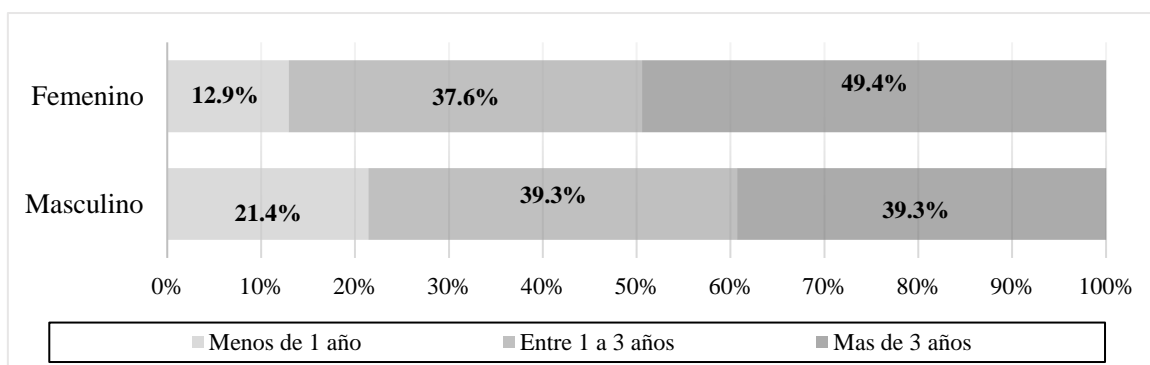


Figura 7. Distribución por genero de los empresarios según el tiempo de funcionamiento
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

Así también en la figura 8, se puede observar la predominancia del género femenino por las actividades de venta de regalos, juguetes y peluches (88,2%), otras actividades (68,4%), la actividad de venta de accesorios de uso personal (61,5%) y la actividad de venta de ropa (62,7%). No obstante, las actividades de venta de calzado y venta de tecnología y electrodomésticos (57,7%) tienden a ser más desarrollados por el género masculino 60% y 57,7% respectivamente.

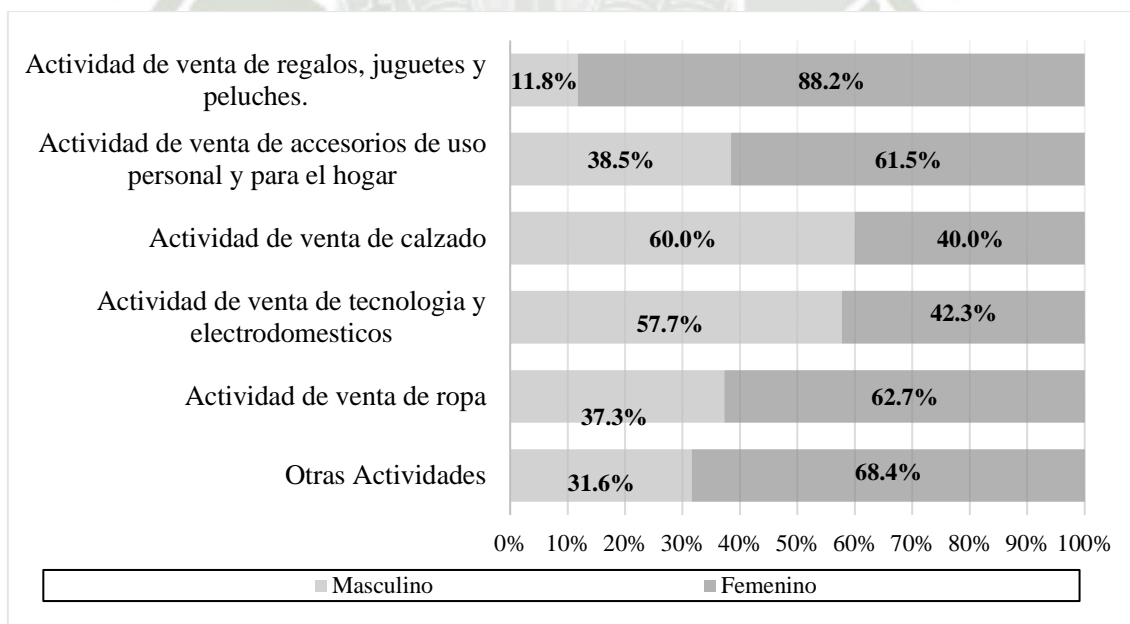


Figura 8. Rubros de negocios de las MYPES según el género
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

En cuanto al nivel educativo, se observa que la mayoría de empresarios tienen secundaria completa (62,4%), seguido de estudios superiores universitarios (29,1%). Por otro lado, los negocios nuevos con menor tiempo de funcionamiento muestran mayores niveles de educación (superior técnico y universitario) comparados con los negocios establecidos de entre 1 a 3 años y más de 3 años donde se tiene mayor presencia de empresarios con solo secundaria completa (figura 5).

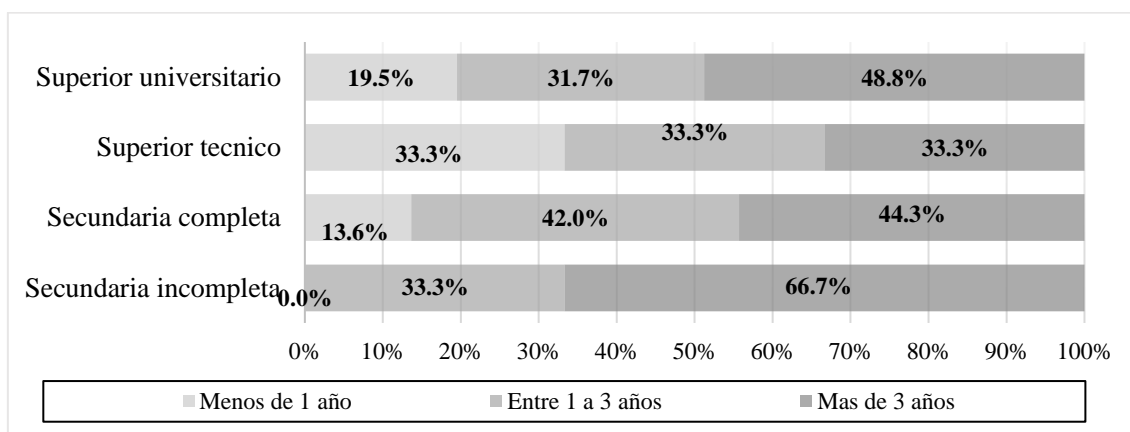


Figura 9. Nivel educativo de los empresarios según el tiempo de funcionamiento
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

Por otro lado, se observa que existe una brecha en educación a nivel de género. Así, el 30,6% de las microempresarias mujeres tienen estudios superiores universitarios, frente al 26,8% de sus pares hombres. Asimismo, se identifica la presencia en un porcentaje mínimo (3,5%) de microempresarias mujeres con menores niveles de educación (secundaria incompleta), este valor se reduce a cero en el caso de los empresarios hombres (figura 6).

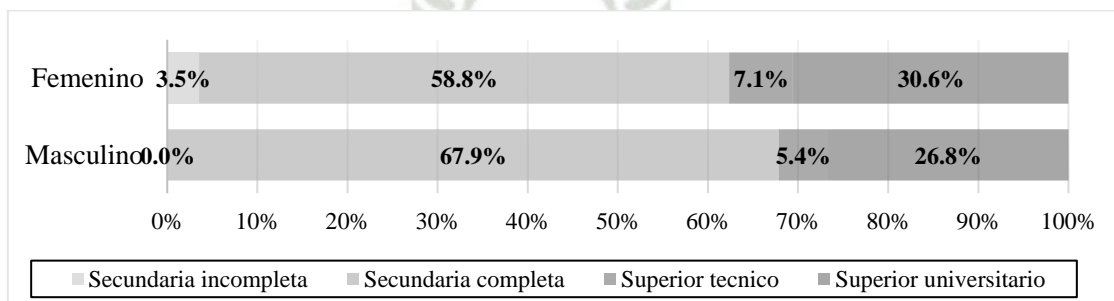


Figura 10. Nivel educativo de los empresarios según el género
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

A nivel de generación de empleo actual, se observa que la mayoría de negocios presenta entre 1 a 2 empleados (68,8%), pero a su vez la figura 7 muestra que los negocios con mayor tiempo de funcionamiento (entre 1 a 3 años y más de 3 años) suelen contar con un mayor número de empleados en comparación con aquellos negocios nuevos (menos de 1 año), esto se debería a que los primeros cuentan con mayor tiempo en el mercado. Por otro lado, también se identifica que en muy corto plazo las MYPES del centro comercial “la Barraca” están creando nuevos puestos de trabajo.

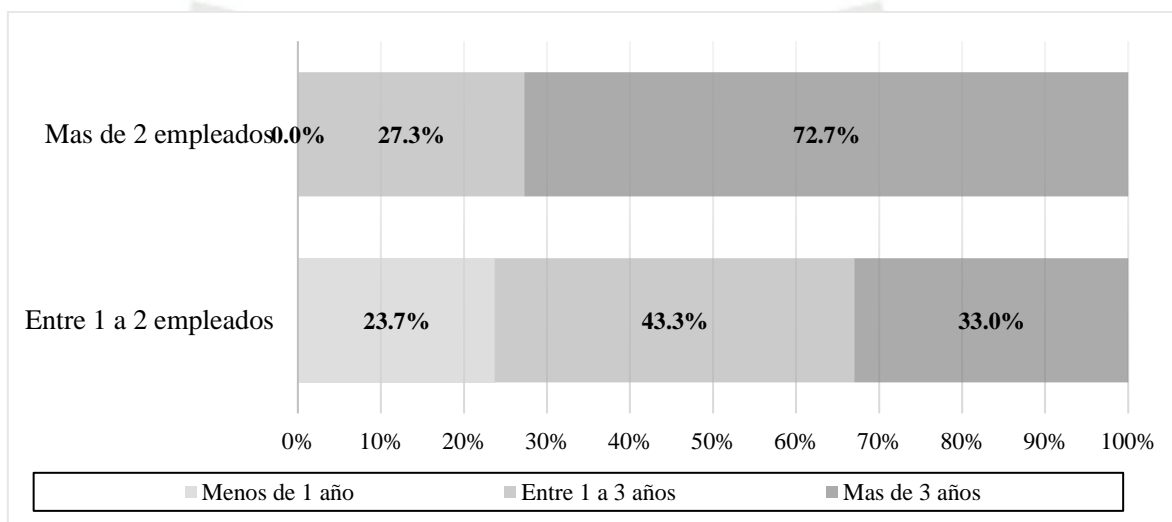


Figura 11. Número de empleados de las MYPES según el tiempo de funcionamiento
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

3.2 Resultados sobre los ítems de la variable de Factores Críticos Empresariales

Tabla 10

Distribución de los ítems del factor administrativo de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Ítem - Factores Administrativos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1.Tengo un registro detallado de lo que compro y de lo que vendo.	1	.7	10	7.1	18	12.8	77	54.6	35	24.8	141	100.0
2.Actualmente me capacito (cursos, talleres) en temas de negocios.	4	2.8	17	12.1	42	29.8	61	43.3	17	12.1	141	100.0
3. Frecuentemente utilizo las redes sociales y métodos de pago digitales.	1	.7	6	4.3	21	14.9	80	56.7	33	23.4	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

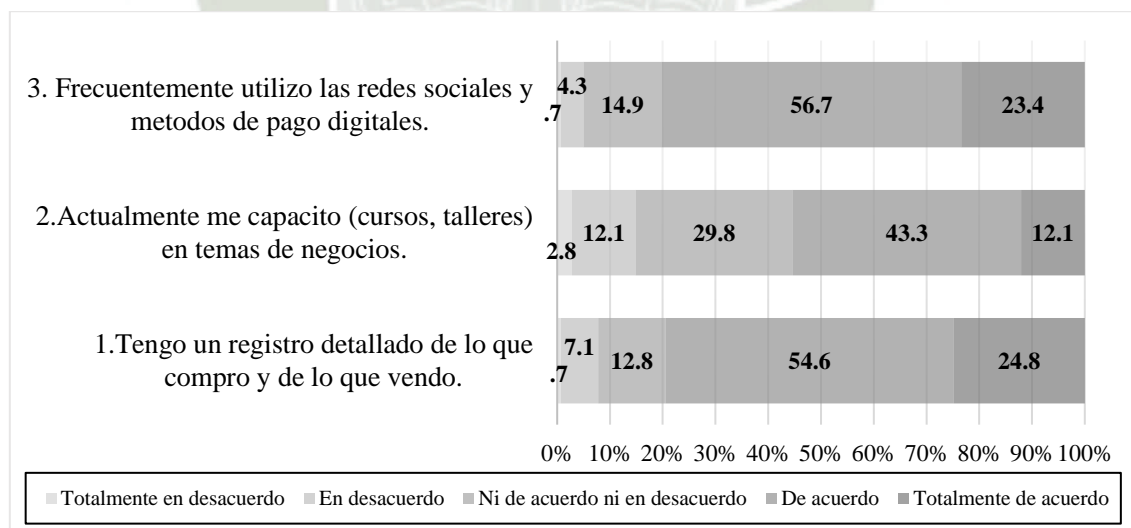


Figura 12. Distribución de los ítems del factor administrativo de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Teniendo en cuenta los objetivos específicos, los cuales buscan determinar el nivel de control de los ingresos y gastos, el grado de capacitación y la implementación de Tecnologías de la información y comunicación, en la tabla 10, de los resultados obtenidos del factor administrativo de las MYPES, vemos que el empresario presenta varios puntos de vista, de las cuales se puede destacar: En primer lugar, al ítem 3, el empresario manifestó estar de acuerdo en que frecuentemente utiliza las redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram, Tik Tok) y métodos de pago digitales (Yape y Plin) para potenciar su negocio (56.7%). En segundo lugar, ítem 1, más de la mitad de los empresarios encuestados sostuvieron estar de acuerdo en que llevan un registro manual detallado (cuaderno de registro) de lo que compran y lo que venden en sus negocios (54,6%). En tercer lugar, ítem 2, más de la tercera parte de los empresarios encuestados (43,3%) declaro estar de acuerdo en que reciben capacitación en temas de negocios actualmente, las cuales son desarrolladas por la administración del centro comercial.

Tabla 11

Distribución de los ítems del factor operativo de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”

Item - Factores Operativos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Tengo un registro de mi mercadería	1	.7	6	4.3	11	7.8	91	64.5	32	22.7	141	100.0
2. Frecuentemente otorgo descuentos a mis clientes	1	.7	4	2.8	6	4.3	92	65.2	38	27.0	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

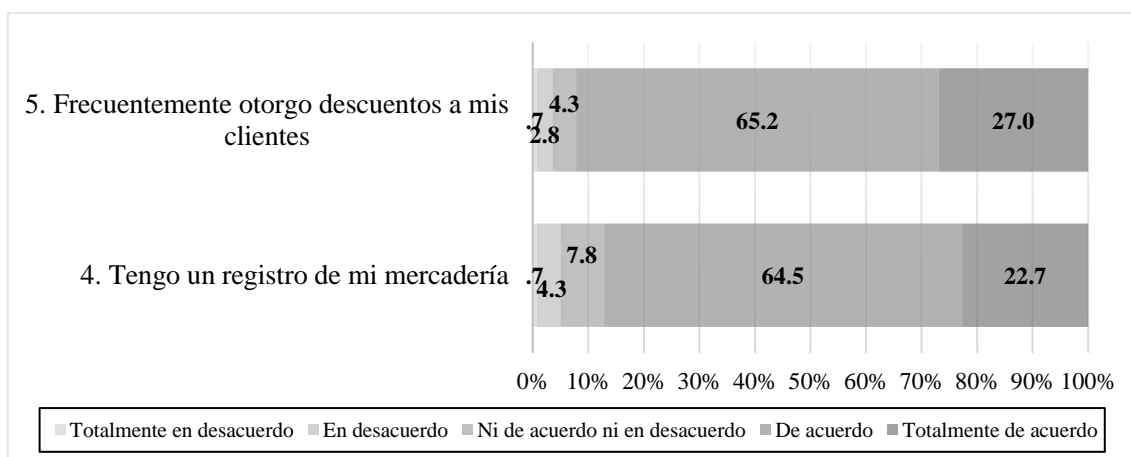


Figura 13. Distribución de los ítems del factor operativo de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Según la tabla 11, de los resultados obtenidos del factor operativo de las MYPES y cumpliendo con los objetivos de determinar el nivel de control de los inventarios y la frecuencia de entrega de descuentos, vemos que el empresario presenta varios puntos de vista, de las cuales se puede destacar: En primer lugar, al ítem 5, el empresario expreso estar de acuerdo en que frecuentemente otorga descuentos a sus clientes (65,2%). En segundo lugar, ítem 4, más de la mitad de los empresarios encuestados confirmaron que tienen un registro manual detallado (cuaderno de registro) de su mercadería (64,5%).

Tabla 12

Distribución de los ítems del factor estratégico de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”

Item - Factores Estratégicos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Considero importante saber los precios de mi competencia y qué productos nuevos estan ofreciendo.	2	1.4	18	12.8	39	27.7	74	52.5	8	5.7	141	100.0
2. Es fácil para mí obtener un préstamo bancario.	1	.7	13	9.2	68	48.2	55	39.0	4	2.8	141	100.0
3. Poseo objetivos a corto y largo plazo.	1	.7	13	9.2	50	35.5	73	51.8	4	2.8	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

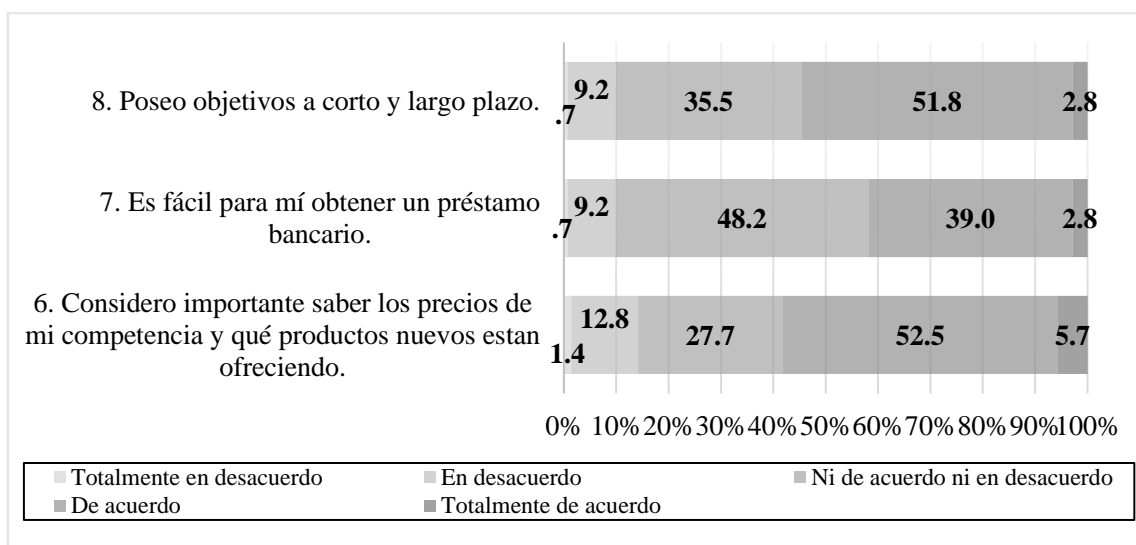


Figura 14. Distribución de los ítems del factor estratégico de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

En la tabla 12, de los resultados obtenidos del factor estratégico de las MYPES, se identificó la realización de algún tipo de planeamiento e investigación de mercado y a su vez el nivel de acceso al capital (objetivos específicos), de las cuales se puede destacar: En primer lugar, al ítem 6, el empresario considera importante saber los precios de su competencia, como así también de los nuevos productos que estos ofrecen (52,5%), este comportamiento se da por el incremento de negocios en alrededores del centro comercial. En segundo lugar, ítem 8, más de la mitad de los empresarios están de acuerdo en que poseen objetivos a corto y largo plazo (51,8%). En tercer lugar, ítem 7, el 48,2% del total de empresarios comentó que no están de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la facilidad para obtener un préstamo bancario, esto se da por malas experiencias que afectaron su historial crediticio y el tener otras opciones de fuente de financiamiento como la reinversión y el préstamo de familiares.

Tabla 13
Distribución de los ítems del factor externo de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Item - Factores Externos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Considero que tengo apoyo del estado.	43	30.5	57	40.4	30	21.3	9	6.4	2	1.4	141	100.0
2. Considero que ha disminuido mis clientes.	9	6.4	30	21.3	52	36.9	47	33.3	3	2.1	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

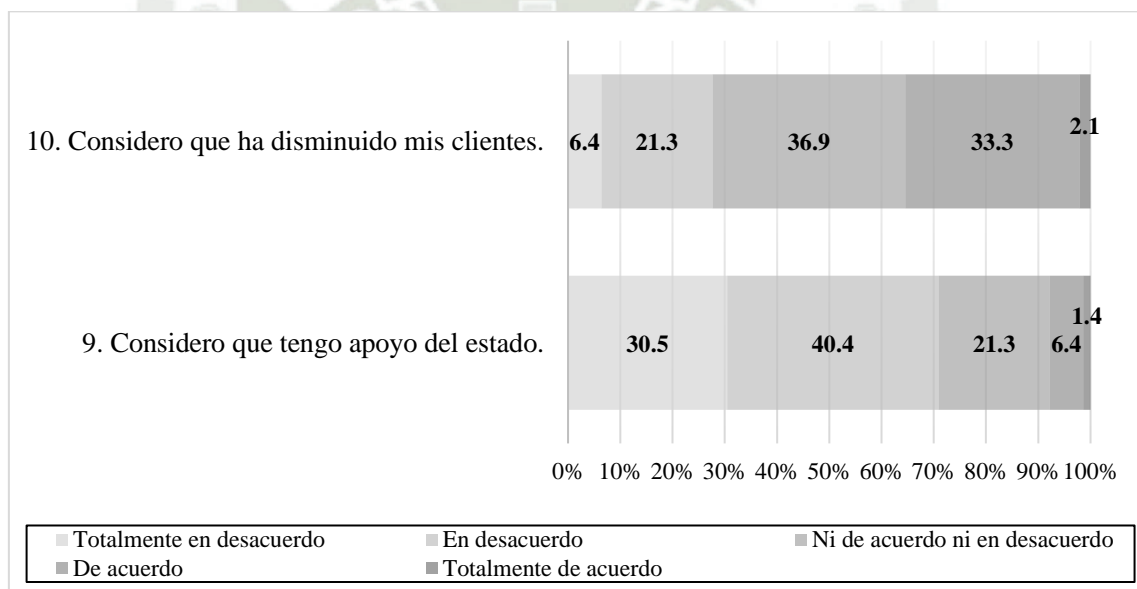


Figura 15. Distribución de los ítems del factor externo de las MYPES
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

Según la tabla 13, de los resultados obtenidos del factor externo de las MYPES del centro comercial “La Barraca”, se respondió a los objetivos específicos (determinar el impacto que genera el estado y la demanda en los empresarios), de los cuales se puede destacar, en primer lugar, al ítem 9, el empresario manifiesta estar en desacuerdo con respecto a tener el apoyo del estado (40,4%), este comportamiento se da en consecuencia por no ser parte de los beneficiarios de los bonos entregados por el gobierno, como así también el no calificar para la obtención de los préstamos FAE

MYPE. En segundo lugar, ítem 10, más de la tercera parte de los empresarios expresan estar de acuerdo con la disminución de sus clientes (33,3%), esto es debido a la fidelización de sus clientes.

Tabla 14

Distribución de los ítems del factor personal de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Item - Factores Personales	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Poseo suficiente experiencia para manejar mi negocio.	0	0.0	2	1.4	58	41.1	78	55.3	3	2.1	141	100.0
2. Poseo formación o conocimiento en gestión empresarial.	0	.0	8	5.7	54	38.3	72	51.1	7	5.0	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

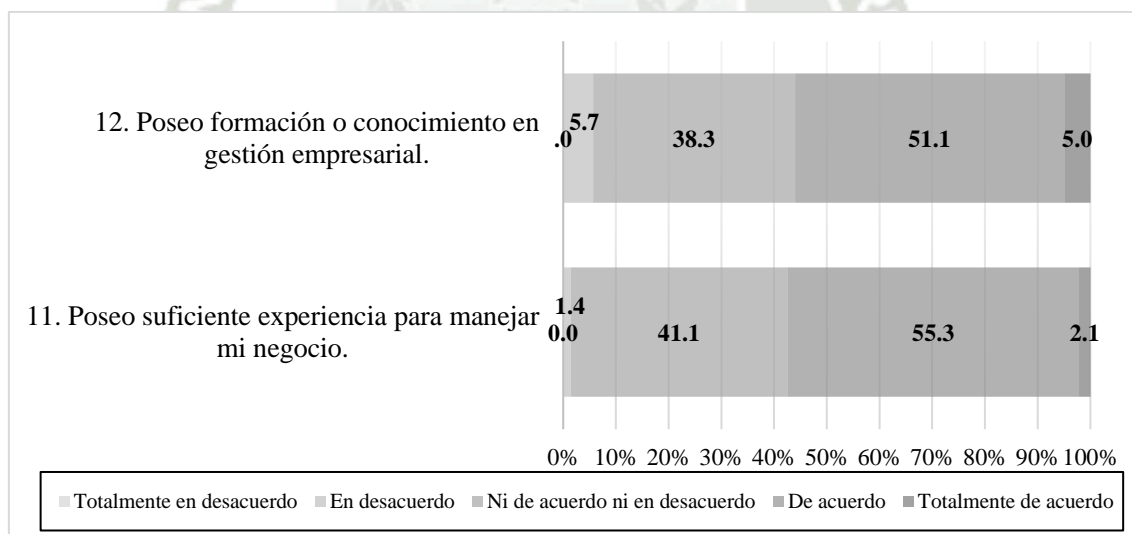


Figura 16. Distribución de los ítems del factor personal de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Teniendo en cuenta los objetivos específicos, los cuales buscan determinar el nivel de experiencia y educación de los empresarios, según la tabla 14, de los resultados obtenidos del factor personal de las MYPES, vemos que el empresario presenta varios puntos de vista, de las cuales se puede destacar: En primer lugar, al ítem 11, más de la

mitad de los empresarios encuestados afirman poseer suficiente experiencia para manejar su negocio (55,3%), esto es como resultado del tiempo que tienen administrando su negocio y por sus experiencias previas en otras actividades de negocio. En segundo lugar, ítem 12, más de la mitad de los empresarios confesaron poseer formación o conocimiento en gestión empresarial (51,1%), esto es debido a la participación en los programas de capacitación desarrollados por la administración y así también por el nivel de estudios técnico superior que tienen algunos empresarios.

3.2.1 Niveles de la variable Factores Críticos Empresariales

Tabla 15

Distribución del nivel de las dimensiones de los factores críticos de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”

Factores Críticos	Nivel	n	%
Factores Administrativos	Muy deficiente	0	.0
	Deficiente	1	.7
	Regular	17	12.1
	Bien	94	66.7
	Excelente	29	20.6
	Total	141	100.0
Factores Operativos	Muy deficiente	1	.7
	Deficiente	0	.0
	Regular	10	7.1
	Bien	76	53.9
	Excelente	54	38.3
	Total	141	100.0
Factores Estrategicos	Muy deficiente	0	.0
	Deficiente	1	.7
	Regular	40	28.4
	Bien	95	67.4
	Excelente	5	3.5
	Total	141	100.0
Factores Externos	Muy deficiente	7	5.0
	Deficiente	37	26.2
	Regular	78	55.3
	Bien	16	11.3
	Excelente	3	2.1
	Total	141	100.0

	Muy deficiente	0	0.0
	Deficiente	1	.7
	Regular	35	24.8
Factores Personales	Bien	98	69.5
	Excelente	7	5.0
	Total	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

En la tabla 15, gran parte de los empresarios encuestados según los factores críticos empresariales en su dimensión factor administrativo, presentó un nivel bueno en un 66,7 % siendo este el más representativo, seguido de un nivel excelente con un 20,6% y en menor porcentaje un nivel regular con 12,1%.

Con respecto al factor operativo ocurrió algo similar, siendo el más representativo el nivel bueno con un 53,9 %, luego en un nivel excelente con un 38,3% y en un porcentaje mínimo un nivel regular (7,1%).

A continuación, en el factor estratégico también en su mayoría presentó un nivel bueno con un 67,4%, seguido de un nivel regular con un 28,4%, sin embargo, el nivel excelente fue uno de los más bajos con 3,5%.

Por otro lado, en el factor externo se observa un comportamiento diferente, se presentó un nivel regular con un 55,3%, seguido de un nivel deficiente con un 26,6% y en menor porcentaje un nivel bueno con 11,3%.

Seguidamente, el factor personal presentó un nivel bueno que es el más representativo con un 69,5%, seguido del nivel regular con un 24,8% y por último el nivel excelente con un 5%.

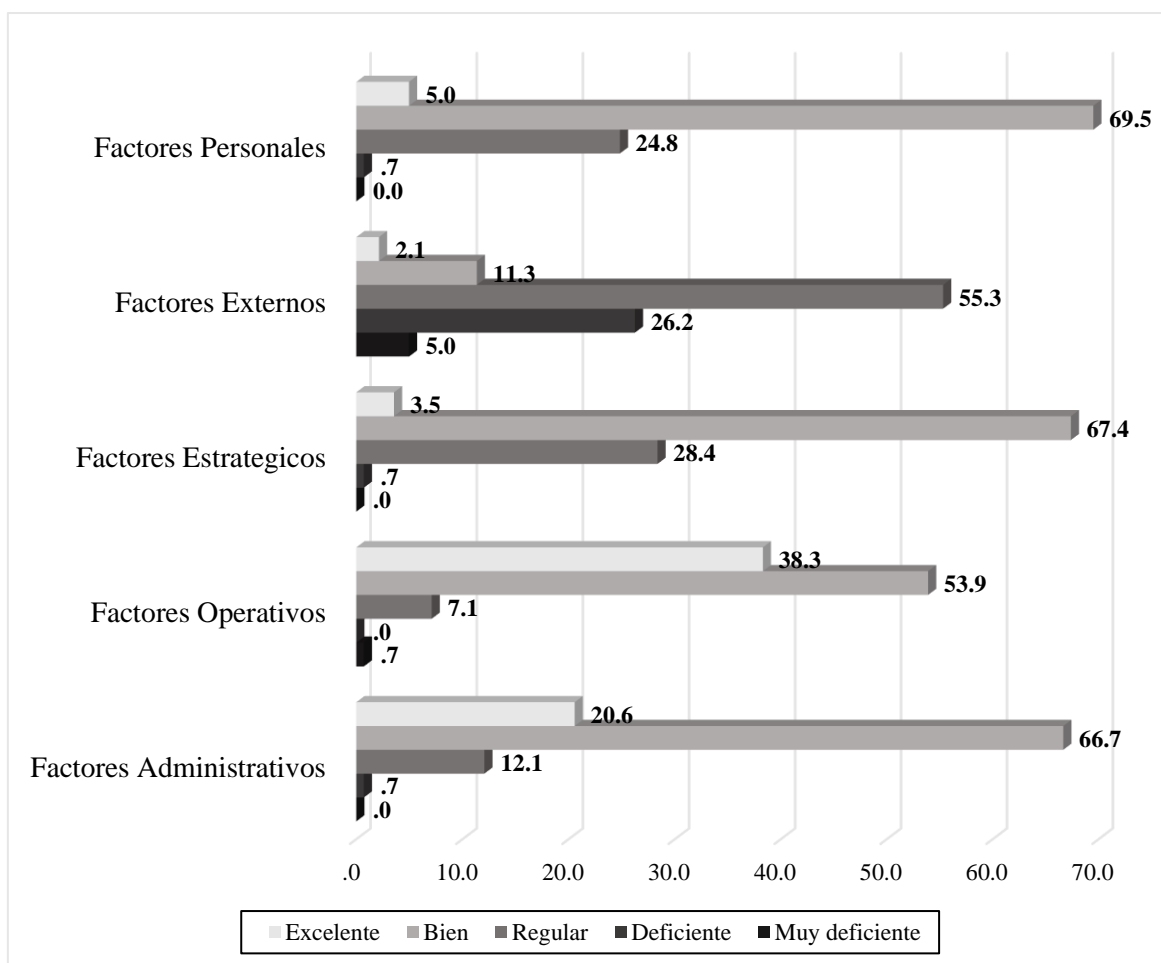


Figura 17. Distribución del nivel de los factores críticos de las MYPES
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

Tabla 16
Distribución del nivel de los factores críticos empresariales de las MYPES

Factores Críticos Empresariales	MYPES del CCT La Barraca	
	n	%
Muy Deficiente	0	0.0
Deficiente	0	0.0
Regular	11	7.8
Bien	124	87.9
Excelente	6	4.3
Total	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

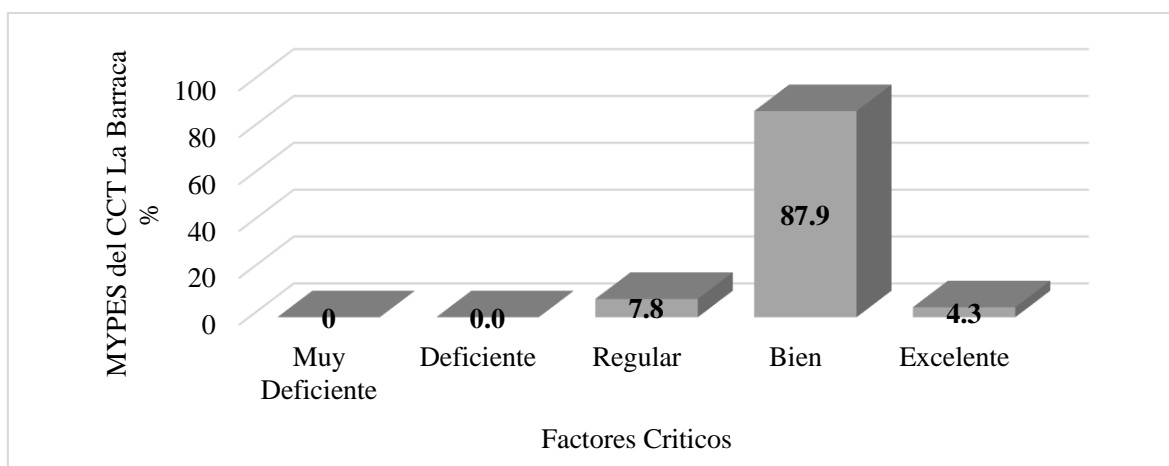


Figura 18. Distribución del nivel de los factores críticos de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

En la figura 18 y tabla 16, según los factores críticos empresariales, los empresarios encuestados presentaron en su gran mayoría un nivel bueno con un 87,9%, seguido de un nivel regular con 7,8%, en menor porcentaje un nivel excelente con 4,3% y por último un nivel deficiente y muy deficiente nulo con 0%.

3.3 Resultados sobre los ítems de la variable Consolidación Empresarial

Tabla 17

Distribución de los ítems del crecimiento económico de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”

Item - Crecimiento Económico	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Considero que mis ventas se han incrementado a comparación del primer año de inicio empresarial.	5	3.5	45	31.9	53	37.6	30	21.3	8	5.7	141	100.0
2. Reinvierto la mayor parte de mis ganancias en el crecimiento de mi negocio.	0	.0	8	5.7	40	28.4	76	53.9	17	12.1	141	100.0
3. Uso frecuentemente prestamos.	0	.0	21	14.9	61	43.3	57	40.4	2	1.4	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

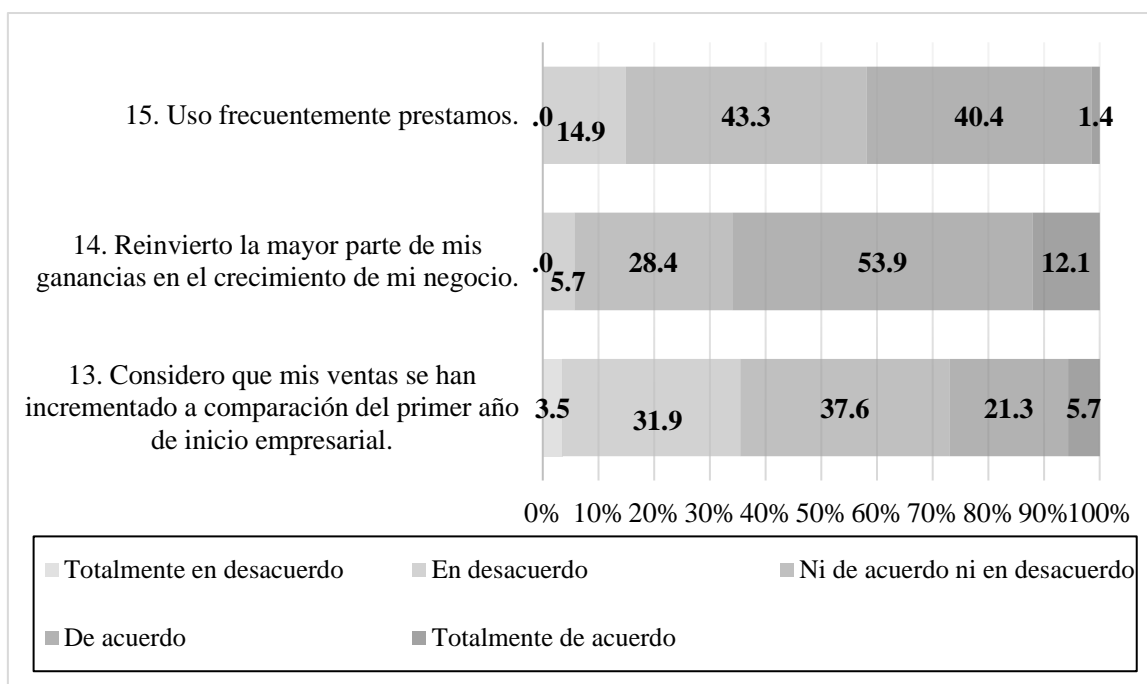


Figura 19. Distribución de los ítems del crecimiento económico de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Según la tabla 17, donde se cumple con los objetivos específicos de identificar el nivel de incremento de ingresos, el grado de reinversión y el apalancamiento de los empresarios de los resultados obtenidos de la dimensión crecimiento económico de las MYPES, observamos que el empresario opina lo siguiente: En primer lugar, al ítem 14, el empresario menciona estar de acuerdo en que reinvierte la mayor parte de sus ganancias en el crecimiento de su negocio (53,9%). En segundo lugar, ítem 15, donde gran parte de los empresarios encuestados mencionan estar de acuerdo en que usan frecuentemente préstamos (40.4%). En tercer lugar, ítem 13, más de la tercera parte considera que no están de acuerdo ni en desacuerdo que se hayan incrementado sus ventas en comparación del primer año de inicio empresarial (37,6%).

Tabla 18
Distribución de los ítems de perspectivas de crecimiento de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Item - Perspectivas de Crecimiento	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1. Considero que estoy cumpliendo mis objetivos propuestos.	1	.7	17	12.1	57	40.4	60	42.6	6	4.3	141	100.0
2. Considero que en un futuro necesitare más personal para mi negocio.	1	.7	32	22.7	41	29.1	63	44.7	4	2.8	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

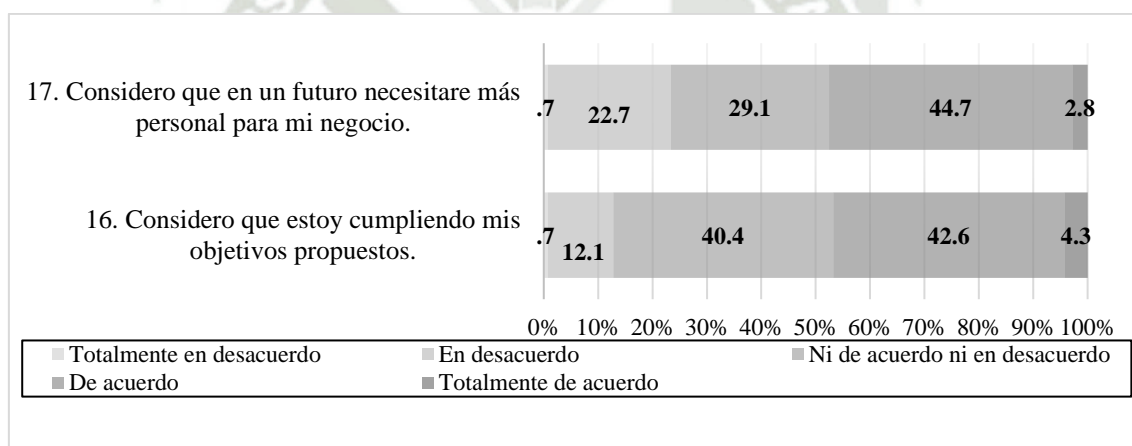


Figura 20. Distribución de los ítems de perspectivas de crecimiento de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Teniendo en cuenta los objetivos específicos de determinar el nivel de cumplimiento de objetivos y de creación de trabajo, según la tabla 18, de los resultados obtenidos de la dimensión perspectivas de crecimiento de las MYPES del centro comercial “La Barraca” observamos que el empresario opina lo siguiente: En primer lugar, al ítem 17, el 44,7% de los empresarios encuestados considera estar de acuerdo en que en un futuro necesitaran más personal para sus negocios. En segundo lugar, ítem 16, menos de la mitad de los empresarios consideran estar de acuerdo en que cumplen sus objetivos propuestos (42,6%).

3.3.1 Niveles de la variable Consolidación Empresarial

Tabla 19

Distribución del nivel de las dimensiones de la consolidación empresarial de las MYPES del centro comercial tradicional “La Barraca”

Factores Críticos	Nivel	n	%
Crecimiento Economico	Muy deficiente	0	.0
	Deficiente	3	2.1
	Regular	56	39.7
	Bien	71	50.4
	Excelente	11	7.8
	Total	141	100.0
Perspectivas de Crecimiento	Muy deficiente	0	.0
	Deficiente	9	6.4
	Regular	54	38.3
	Bien	71	50.4
	Excelente	7	5.0
	Total	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

En la tabla 19 y figura 17, la gran mayoría de los empresarios encuestados según la variable consolidación empresarial, podemos observar que en la dimensión crecimiento económico presentó un nivel bueno con un 50,4 % siendo este el más representativo, seguido de un nivel regular con un 39,7 % y en menor porcentaje un nivel excelente con 7,80 %.

Por otro lado, observamos también que en la dimensión Perspectivas de crecimiento se presentó en su mayoría un nivel bueno con un 50.40%, seguido de un nivel regular con un 38,3%, y en un porcentaje mínimo un nivel deficiente con 6,4%.

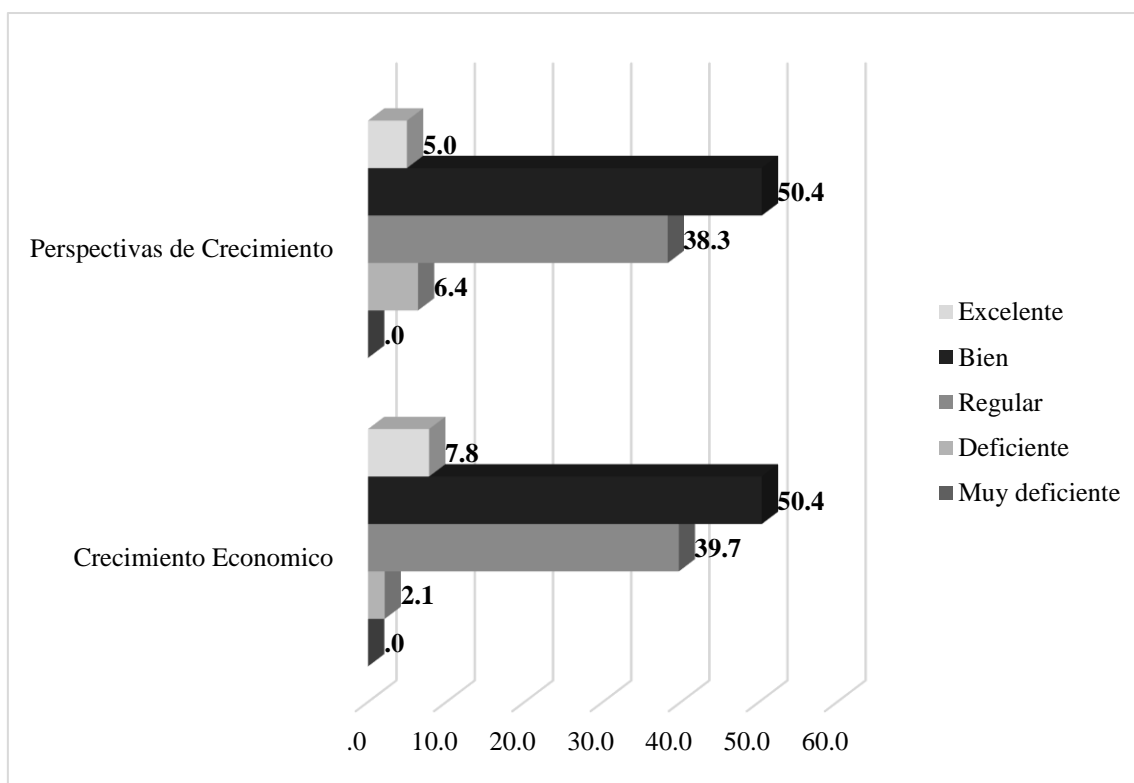


Figura 21. Distribución del nivel de la consolidación empresarial de las MYPES
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

Tabla 20
Distribución del nivel de la variable consolidación empresarial de las MYPES

Consolidación Empresarial	MYPES del CCT La Barraca	
	n	%
Muy Deficiente	0	0.0
Deficiente	2	1.4
Regular	44	31.2
Bien	89	63.1
Excelente	6	4.3
Total	141	100.0

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

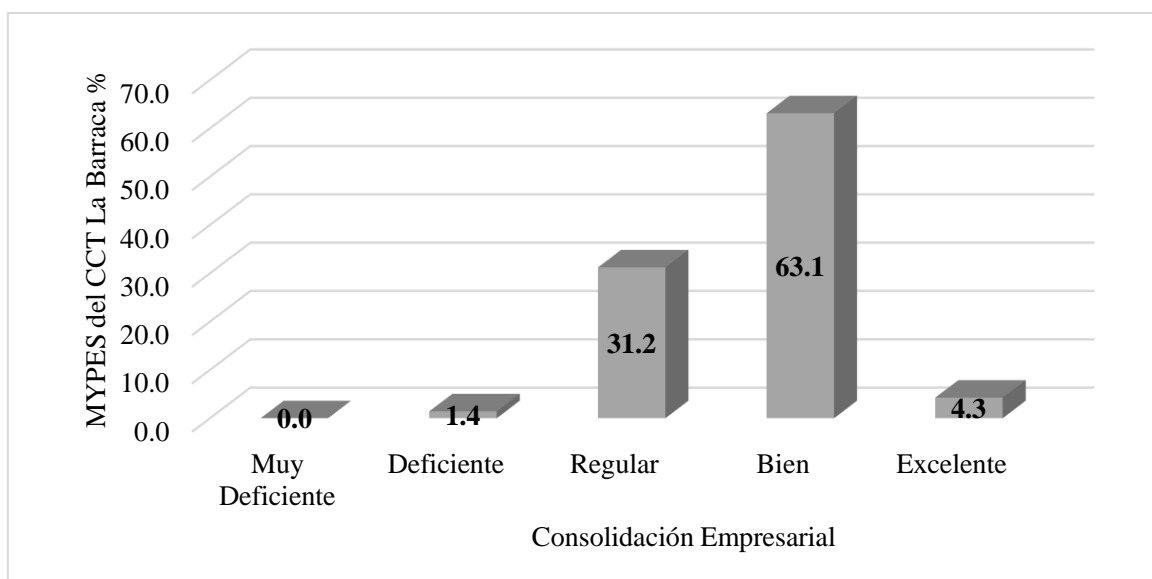


Figura 22. Distribución del nivel de la variable consolidación empresarial de las MYPES
Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
Elaboración: Propia

En la tabla 20 y figura 18, según la consolidación empresarial, los empresarios encuestados presentaron un nivel bueno siendo el más representativo con 63,1%, seguido de un nivel regular con un 31,2%, en menor porcentaje un nivel excelente y un nivel deficiente con 4,3% y 1,4% respectivamente y finalmente un nivel muy deficiente nulo con 0%.

3.4 Distribución del nivel de las variables Factores Críticos Empresariales y Consolidación Empresarial

Tabla 21

Distribución del nivel de la variable factores críticos empresariales y consolidación empresarial

Factores Críticos	Consolidación Empresarial											
	Muy Deficiente		Deficiente		Regular		Bien		Excelente		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Muy Deficiente	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Regular	0	0.0%	0	0.0%	10	7.1%	1	0.7%	0	0.0%	11	7.8%
Bien	0	0.0%	2	1.4%	33	23.4%	86	61.0%	3	2.1%	124	87.9%
Excelente	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	2	1.4%	3	2.1%	6	4.3%
Total	0	0.0%	2	1.4%	44	31.2%	89	63.1%	6	4.3%	141	100.0%

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

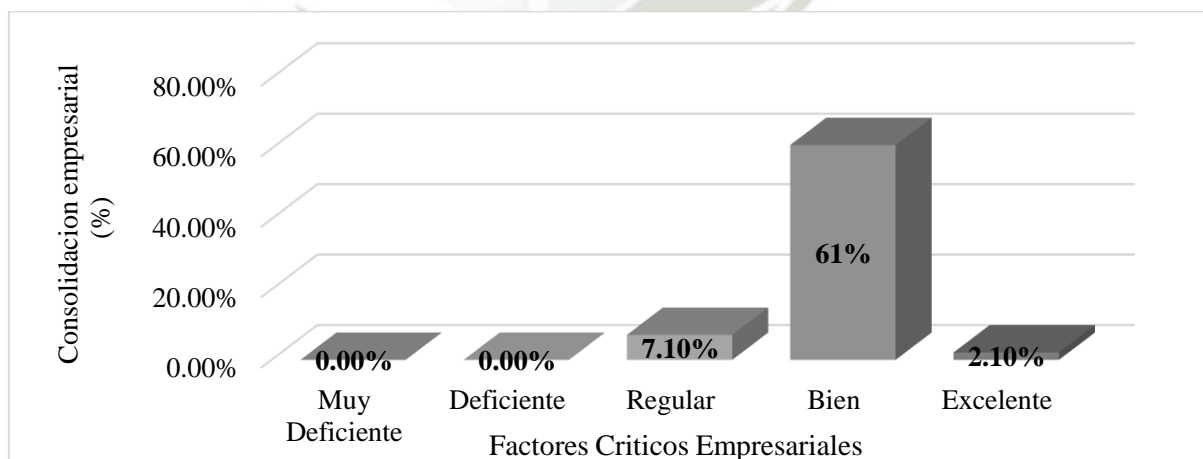


Figura 23. Distribución del nivel de la variable factores críticos y consolidación empresarial de las MYPES

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

En la tabla 21, se observa que existe una relación importante entre los factores críticos empresariales focalizados en la consolidación empresarial, obteniendo como resultado que el 61% de empresarios manifieste un nivel bueno en ambas variables, el 7,1% registro un nivel regular, el 2,1% un nivel excelente y por último se observa que ningún empresario muestre un nivel deficiente y muy deficiente en los factores críticos empresariales y que en relación a esta cifra los empresarios manifiesten el mismo nivel en su consolidación empresarial.

3.5 Demostración de la hipótesis

La comprobación de hipótesis se realizó mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman, el cual cumple con los supuestos de normalidad de nuestros datos y a partir de esta prueba estadística encontrar si existe relación significativa, a un nivel de 95% de confianza.

3.5.1 Comprobación de Hipótesis General

Formulación de Hipótesis General

Ho: Los factores críticos empresariales no tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Hi: Los factores críticos empresariales tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Tabla 22
Análisis de correlación Rho de Spearman de los Factores Críticos empresariales y consolidación empresarial.

		Factores Críticos		Consolidación empresarial
Rho de Spearman	Factores Críticos	Coeficiente de correlación	1.000	,416**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	141	141
Rho de Spearman	Consolidación empresarial	Coeficiente de correlación	,416**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	141	141

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

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Criterios de decisión

Ho: ($p \geq .05$) → No se rechaza la Ho

H1: ($p < .05$) → Rechazo la Ho

$P = 2,8189E-07 \rightarrow P < .05$ (por lo tanto, se rechaza la Ho)

Tabla 23

Interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mónica A. Mondragón Barrera, basado en Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. P. (2014)

Los resultados obtenidos muestran que el valor p (2,8189E-07) es menor que el nivel de significancia (.05) por lo tanto, se rechaza la Ho y se concluye que los factores críticos empresariales si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”. Asimismo, se observa que las variables presentan un grado de asociación directa de $\rho = .416$, donde según los criterios de interpretación (tabla 23) se establece que existe una correlación positiva media.

3.5.2 Comprobación de Hipótesis Específica

Formulación de Hipótesis Específica de la dimensión factores administrativos

Ho: Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores administrativos no tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Hi: Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores administrativos tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Tabla 24
Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores administrativos y consolidación empresarial.

		Factores Administrativos	Consolidación empresarial
Rho de Spearman	Factores Administrativos		
	Coeficiente de correlación	1.000	,211*
	Sig. (bilateral)	.	.012
	N	141	141
	Consolidación empresarial		
	Coeficiente de correlación	,211*	1.000
	Sig. (bilateral)	.012	.
	N	141	141

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Criterios de decisión

Ho: ($p \geq .05$) → No se rechaza la Ho

H1: ($p < .05$) → Rechazo la Ho

P= .0121 → $P < .05$ (por lo tanto, se rechaza la Ho)

Los resultados obtenidos muestran que el valor p (.0121) es menor que el nivel de significancia (.05) por lo tanto, se rechaza la Ho y se concluye que los factores críticos empresariales en su dimensión factores administrativos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”. Asimismo, se observa que las variables presentan un grado de asociación directa de rho= .211, donde según los criterios de interpretación (tabla 23) se establece que existe una correlación positiva media.

Formulación de Hipótesis Específica de la dimensión factores operativos

Ho: Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores operativos no tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Hi: Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores operativos tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Tabla 25

Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores operativos y consolidación empresarial.

		Factores Operativos	Consolidación empresarial
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	,221**
	Sig. (bilateral)	.	.008
	N	141	141
	Coefficiente de correlación	,221**	1.000
	Sig. (bilateral)	.008	.
	N	141	141

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

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Criterios de decisión

Ho: ($p \geq .05$) → No se rechaza la Ho

H1: ($p < .05$) → Rechazo la Ho

$P = .0084 \rightarrow P < .05$ (por lo tanto, se rechaza la Ho)

Los resultados obtenidos muestran que el valor p (.0084) es menor que el nivel de significancia (.05) por lo tanto, se rechaza la Ho y se concluye que los factores críticos empresariales en su dimensión factores operativos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Asimismo, se observa que las variables presentan un grado de asociación directa de $\rho = .221$, donde según los criterios de interpretación (tabla 23) se establece que existe una correlación positiva media.

Formulación de Hipótesis Específica de la dimensión factores estratégicos

Ho: Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores estratégicos no tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Hi: Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores estratégicos tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Tabla 26

Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores estratégicos y consolidación empresarial.

		Factores Estratégicos	Consolidación empresarial
Factores Estratégicos	Coefficiente de correlación	1.000	,291**
	Sig. (bilateral)	.	.000
Rho de Spearman	N	141	141
	Coefficiente de correlación	,291**	1.000
Consolidación empresarial	Sig. (bilateral)	.000	.
	N	141	141

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

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Criterios de decisión

Ho: ($p \geq .05$) → No se rechaza la Ho

H1: ($p < .05$) → Rechazo la Ho

$P = .0004 \rightarrow P < .05$ (por lo tanto, se rechaza la Ho)

Los resultados obtenidos muestran que el valor p (.0004) es menor que el nivel de significancia (.05) por lo tanto, se rechaza la H_0 y se concluye que los factores críticos empresariales en su dimensión factores estratégicos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”. Asimismo, se observa que las variables presentan un grado de asociación directa de $\rho = .291$, donde según los criterios de interpretación (tabla 23) se establece que existe una correlación positiva media.

Formulación de Hipótesis Especifica de la dimensión factores externos

H_0 : Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores externos no tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

H_1 : Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores externos tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Tabla 27

Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores externos y consolidación empresarial.

		Factores Externos	Consolidación empresarial
Rho de Spearman	Factores Externos	1.000	,238**
		Coeficiente de correlación	
		Sig. (bilateral)	.004
		N	141
	Consolidación empresarial	,238**	1.000
		Coeficiente de correlación	
	Sig. (bilateral)	.004	.
	N	141	141

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

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Criterios de decisión

H_0 : ($p \geq .05$) → No se rechaza la H_0

H_1 : ($p < .05$) → Rechazo la H_0

$P = .0044 \rightarrow P < .05$ (por lo tanto, se rechaza la H_0)

Los resultados obtenidos muestran que el valor p (.0044) es menor que el nivel de significancia (.05) por lo tanto, se rechaza la H_0 y se concluye que los factores críticos empresariales en su dimensión factores externos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”. Asimismo, se observa que las variables presentan un grado de asociación directa de $\rho = .238$, donde según los criterios de interpretación (tabla 23) se establece que existe una correlación positiva media.

Formulación de Hipótesis Específica de la dimensión factores personales

H_0 : Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores personales no tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

H_1 : Los factores críticos empresariales en su dimensión de factores personales tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

Tabla 28
Análisis de correlación Rho de Spearman de la dimensión factores personales y consolidación empresarial.

		Factores Personales	Consolidación empresarial
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1.000
	Factores Personales	Sig. (bilateral)	.011
		N	141
	Consolidación empresarial	Sig. (bilateral)	.011
		N	141
		Coeficiente de correlación	.213*

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

Criterios de decisión

Ho: ($p \geq .05$) → No se rechaza la Ho

H1: ($p < .05$) → Rechazo la Ho

P= .0112 → P < .05 (por lo tanto, se rechaza la Ho)

Los resultados obtenidos muestran que el valor p (.0112) es menor que el nivel de significancia (.05) por lo tanto, se rechaza la Ho y se concluye que los factores críticos empresariales en su dimensión factores externos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”. Asimismo, se observa que las variables presentan un grado de asociación directa de rho= .213, donde según los criterios de interpretación (tabla 23) se establece que existe una correlación positiva media.

3.6 Resultados del nivel de correlación de las variables Factores Críticos empresariales y la Consolidación empresarial según el rubro del negocio.

Tabla 29
Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de ropa.

		Consolidación Empresarial	
Rho de Spearman	Factores Administrativos	Coefficiente de correlación	.022
		Sig. (bilateral)	.877
		N	51
	Factores Operativos	Coefficiente de correlación	,285*
		Sig. (bilateral)	.043
		N	51
	Factores Estratégicos	Coefficiente de correlación	,282*
		Sig. (bilateral)	.045
		N	51
	Factores Externos	Coefficiente de correlación	.118
		Sig. (bilateral)	.410
		N	51
	Factores Personales	Coefficiente de correlación	,400**
		Sig. (bilateral)	.004
		N	51

Consolidación Empresarial	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	
	N	51

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).
 **. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).
 Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”
 Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que las variables Factores personales ($\rho = .400$), seguido de los Factores Operativos ($\rho = .285$) y los Factores Estratégicos ($\rho = .282$) son los Factores Críticos Empresariales que tienen mayor nivel de influencia en la consolidación empresarial de los negocios del rubro de venta de ropa.

Tabla 30
Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de tecnología e electrodomésticos.

		Consolidación Empresarial
Rho de Spearman	Factores Administrativos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		.482* .013 26
	Factores Operativos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		0.206418203 .312 26
	Factores Estratégicos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		.344 .086 26
	Factores Externos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		.338 .091 26
	Factores Personales	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		.040 .845 26

Consolidación Empresarial	Coeficiente de correlación	1.000
	Sig. (bilateral)	
	N	26

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que la variable Factores Administrativos ($\rho = .482$) es el Factor Crítico Empresarial que tienen mayor nivel de influencia en la consolidación empresarial de los negocios del rubro de venta de tecnología y electrodomésticos.

Tabla 31

Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de calzado.

		Consolidación Empresarial
Rho de Spearman	Factores Administrativos	.547*
		.035
		15
	Factores Operativos	0.126186867
		.654
		15
	Factores Estratégicos	.550*
		.034
		15
	Factores Externos	.421
	.119	
	15	
Factores Personales	.526*	
	.044	
	15	
Consolidación Empresarial	1.000	
	15	

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que las variables Factores Estratégicos ($\rho = .550$), seguido de los Factores Administrativos ($\rho = .547$) y los Factores Personales ($\rho = .526$) son los Factores Críticos Empresariales que tienen mayor nivel de influencia en la consolidación empresarial de los negocios del rubro de venta de calzado.

Tabla 32

Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de regalos, juguetes y peluches.

		Consolidación Empresarial
Rho de Spearman	Factores Administrativos	.143
		Sig. (bilateral)
		.583
		N
		17
	Factores Operativos	0.275691848
		Sig. (bilateral)
		.284
		N
		17
	Factores Estratégicos	.424
		Sig. (bilateral)
	.089	
	N	
	17	
Factores Externos	.443	
	Sig. (bilateral)	
	.075	
	N	
	17	
Factores Personales	.589*	
	Sig. (bilateral)	
	.013	
	N	
	17	
Consolidación Empresarial	1.000	
	Sig. (bilateral)	
	N	
	17	

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que la variable Factores Personales ($\rho = .589$) es el Factor Crítico Empresarial que tienen mayor nivel

de influencia en la consolidación empresarial de los negocios del rubro de venta de regalos, juguetes y peluches.

Tabla 33

Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de otras actividades.

		Consolidación Empresarial
Rho de Spearman	Factores Administrativos	-0.042
		Sig. (bilateral)
		.866
		N
		19
	Factores Operativos	.508*
		Sig. (bilateral)
		.027
		N
		19
Factores Estratégicos	.328	
	Sig. (bilateral)	
	.170	
	N	
	19	
Factores Externos	.040	
	Sig. (bilateral)	
	.870	
	N	
	19	
Factores Personales	.045	
	Sig. (bilateral)	
	.854	
	N	
	19	
Consolidación Empresarial	1.000	
	Sig. (bilateral)	
	N	
	19	

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que la variable Factores Operativos (rho= .508) es el Factor Crítico Empresarial que tienen mayor nivel e influencia en la consolidación empresarial de los negocios del rubro de otras actividades¹.

¹ Negocios de venta de bicicletas, coches, comida, abarrotes y accesorios de mascotas.

Tabla 34

Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial según el rubro de negocio de venta de accesorios de uso personal y para el hogar.

		Consolidación Empresarial
Rho de Spearman	Factores Administrativos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		-.080 .794 13
	Factores Operativos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		0.082701605 .788 13
	Factores Estratégicos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		-.077 .802 13
	Factores Externos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		.217 .476 13
	Factores Personales	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		-.335 .263 13
	Consolidación Empresarial	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N
		1.000 13

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que ninguno de los Factores Críticos Empresariales tiene una influencia significativa en la consolidación empresarial de los negocios del rubro de venta de accesorios de uso personal y para el hogar.

3.7 Resultados del nivel de correlación de las variables Factores Críticos empresariales y la Consolidación empresarial según el nivel de educación.

Tabla 35

Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial de los empresarios con un nivel educativo de secundaria completa.

		Consolidación Empresarial
Rho de Spearman	Factores Administrativos	.165
		Sig. (bilateral)
		N
	Factores Operativos	0.167051481
		Sig. (bilateral)
		N
	Factores Estratégicos	.259*
		Sig. (bilateral)
		N
	Factores Externos	.149
		Sig. (bilateral)
		N
	Factores Personales	.182
		Sig. (bilateral)
		N
Consolidación Empresarial	1.000	
	Sig. (bilateral)	
	N	

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que la variable Factores Estratégicos ($\rho = .259$) es el Factor Crítico Empresarial que tienen mayor nivel de influencia en la consolidación empresarial de los empresarios con un nivel educativo de secundaria completa.

Tabla 36

Análisis de correlación Rho de Spearman de las variables Factores Críticos Empresariales y consolidación empresarial de los empresarios con un nivel educativo de educación superior.

		Consolidación Empresarial	
Rho de Spearman	Factores	.265	
	Administrativos	.063	
		N	50
	Factores	.337*	
	Operativos	.017	
		N	50
	Factores	.324*	
	Estratégicos	.022	
		N	50
	Factores Externos	.455**	
		.001	
		N	50
	Factores Personales	.274	
		.054	
	N	50	
Consolidación Empresarial	1.000		
	Sig. (bilateral)		
	N	50	

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Cuestionario de factores empresariales que influyen en la consolidación de las MYPES del centro comercial “La Barraca”

Elaboración: Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos de la correlación entre las variables de estudio, considerando un nivel de significancia menor a (.05), se observa que las variables Factores Externos (rho= .455), seguido de los Factores Estratégicos (rho= .337) y los Factores Operativos (rho= .324) son los Factores Críticos Empresariales que tienen mayor nivel de influencia en la consolidación empresarial de los empresarios con un nivel educativo de educación superior.

CONCLUSIONES

1. En la presente investigación se determinó que existe una relación buena entre los factores críticos empresariales y la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial “la Barraca”, debido a que en el estudio se evidencia que cuando las MYPES presentan un nivel bueno de los factores críticos empresariales existe una buena consolidación empresarial y viceversa, este grado de asociación es válido ya que es significativo ($P < .05$) y tiene una correlación positiva media de $\rho = .416$, por lo tanto se confirma que los factores críticos empresariales de las micro y pequeñas empresas que pueden ser factores administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales influyen de manera directa con la consolidación empresarial de las micro y pequeñas empresas del centro comercial “la Barraca”, llegando así a comprobar la hipótesis planteada.
2. Se determinó el nivel de control de los ingresos y gastos, identificando que más de la mitad de los empresarios encuestados sostuvieron estar de acuerdo en que llevan un registro manual detallado de lo que compran y lo que venden en sus negocios (54,6%), así también, se determinó el grado de capacitación e implementación de Tecnologías de la información y comunicación, sosteniendo que más de la tercera parte de los empresarios encuestados declaro estar de acuerdo en que se capaciten en temas de negocios actualmente (43,3%).y a su vez manifestaron estar de acuerdo en que frecuentemente utilizan las redes sociales y métodos de pago digitales para potenciar su negocio (56.7%), observando así, que los factores críticos empresariales en su dimensión factores administrativos, presenten en su mayoría un nivel bueno (66,7 %). Concluyendo así, que dado un valor $P < .05$ y una correlación positiva media $\rho = .211$, los factores críticos empresariales en su dimensión factores administrativos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.
3. Se identificó el nivel de control de los inventarios, determinando que más de la mitad de los empresarios encuestados confirmaron que tienen un registro detallado de su mercadería (64,5%). De igual forma, se identificó la frecuencia de la entrega de descuentos, obteniendo que el empresario expreso estar de acuerdo en que

frecuentemente otorga descuentos a sus clientes (65,2%), teniendo como resultado, que los factores críticos empresariales en su dimensión factores operativos presenten en su mayoría un nivel bueno (53,9%). Por consiguiente, se concluye que dado un valor $P < .05$ y una correlación positiva media $\rho = .221$, los factores críticos empresariales en su dimensión factores operativos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

4. Se identificó la realización de algún tipo de planeamiento e investigación de mercado, obteniendo que el empresario considera importante saber los precios de su competencia, como así también los nuevos productos que estos ofrecen (52,5%) y a su vez manifestaron más de la mitad de los empresarios estar de acuerdo en que poseen objetivos a corto y largo plazo (51,8%). Asimismo, se identificó el nivel de acceso al capital, sosteniendo que el 48,2% del total de empresarios comentaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la facilidad para obtener un préstamo bancario, teniendo, así como resultado, que los factores críticos empresariales en su dimensión factores estratégicos en su mayoría también presenten un nivel bueno con un 67,4%. Por tanto, se concluye que dado un valor $P < .05$ y una correlación positiva media $\rho = .291$, los factores críticos empresariales en su dimensión factores estratégicos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.
5. Se determino el impacto que genera el estado en las MYPES, identificando que el empresario manifestó estar en desacuerdo con respecto a tener apoyo del estado (40,4%). Paralelamente también se identificó el impacto que genera la demanda en las MYPES, obteniendo que más de la tercera parte de los empresarios expresaron estar de acuerdo con la disminución de sus clientes (33,3%),., teniendo como consecuencia, que los factores críticos empresariales en su dimensión factores externos presenten un nivel regular con un 55,3%. Por lo cual, se concluye que dado un valor $P < .05$ y una correlación positiva media $\rho = .238$, los factores críticos empresariales en su dimensión factores externos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.

6. Se determino el nivel de experiencia de los empresarios, obteniendo que más de la mitad de los empresarios encuestados afirman poseer suficiente experiencia para manejar su negocio (55,3%). Igualmente, se identificó el nivel de educación de los empresarios, observando que más de la mitad de los empresarios mencionaron poseer formación o conocimiento en gestión empresarial (51,1%), teniendo como consecuencia, que los factores críticos empresariales en su dimensión factores personales presenten un nivel bueno con un 69,5%. Por consiguiente, se llega a la conclusión que dado un valor $P < .05$ y una correlación positiva media $\rho = .213$, los factores críticos empresariales en su dimensión factores externos si tienen una influencia significativa en la consolidación empresarial de las microempresas del centro comercial “la Barraca”.
7. Se analizo el nivel de incremento de ingresos de las MYPES, identificando que más de la tercera parte de los empresarios considera que no están de acuerdo ni en desacuerdo que se hayan incrementado sus ventas en comparación del primer año de inicio empresarial (37,6%). De igual modo se identificó el grado de reinversión, obteniendo que el empresario está de acuerdo en que reinvierte la mayor parte de sus ganancias en el crecimiento de su negocio (53,9%), por último, se identificó el nivel de apalancamiento de los empresarios, determinando que gran parte de los empresarios encuestados están de acuerdo en que usan frecuentemente préstamos (40,4%). En consecuencia, se concluye que la consolidación empresarial en su dimensión crecimiento económico presenta un nivel bueno (50,40%) en las MYPES del centro comercial “la Barraca”.
8. Se determino el nivel de cumplimiento de objetivos propuestos, teniendo que el 42,6% de los empresarios consideran estar de acuerdo en que cumplen sus objetivos propuestos, Asimismo, se identificó el nivel de creación de trabajo, donde el 44,7% de los empresarios considera estar de acuerdo en que en un futuro necesitaran más personal para sus negocios. Concluyendo así, que la consolidación empresarial en su dimensión perspectivas de crecimiento presenta un nivel bueno (50,40%) en las MYPES del centro comercial “la Barraca”.
9. A partir de la investigación realizada, donde se comprueba la hipótesis de que los Factores Críticos empresariales si tienen influencia en la consolidación empresarial,

se pasó a determinar cuáles son los factores que tienen mayor influencia según el rubro de negocio, obteniendo así, que en el rubro de venta de ropa son los Factores personales ($\rho = .400$), seguido de los Factores Operativos ($\rho = .285$) y los Factores Estratégicos ($\rho = .282$), en el rubro de venta de tecnología y electrodomésticos son los Factores Administrativos ($\rho = .482$), en el rubro de venta de calzado son los Factores Estratégicos ($\rho = .550$), seguido de los Factores Administrativos ($\rho = .547$) y los Factores Personales ($\rho = .526$), en el rubro de venta de regalos, juguetes y peluches son los Factores Personales ($\rho = .589$), en el rubro de otras actividades son los Factores Operativos ($\rho = .508$) y por último, en el rubro de venta de accesorios de uso personal y para el hogar ningún factor tiene una influencia significativa en la consolidación empresarial. Asimismo, también se determinó cuáles son los factores que tienen mayor influencia según el nivel de educación, concluyendo así, que en los empresarios con un nivel educativo de secundaria completa son los Factores Estratégicos ($\rho = .259$) los más influyentes y en los empresarios con un nivel educativo de educación superior son los Factores Externos ($\rho = .455$), seguido de los Factores Estratégicos ($\rho = .337$) y los Factores Operativos ($\rho = .324$).

RECOMENDACIONES

1. Con respecto a los factores críticos empresariales, se recomienda que el sector público, representado por el estado y sus diferentes organismos gubernamentales tales como la Municipalidad Provincial, asimismo organizaciones no gubernamentales (ONG) y el sector privado sin fines de lucro como Universidades y la Cámara de Comercio Local, desarrollen políticas públicas y programas de apoyo para educar a los empresarios del centro comercial tradicional “La Barraca” sobre la adecuada gestión de los factores administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales. Esto con el fin de mantener y mejorar estos factores críticos empresariales y convertirlos en futuros impulsores del crecimiento y consolidación de las MYPES.
2. Con respecto a los factores administrativos se recomienda a los empresarios diseñar una plantilla de registro de compras y ventas en Microsoft Excel (macros), y de esa forma se podrá monitorear con más precisión todos los gastos mensuales que se realizan como así también las ventas, y para un mayor orden esta información lo podrían tener registrados en archivadores rotulados. Por ello es fundamental que los propietarios se capaciten en temas de negocios, tales como contabilidad, finanzas personales, ventas, entre otros. También sería bueno que inviertan en publicidad digital, para esto se pueden utilizar campañas de comunicación donde se informe a los clientes sobre los beneficios y ventajas que se obtienen al comprar sus productos, dicha publicidad se tendría que publicar en plataformas digitales como Facebook, Instagram, WhatsApp Business, correo electrónico empresarial, Tiktok. Por otra parte, se recomienda invertir en la adquisición de un POS, ya que actualmente se observa una mayor tendencia al pago de productos/servicios con tarjetas de crédito y débito.
3. En relación a los factores operativos, se recomienda al empresario registrar su mercadería en tarjetas de kardex manual o en plantillas de Excel, y de esa forma podrá monitorear los movimientos de entrada y salida de la mercadería. También se aconseja tener una buena estrategia de descuentos para fidelizar a los clientes y de esa forma incrementar las ventas.

4. Con respecto a los factores estratégicos, se recomienda realizar una investigación de mercado sobre los precios de la competencia, y qué nuevos productos están en tendencia, para este último se sugiere visitar las páginas web de Aliexpress, Alibaba y otras plataformas de venta de productos al por mayor donde muestran las últimas novedades del mercado. Asimismo, es importante que el empresario se plantee objetivos a largo plazo, para ello se recomienda que se establezca metas de forma trimestral o semestral. Una de esas metas podría ser mejorar su historial crediticio, optando por adquirir una tarjeta de crédito o un préstamo personal, y de esa forma, en caso de tener necesidades de capital, contar con la opción del préstamo bancario con una menor tasa de interés al momento de obtener un crédito para su negocio.
5. En relación a los factores externos, se recomienda que el estado brinde programas de apoyo relacionados con la consolidación y crecimiento de las MYPES, tales como la tributación y requerimiento de capital, esto con el fin de motivar al empresario a operar dentro de la formalidad. Adicionalmente, se debe hacer seguimiento a la ejecución de estos programas, debido a que según opinión de los empresarios desconocen muchos de estos o en todo caso no califican para acceder a estos beneficios.
6. Con respecto a los factores personales, se recomienda que el empresario tenga una mayor preparación en la gestión de empresas al momento de emprender su negocio y en su posterior gestión, por medio de talleres, seminarios y asesorías personalizadas a cada empresario sobre tributación, importación, exportación, finanzas, entre otros. Asimismo, un factor importante es la aplicación de estas capacitaciones para que estas tengan relevancia y generen resultados en la gestión de su negocio.
7. En relación a la consolidación empresarial en su dimensión crecimiento económico, se recomienda la mayor reinversión de ganancias, para que así su requerimiento de capital, no solo se sustente en el financiamiento de instituciones financieras sino también en sus ganancias generadas y en consecuencia evitar que estas ganancias sean utilizadas para cubrir necesidades personales, ya que esto genera que no solo el negocio no crezca, sino que se produzca también un estancamiento.

8. Observado la consolidación empresarial en su dimensión perspectivas empresariales, se recomienda seguir haciendo seguimiento al cumplimiento de los objetivos propuestos y la generación de empleo ya que están directamente relacionadas con la planeación, es decir, con el establecimiento de una situación futura deseada, por lo tanto sirve de guía para el empresario y sus colaboradores, especialmente para la reformulación de estrategias, al igual que para la reasignación de tareas y recursos para lograrlas.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Albach, H. (1967). *Un modelo de comportamiento del crecimiento de la empresa*. *Boletín de Estudios Económicos*, Vol. XXII, 70, 121-136. España: Asociación de Licenciados en Ciencias Económicas por la Universidad Comercial de Deusto
- Almanza, C. y Del Alcázar, M. (2020). *Factores relacionados a la consolidación de los emprendimientos: Diagnostico y descripción en los emprendimientos consolidados de la Feria de Barranco*. (Tesis de pregrado, Pontificie Universidad Católica del Perú). Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17026/ALMANZA_AMBIA_DEL_ALCAZAR_RUIZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Andriani, C., Biasca, R. & Rodriguez, M. (2004). *Un nuevo sistema de gestión para lograr PYMES de clase mundial*. 2. ed. México: Norma, 2004.
- Asociación de Emprendedores del Perú (ASEP, 2015). *MYPES aportan el 40% del PBI*. Recuperado el 15/01/2021. <https://asep.pe/index.php/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>
- Avolio, B., Mesones, A. & Roca, E. (2011). *Revista estratégica. Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú*. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126>
- Begazo, M., Bojorquez, V. & Nuñez E. (2019). *Factores que inhiben la decisión de compra en los centros comerciales tradicionales (CCT) de la Ciudad de Arequipa*. (Tesis de pregrado, Universidad ESAN).
- Blázquez, F., Dorta, J. A. & Verona, M. C. (2006). *Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas*. *Innovar* 16(28), 43-56. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v16n28/v16n28a03.pdf>

- Blázquez, F., Dorta, J. A. & Verona, M. C. (2006). *Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas*. Innovar 16(28), 43-56, (p. 169).
- Blázquez, F., Dorta, J.A. & Verona, M.C. (2006). *Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas*. Innovar 16(28), 43-56, (p. 51).
- Cano, P., Orue, F., Martinez, J., Mayett, Y. & Lopez G. (2015). *Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresa en México*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5118453>
- Cámara de Comercio e industria de Arequipa (CCIA,2020). El número de empresas en el Perú ha crecido constantemente en los últimos 5 años. Recuperado el 15/01/2021. <https://camara-arequipa.org.pe/publicaciones/notas-prensa/el-numero-de-empresas-en-el-peru-ha-crecido-constantemente-en-los-ultimos-5-anos/>
- Campos, W. B. (2017). *Apuntes de metodología de la investigación científica: un enfoque para la administración de negocios*. Magister SAC. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/319551210_Apuntes_de_metodologia_d_e_la_investigacion_cientifica_un_enfoque_para_la_administracion_de_negocios
- Cohaila, P. (2019). *Factores empresariales restrictivos para la consolidación de las mypes del sector comercio del distrito de Tacna 2014*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann).
- Cohaila, P. (2019). *Factores empresariales restrictivos para la consolidación de las mypes del sector comercio del distrito de Tacna 2014*. (p.34). (Tesis de pregrado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann).
- Congreso del Perú. (3 de julio de 2003). Artículo 2. Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. [Ley 28015 de 2003]. Diario Oficial El Peruano. Recuperado de <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>

Sociedad de Comercio del Perú (COMEX, 2020). Las micro y pequeñas empresas en el Perú, resultados en 2020. Consultado el 20 de noviembre del 2021. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>

Estrada Bárcenas, R., García Pérez de Lema, D., & Sánchez Trejo, V. (2009). *Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México*. Revista Venezolana de Gerencia, 14(46), 169-182. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000200002&lng=es&tlng=es.

Fundación INCYDE. Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España (2001). *Factores para consolidar una empresa* (págs. 18-19). Madrid, España: Editorial Modelo

Gibrat, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. París, Francia: Editorial Dunod.

Gomero, N. (2015). *Concentración de las Mypes y su impacto en el crecimiento económico*. En: Quipukamayoc, vol. 23, n° 43. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/11597/10391>

Gutiérrez, W., Sepúlveda, C. & Gonzales, G. (2018). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. En: Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, vol. 26, no. 1, junio 2018, p. 163-180.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. P. (2014). Metodología de la investigación. 6ta ed. México D.F.:McGRAW-HILL

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020). *Perú: Estructura Empresarial, 2020*. Consultado el 10 de setiembre del 2022. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1861/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018). *Perú: Estructura Empresarial, 2018*. Consultado el 18 de noviembre del 2021. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf

Instituto Peruano de Economía (2020). *Boletín de discusión: Impacto de la pandemia sobre el tejido empresarial formal, pag.20*. Recuperado de <https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2021/09/Boletin-impacto-de-la-pandemia-sobre-las-empresas-formales.pdf>

Jurburg, D. & Tanco, M. (2017). *Análisis de los factores operativos que afectan la productividad en Pymes: Estudio piloto en empresas industriales del sector plástico*. Recuperado de <http://revistas.um.edu.uy/index.php/ingenieria/article/view/302/360>

La cámara de comercio de Lima (2020). *Propuestas contra el covid-19*. Consultado el 20 de noviembre del 2021. Recuperado de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion922/la_camara%20922_final.pdf

López, A. (2005). *La planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa: una revisión bibliográfica*. *Revista de Economía y Negocios*, 142-145.

Mariscal, C. (2017). *Propuesta de Mejora de procesos estratégicos y operativos en la empresa Memoria JMC S.A.C.* (Tesis de pregrado, Universidad Católica San Pablo).

Mariscal, C. (2017). *Propuesta de Mejora de procesos estratégicos y operativos en la empresa Memoria JMC S.A.C.* (p. 42). (Tesis de pregrado, Universidad Católica San Pablo).

- Martínez, M., Rufino, L., Rufino, N. & Siviriche, Y. (2018). *Correlación entre felicidad y rotación de personal en una empresa minera*. (Tesis de maestría, Pontificie Universidad Católica del Perú). Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13189/MARTINEZ_RUFINO_FELICIDAD_MINERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mendoza-Briones, A. (2017). *Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresas comerciales en la ciudad de Manta*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325898>
- Miranda, F., Chamorro, A. & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de calidad*. Madrid, España. Editorial Delta. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQyQAbYC&pg=PA1&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false
- Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Okpara, J. & Wynn, P. (2007). *Determinants of Small Business Growth Constraints in a Sub-Saharan African Economy*. *Sam Advanced Management Journal*, 72(2), 24-34. Recuperado el 5 de febrero del 2021 de <http://ezproxy.ucsm.edu.pe:2109/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=409b1fb-b-6e50-457d-9bce-7c7ad13f2f36%40pdc-v-sessmgr01>
- Oviedo, H., Campo-Arias, A. (2005). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009
- Panuera, Y., Castillo, J. & Grijalva, G. (2020). *Demografía Empresarial en el Perú*. Recuperado de https://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia_empresarial.pdf

- Penrose, E. (1962). *Teoría del crecimiento de la empresa*. Versión española. Madrid, España: Editorial Aguilar.
- Peru retail (2018). Definición de Retail. Recuperado el 20/09/2021. <https://www.peru-retail.com/retailtv/definicion-de-retail/>
- Petrakis, P. (1997). Entrepreneurship and Growth: Creative and Equilibrating Events. *Small Business Economics*, 9, 383-402. Holanda: Editorial Springer
- Rampersad, H. K. (1994). *Cuadro de Mando Integral, Personal y Corporativo*. Madrid: McGraw Hill.
- Romero-Saldaña, M. (2016). *Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal*. *Revista Enfermería del Trabajo*, 6(3), 105-114. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>
- Salas, L., Acosta, M. & Jiménez, M. (2018). *Importancia del Marketing de Atracción 2.0, en las Pequeñas y Medianas Empresas de la ciudad de Guayaquil (Ecuador)*. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n18/a18v39n18p31.pdf>
- Serida, J., Borda, A., Morales, O., Nakamatsu, K., & Yamakawa, P., (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2004-200*. (p. 52). Lima: Universidad ESAN.
- Simón, V., Revuelto, L. y Medina, A. (2012). *La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v28nspe/v28nspea13.pdf>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT, 2019). *Características de las Micro y Pequeñas empresas*. Consultado el 15 de noviembre del 2021. Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas> }

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

CUESTIONARIO DE FACTORES EMPRESARIALES QUE INFLUYEN EN LA CONSOLIDACIÓN DE LAS MYPES DEL CENTRO COMERCIAL “LA BARRACA”

Observaciones previas:

Estimado Señor(a), pedimos tu colaboración para este cuestionario que tiene carácter anónimo por lo que esperamos que respondas con sinceridad a las preguntas propuestas. Los datos personales solicitados en la primera tabla sólo pretenden facilitar el análisis de la encuesta.

Después de leer marque con una (X) lo que corresponda a su opinión, en base al siguiente criterio:

- 1: Totalmente en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Neutro, 4: De acuerdo, 5: Totalmente de acuerdo*

PERFIL DEL EMPRESARIO	
Edad: () años	Género: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>
N° de empleados:	Tiempo de funcionamiento:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entre 1 a 2 empleados <input type="checkbox"/> ▪ Más de 2 empleados <input type="checkbox"/> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menos de 1 año <input type="checkbox"/> ▪ Entre 1 a 3 años <input type="checkbox"/> ▪ Más de 3 años <input type="checkbox"/>
Nivel de educación:	Rubro/Giro del Negocio:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Secundaria incompleta <input type="checkbox"/> ▪ Secundaria completa <input type="checkbox"/> ▪ Superior técnico <input type="checkbox"/> ▪ Superior universitario <input type="checkbox"/> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividad de venta de tecnología y electrodomésticos <input type="checkbox"/> ▪ Actividad de venta de ropa <input type="checkbox"/> ▪ Actividad de venta de peluches, juguetes, golosinas y regalos <input type="checkbox"/> ▪ Actividad de venta de calzado <input type="checkbox"/> ▪ Actividad de venta de accesorios de uso personal y para el hogar <input type="checkbox"/> ▪ Otras Actividades <input type="checkbox"/>

FACTORES EMPRESARIALES					
FACTORES ADMINISTRATIVOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Tengo un registro detallado de lo que compro y de lo que vendo					
Actualmente me capacito (cursos, talleres) en temas de negocios					
Frecuentemente utilizo las redes sociales (Facebook, whatsapp, Instagram) y métodos de pago digitales(yape, plin), para potenciar mi negocio					
FACTORES OPERATIVOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Tengo un registro de mi mercadería					
Frecuentemente otorgo descuentos a mis clientes					
FACTORES ESTRATEGICOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Considero importante saber los precios de mi competencia y qué productos nuevos están ofreciendo					
Es fácil para mí obtener un préstamo bancario					
Poseo objetivos a corto y largo plazo					
FACTORES EXTERNOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Considero que los Centros Comerciales Modernos (Malls) y supermercados, afectan el nivel de mis ventas					
Considero que tengo apoyo del estado					
Considero que ha disminuido mis clientes					
FACTORES PERSONALES	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Poseo suficiente experiencia para manejar mi negocio					
Poseo formación o conocimiento en gestión empresarial					
CONSOLIDACION EMPRESARIAL					
CRECIMIENTO ECONOMICO	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Considero que mis ventas se han incrementado a comparación del primer año de inicio empresarial					
Reinvierto la mayor parte de mis ganancias en el crecimiento de mi negocio					
Uso frecuentemente préstamos					
PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Considero que estoy cumpliendo mis objetivos propuestos					
Considero que en un futuro necesitare más personal para mi negocio					



FACTORES CRÍTICOS EMPRESARIALES EN EL CONTEXTO DE LA COVID-19 Y SU INFLUENCIA EN LA CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL CENTRO COMERCIAL TRADICIONAL LA BARRACA DE LA CIUDAD

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	9%
2	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	silo.tips Fuente de Internet	1%
5	www.scribd.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%