



UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO

ESCUELA DE POSTGRADO

INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR MANUFACTURERO DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS, AÑO 2018

Tesis para optar el grado de doctor
en Economía

JUAN FLAVIO NATIVIDAD CERNA

Asesor: **Dr. WILMER FRANCISCO SICCHA CUSTODIO**

Huaraz – Áncash – Perú

2022

N° Registro: **TE0091**



FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, CONDUCENTES A OPTAR TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

1. Datos del autor:

Apellidos y Nombres: _____

Código de alumno: _____ Teléfono: _____

E-mail: _____ D.N.I. n°: _____

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Tipo de trabajo de Investigación:

Tesis

Trabajo de Investigación

Trabajo Académico

3. Trabajo de Investigación para optar el grado de:

4. Título del trabajo de Investigación:

5. Escuela: _____

6. Programas: _____

7. Asesor:

Apellidos y nombres _____ D.N.I n°: _____

E-mail: _____ ID ORCID: _____

8. Referencia bibliográfica: _____

9. Tipo de acceso al Documento:

Acceso público* al contenido completo. Acceso

restringido** al contenido completo

Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundirlo en el Repositorio Institucional, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso de que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:



10. Originalidad del archivo digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.



Firma del autor

11. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para las investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica.



El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Recolector Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

12. Para ser verificado por la Dirección del Repositorio Institucional

Fecha de Acto de sustentación:

Huaraz,

Firma:




Varillas William Eduardo
Asistente en Informática y Sistemas

- UNASAM -

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.



UNIVERSIDAD NACIONAL
"SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO"
ESCUELA DE POSTGRADO

ACTA DE SUSTENTACION PRESENCIAL DE TESIS

Los miembros del Jurado de Sustentación de Tesis Doctoral, que suscriben, reunidos en acto público en el Auditorio de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional "Santiago Antúnez de Mayolo" para calificar la sustentación de la **Tesis Doctoral** presentada por el:

Magister : **JUAN FLAVIO NATIVIDAD CERNA**

Título : **"INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR MANUFACTURERO DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS, AÑO 2018"**

Después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las preguntas y observaciones finales, lo declaramos:

APROBADO, con el calificativo de QUINCE (15)

De conformidad al Reglamento General a la Escuela de Postgrado y al Reglamento de Normas y Procedimientos para optar los Grados Académicos de Maestro y Doctor, queda en condición de ser aprobado por el Consejo de la Escuela de Postgrado y recibir el Grado Académico de DOCTOR en ECONOMÍA a otorgarse por el Honorable Consejo Universitario de la UNASAM.

Dr. Trinatorio Darío Vargas Arce
PRESIDENTE

Huaraz, 04 de marzo del 2022

Dr. Richard Demetrio Pasco Ames
SECRETARIO
Dr. Juan Alejandro Castro Sotelo
VOCAL

MIEMBROS DEL JURADO

Doctor Trinatorio Dario Vargas Arce

Presidente



Doctor Richard Demetrio Pasco Ames

Secretario



Doctor Juan Castro Sotelo

Vocal



ASESOR

Doctor Wilmer Francisco Siccha Custodio



AGRADECIMIENTO

- A la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, que me brindó la oportunidad de laborar como docente universitario, así como a la Facultad de Economía y Contabilidad y en especial a los catedráticos de la Escuela Profesional de Economía, quienes en su mayoría han sido mis profesores en la escuela de Postgrado de la UNASAM. Gracias a ellos por transmitirme sus conocimientos, con total calidad y veracidad de la realidad económica de nuestro país y del mundo.
- A mi asesor, el Doctor Wilmer Francisco Siccha Custodio, quien con su conocimiento profesional ha sabido aconsejarme para la elaboración de mi tesis doctoral.
- A mi esposa Mercedes y a mis hijos Juan, Henry y Luis, quienes me han dado la fuerza de continuar estudiando para obtener mi grado académico de Doctor en la Unasam.

ÍNDICE

	Página
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Introducción	1- 2
Capítulo I	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3 - 9
1.1 Planteamiento y formulación del problema.....	3
1.2 Objetivos.....	6
1.3 Justificación.....	7
1.4 Delimitación	9
1.5 Ética de la investigación	9
Capítulo II	
MARCO TEÓRICO.....	10 - 86
2.1. Antecedentes de investigación.....	10
2.2. Bases filosóficas y epistemológicas	17
2.3. Bases teóricas	29
2.3. Definición de términos	75
2.4. Hipótesis	84
2.5. Variables	85

Capítulo III

METODOLOGÍA	88 - 93
3.1. Tipo de investigación.....	88
3.2. Diseño de investigación.....	88
3.3. Población y muestra.....	90
3.4. Técnicas e Instrumento(s) de recolección de datos	92
3.5. Plan de procesamiento y análisis estadístico de datos	93

Capítulo IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN	95 - 147
4.1 Presentación de resultados.....	95
4.2. Prueba de hipótesis	126
4.3. Discusión	139
Conclusiones	144
Recomendaciones.....	146
Referencias bibliográficas.....	148 - 154
Anexos	155

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la influencia del capital humano en el conocimiento, creatividad y experiencia laboral y su influencia en la competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Callejón de Huaylas durante el año 2018. El estudio corresponde al enfoque cuantitativo y aplicativo de tipo explicativo y diseño experimental-transversal. La población está conformada por 44696 empresas del Callejón Huaylas, y el tamaño de muestra es de 274 empresas. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento, fue el cuestionario. Los resultados indican que, a través del coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0.946$, existe relación positiva entre el capital humano y competitividad en la MYPES. De acuerdo a ello se puede concluir que el capital humano enfocado en el conocimiento, creatividad y experiencia laboral, sí influye positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las micro y pequeñas empresas del Callejón de Huaylas.

Palabras claves: capital humano, conocimiento, creatividad, experiencia laboral, competitividad

ABSTRACT

The present research work aims to determine the influence of human capital on knowledge, creativity and work experience and its influence on the competitiveness of micro and small enterprises (MYPES) in the Callejón de Huaylas during 2018. The study corresponds to the quantitative and applicative approach of explanatory type and experimental-transversal design. The population is made up of 44696 companies in Callejón Huaylas, and the sample size is 274 companies. The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire. The results indicate that, through the rank correlation coefficient of +SPEARMAN $r_s=0.946$, there is a positive relationship between human capital and competitiveness in MSEs. Accordingly, it can be concluded that human capital focused on knowledge, creativity and work experience does have a positive influence on the level of competitiveness in the field of innovation, productivity and competition in micro and small enterprises in the Callejón de Huaylas.

Key words: human capital, knowledge, creativity, work experience, competitiveness

INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) corresponde al 96.5 % de las existentes en el Perú (PERÚ-RETAIL, 2017), incluso en el año 2016 hubo un incremento de las microempresas. De manera que las MYPES es uno de los sectores más importantes económicos del país, pues además posibilita la empleabilidad a más de 8 millones de peruanos. Sin embargo, según Luna (2012), el gran obstáculo de este sector es la informalidad, que llega al 80 %. La autora sostiene que para evitar esto se tiene que lograr que más empresas participen en el comercio internacional, donde hay mayores ganancias y competitividad. De hecho, la informalidad en las MYPES es de 79.9 %, según Comex Perú. Es decir, de los 8 millones de puestos de trabajo que se generan, al menos 6.5 millones son informales. Además, el aporte de estas empresas al Producto Bruto Interno (PBI) ha disminuido de 21 % a 20.6 %.

Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG 2016), el 50.1 % de las micro y pequeñas empresas se concentra en el sector servicios; el 33.8 %, en el comercio y la diferencia (16.1%) se dedica a actividades relacionadas con la extracción y producción.

Del mismo modo, las ganancias netas mensuales en el sector servicios ascienden a S/. 1,156; y en comercio, a S/.1,002; y en los sectores de extracción y producción, a S/.1, 441, en promedio mensual de cada trabajador.

Por otro lado, el crecimiento de MYPES en el 2017, al menos el 74 % de ellas, confían en que su negocio crecerá en los próximos seis meses, según el estudio global Future of business que realiza cada mes (citado en Inga, 2017), a través de sus redes sociales, junto al Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

De modo que, las micro, pequeñas y medianas empresas formales son elementos muy importantes en la dinámica económica de la Comunidad Andina (CAN), pues constituyen un sector que contribuye a la inserción internacional de los países de la región de forma equilibrada y beneficiosa.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento y formulación del problema

Las MYPES corresponden a uno de los mayores ingresos económicos a nivel nacional, pues forman parte sustancial en la dinámica económica de la CAN. Estas han tenido un aumento en su número durante los últimos años, sobre todo en la informalidad. Producto de lo último, es menester que formen parte del comercio internacional, puesto que es ahí donde existen mayores ganancias y competitividad (Luna, 2012). Verbigracia, la Comex Perú indica que la informalidad corresponde a un 79.9 %; es decir, 6.5 millones de puestos de trabajo son informales. A lo que se sumaría la disminución de sus aportes al PBI que de un 21 % a 20.6 %.

Por otro lado, la ENAHO (2016) asegura que de las MYPES el 50.1 % se dedica al sector servicios; mientras que el 33.8 %, al comercio; y la diferencia (16.1 %) de estas, a la extracción y producción.

No obstante, según el Global Future of Business, el Banco Mundial y la OCDE, el 74 % de la MYPES peruanas tienen aún confianza de que sus negocios darán mayores frutos dentro de los próximos seis meses.

Asimismo, las micro, pequeñas y medianas empresas de la región andina cuentan con normas supranacionales que les brindan facilidades para el comercio en el sector; además, a través de su participación en eventos de promoción comercial conjunta, les brinda la oportunidad para su inserción en los mercados internacionales.

Por otra parte, el avance de la ciencia y la tecnología permiten que las MYPES innoven y no se queden rezagadas dentro de una sociedad moderna. Por tanto, los aportes tecnológicos que presenten una empresa son un indicador de mejora y calidad en la competitividad empresarial; es decir, están mejor implemmentadas tecnológicamente a diferencia de sus competencias. No obstante, si las empresas no actualizan sus bienes y/o servicios secundados de las tecnologías de información y comunicación (TIC) se verán perjudicados hasta el punto de ser eliminadas como unidad económica, ya que el mercado requiere de mejores productos en condiciones de libre mercado. Esto es, finalmente, la mejor competitividad.

Asimismo, se observa que las MYPES, por ejemplo en el Callejón de Huaylas, no trabajan para equipar y tecnificar sus procesos de servicios en la actividad a la que pertenecen, particularmente para el sector construcción, sino que se dedican a recibir contratos con instituciones especialmente públicas como las municipalidades de la región y de otras partes del Perú; pero cuando van a

ejecutar una obra al haber ganado una licitación, existen dos posibilidades: el primero es la subcontratación con otras empresas para reducir el riesgo y el uso de factores de producción; el segundo, por el contrario, es la subarrendación de maquinarias y equipos para realizar la ejecución de la obra, es decir que a pesar de tener obras realizadas, estas no han servido para la mejora en la implementación de maquinarias y equipos de la empresa, sino más bien para los beneficios a corto plazo, generando un simple proceso de comercialización.

Ahora bien, la realidad evidencia que muchas MYPES son dirigidas por personas con escaso conocimiento en la administración empresarial. Desconocen, por ejemplo, qué tan rentable es la compañía o si están creando valor monetario para la empresa o si se encuentran administrando pobreza. Por lo tanto, no debe confundirse el rol y las exigencias de un buen comerciante con el de un empresario, ya que para este último es necesario conocer las leyes administrativas.

En ese contexto, es evidente que los negocios no se han establecido con fines de maximizarse o garantizarse beneficios a largo plazo, sino que la mayoría de estas se destinan a la subsistencia, producto de la incapacidad del empresario para plantear y definir estrategias que garanticen la mejoría de la empresa.

De manera que el estado empresarial actual conserva el tradicionalismo de antaño, donde muchos de los empresarios solo se dedicaban al alquiler de

herramientas y de equipos. Y, en cambio, los que sí tienen inversiones en maquinarias y equipos no tienen el uso permanente de un capital; y a esto se le suma la escasa capacidad de competir con empresas provenientes de otros lugares del país e inclusive empresas del extranjero.

Problema general

¿Cómo influye la teoría del capital humano en el nivel de competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas, durante el período 2018?

Problemas específicos

1. ¿Cómo influye el nivel de conocimientos en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas?
2. ¿Cómo influye el nivel de creatividad en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas?
3. ¿Cómo influye el nivel de experiencia laboral en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas?

1.2 Objetivos

Objetivo general

Determinar la influencia de la teoría del capital humano en el desarrollo de la competitividad de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

Objetivos específicos

1. Demostar la influencia del conocimiento en la innovación y productividad para tener una ventaja competitiva de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.
2. Demostrar la influencia de la creatividad en la innovación y productividad para lograr una ventaja competitiva de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.
3. Demostrar la influencia de la experiencia laboral en la innovación y productividad para tener ventaja competitiva de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

1.3 Justificación

El proyecto se justifica debido a que es un problema no solo empresarial sino también social, a medida que las empresas constituidas se implementan de equipamiento, será conveniente que realicen operaciones con mayor eficiencia y eficacia. No ha existido investigación alguna, respecto a las MYPES en el Callejón de Huaylas, a pesar de que es un sector intensivo de mano de obra productora de mucha importancia, ya que estas han tenido una importancia de mucho auge respecto a los recursos que obtiene el Callejón de Huaylas por concepto de Canon y regalías mineras.

Valor social: El trabajo de investigación promoverá la inversión, considerando el acceso al mejor desarrollo de la sociedad huaracina, y por ende a una mejor calidad de vida de su población. Cuanta más inversión se genere y se invierta en recursos locales, este contribuirá a mejorar la calidad de las obras que se puedan efectuar. Asimismo, contribuirá al crecimiento de la economía y en consecuencia al desarrollo económico.

Valor empresarial: El trabajo de investigación está orientado a motivar e innovar en los micro y pequeños empresarios a que contribuyan al sistema de modernización que exige el mercado; asimismo, a mejorar la calidad del producto e incrementar la competitividad. Todo ello para poder obtener mayores márgenes de beneficios, pero tomando como base al capital humano de los propietarios y trabajadores de este importante sector de la economía.

Valor académico: El trabajo formará parte de los informes de investigación que posee la Universidad, de manera que su utilidad estará destinada a la consulta de los interesados en la materia, con el cual podrán generar un mayor análisis sobre el tema. Además, contribuirá a que se realicen posteriores investigaciones relacionadas.

Viabilidad del proyecto (Recursos Humanos, Materiales, Tiempo): En vista que en el Callejón de Huaylas se concentra la mayor parte de las constituciones de las micro y pequeñas empresas dentro de la zona sierra, se pretende que las

inversiones que tengan las MYPES se orienten a equipamiento de maquinarias y equipos con alto nivel de tecnificación, para así mejorar los estándares de calidad y la imagen de dichas empresas. Consecuentemente a ello otras empresas de distintas líneas de producción podrán lograr su desarrollo y crecimiento. Para el desarrollo del informe se utilizará personal, que ha sido capacitada previamente por los responsables, para realizar el trabajo de campo.

1.4 Delimitación

El estudio se desarrolló en la zona urbana del Callejón de Huaylas, en las ciudades de Huaraz, Carhuaz, Yungay y Caraz, sectores donde se concentran un gran número de MYPES.

1.5 Ética de la investigación

El presente trabajo tomó en cuenta el reglamento de la EPG y las normas APA 7ma Edición; de manera que se evitó el plagio y el robo intelectual. Asimismo, los datos obtenidos no han sido falseados en beneficio de un resultado positivo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

A nivel internacional

López (2002) en su tesis de maestría *La Aplicación de la tecnología Administrativa en las Empresas Constructoras de Hermosillo Sonora* planteó como objetivos determinar y cuantificar los métodos y técnicas del saber administrativo aplicados, y saber si existe relación entre el uso de estas técnicas y la competitividad. Para el diseño metodológico, primeramente, se procedió a recopilar información bibliográfica relacionada con las variables estudiadas, a la misma vez que se consultaron diferentes empresas constructoras de la ciudad de Hermosillo, Sonora. Las técnicas e instrumentos utilizados fueron la encuesta, la ficha de trabajo, la entrevista y el cuestionario, que fueron aplicados a 133 empresarios de la construcción del Municipio de Hermosillo agrupados en la CMIC. Los resultados arrojaron que el 48 % de las empresas constructoras de Hermosillo utiliza cuatro o más tipos de tecnologías administrativas, destacando en su utilización las técnicas de manejo de personal con el 23 %; y métodos y técnicas para el manejo de información con el 40 %. Por tanto, la conclusión afirma que existe uso de la Tecnología Administrativa y que también existe

relación entre el uso de la Tecnología Administrativa y el mejoramiento de la competitividad de las empresas constructoras de Hermosillo, Sonora.

Pesántez (2017), en su tesis de doctorado *El capital humano y su incidencia en la competitividad de las pymes del sector manufacturero de la ciudad de Cuenca-Ecuador*, se planteó como objetivo determinar en qué medida el capital humano incide en la competitividad de las PYMES del sector manufacturero de la ciudad de Cuenca - Ecuador 2016. La metodología corresponde al orden cuantitativo, empleándose la técnica de la encuesta para el levantamiento de la información, con un tamaño muestral de 124 empresas, escogidas de manera aleatoria; los datos se procesaron en el programa estadístico SPSS24. Los resultados indican que el capital humano de las organizaciones es el pilar fundamental para que se lleven a cabo todos los procesos al interior de la misma y se alcancen las metas requeridas, por tal motivo es necesario continuar formando, capacitando y valorando a este capital que, a través de sus ideas, pensamientos, innovaciones y su creatividad es capaz de influir de manera positiva en los resultados de las empresas.

Almaza et al. (2019), en su artículo de investigación *Los factores internos de las PYMES y su influencia en la competitividad (caso sector comercio en Lázaro*

Cárdenas Michoacán), se planteó como objetivo identificar los factores internos de las Pymes y su influencia en el éxito competitivo de las mismas. La metodología corresponde a la cualitativa-cuantitativa de tipo correlacional. El diseño se centra en la estrategia desarrollada a partir de la cual se obtiene la información y se analiza, para luego determinar las principales características y finalmente obtener las conclusiones. El instrumento usado fue la encuesta con base a escala de Rensis Likert; para ambas variables se distribuyó 45 preguntas, donde se medían sus respectivas dimensiones. Los resultados de este estudio evidencian que las Pymes con mayor éxito competitivo son aquellas que planean estratégicamente, que cuentan con recursos humanos capacitados y experiencia, lo cual le permite tomar mejores decisiones, entendiendo la innovación como un proceso permanente donde se privilegie la iniciativa, las nuevas ideas y donde se rompa con las estructuras establecidas. Por su parte, la calidad es uno de los factores más apreciados para la competitividad y la certificación un medio para el aseguramiento de la misma.

Leyva et al. (2020), en su artículo *Efecto del desempeño del capital humano en la capacidad de innovación tecnológica de las pymes*, tuvo como objetivo medir la influencia que el desempeño del capital humano tiene en la capacidad de innovación tecnológica percibida por los gerentes de las pymes de Hermosillo,

Sonora, México. La metodología fue mixta, compuesta por dos fases: en la primera se partió de un análisis exploratorio y, a través de una prueba piloto, se entrevistó a un grupo de empresarios con características de la muestra seleccionada; para relacionar el problema objeto de estudio con el análisis de resultados obtenidos a través de la validación del instrumento de medición. En la segunda fase se realizó un análisis estadístico, utilizando modelos de ecuaciones estructurales de PLS (Partial Least Squares) en una muestra de 108 gerentes. Los principales resultados revelan que los gerentes de pymes desarrollan innovación tecnológica a través de estrategias de gestión dentro de los procesos administrativos utilizados, basados en el desempeño del capital humano como factor productivo, y tomando como punto de partida las actividades realizadas por el trabajador para generar estrategias que ayuden a obtener y conservar el capital humano.

Morales y Blanco (2014), en su investigación *La Competitividad en la Industria de la Construcción en México* afirman que la competitividad en cualquier país se hace evidente en la suficiencia y calidad de su infraestructura física y se aprecia más cuando se compara con otros países, donde la calidad de los servicios que disfrutan sus habitantes están presentes e incide de manera determinante en la competitividad, el crecimiento económico, el empleo, la productividad y en la

distribución del ingreso. Lo que los hace concluir que la pérdida de competitividad de nuestro país tiene efectos graves, porque disminuye las posibilidades de que podemos generar, atraer, retener y nutrir nuestros propios actores económicos, capital, tecnología, personal, empresas que son generadores de empleos, de oportunidades de crecimiento y, finalmente, de riqueza que beneficia a toda la población. La ingeniería organizada debería contar con autoridad moral reconocida para influir en estas decisiones. Su papel es fundamental en la responsabilidad de priorizar las necesidades por atender. Se sabe que del empeño del grupo 2025 del Colegio de Ingenieros Civiles de México, donde entre otras muchas aportaciones valiosas, se ha contribuido a identificar los 109 proyectos prioritarios que la nación debe realizar y que todos deben apoyar. No se discute si el segundo piso es bueno o malo, pero de lo que sí se opina es sobre su prioridad frente a otros proyectos, que a lo mejor no son tan vistosos, pero si más urgentes. Este tipo de decisiones se toman por razones ajenas a las verdaderamente trascendentes a la sociedad y esta no tiene manera de reaccionar con juicios de valor acertados y acaba reconociendo como grandes proyectos obras que no han sido ni las mejores ni las que dieron solución a los problemas más importantes.

Romer (1990) en su investigación *Endogenous Technological Change* afirma que el crecimiento del modelo endógeno es impulsado por el cambio tecnológico que surge de las decisiones de inversión intencionadas de los agentes que maximizan los beneficios. La característica distintiva de la tecnología como insumo es que no es un bien convencional ni un bien público; es un bien no rival y parcialmente excluible. Debido a la no convexidad que introduce un bien no rival, no se puede admitir la competencia de precios, competencia en la toma de precios. En su lugar, el equilibrio es uno con competencia monopolística. Las principales conclusiones de la investigación son que el stock de capital humano determina la tasa de crecimiento, que en el equilibrio se dedica muy poco capital humano a la investigación, que existe poca integración en los mercados mundiales de crecimiento, y que tener una gran población no es suficiente para generar crecimiento.

A nivel nacional

Limache (2017), en su artículo de investigación *capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES en Tacna-Perú* se planteó como propósito principal aportar al conocimiento acerca del papel que desempeña el capital intelectual en relación a la competitividad empresarial en las microempresas de la región Tacna. La metodología corresponde a la básica, no experimental,

transeccional y del tipo relacional. El trabajo utilizado fueron dos cuestionarios validados. Se aplicaron a una muestra estratificada de 128 microempresas. Los resultados arrojaron que el nivel de capital humano es regular tendiendo a un nivel alto y la Competitividad de nivel bajo, excepto en Función Financiera. La correlación entre Capital Intelectual y Competitividad es significativa ($r_s = ,458$) y la regresión ajustada es $\text{Competitividad} = 1,986 \text{ Capital Intelectual}$. Los resultados afirman que los niveles de los indicadores de capital humano son regulares tendiendo a un nivel alto, ocurriendo lo mismo con los niveles de capital estructural. Sin embargo, en lo que concierne a capital relacional mayormente es de nivel alto tendiendo a muy alto.

García et al. (2021), en su artículo *Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19*, tuvo por objetivo determinar la influencia de la innovación organizacional en la competitividad empresarial en tiempos de Covid-19 en las mypes del sector comercio. La metodología es de tipo básico con un alcance descriptivo correlacional; el diseño es no experimental y de corte transversal. Los participantes de estudio son 200 gerentes. Los instrumentos utilizados fueron validados mediante juicio de expertos y se comprobó su fiabilidad a través del alpha de Cronbach con un coeficiente de 0,886 para innovación organizacional y 0,778 para la

competitividad empresarial. Los resultados muestran que sí existe relación significativa entre la innovación empresarial y la competitividad ($r=0,459$) con una significancia de $p\text{-valor}=0,000$. Por lo tanto, se puede afirmar que aquellas mypes que apuesten por una innovación en la forma de ofrecer, o brindar su servicio o producto podrán mantenerse en el mercado a pesar de la crisis. Además, los resultados muestran que el 81 % de empresas que innovó son más competitivas que el 19 % que no lo hizo.

2.2. Bases filosóficas y epistemológicas

El presente trabajo de investigación se enmarca dentro de las teorías científicas mediante el principio de acción de observación, contemplación o examinación, tal como el filósofo Platón utilizó el término para designar la contemplación pura, la visión inteligible o la contemplación racional. Por otro lado, Aristóteles hace hincapié en la ciencia teórica, diferenciándola de la ciencia práctica o de la acción, y la ciencia “poética” o de la producción (Heseen, s.f.).

La construcción de las teorías científicas de acuerdo a la concepción tradicional, la inductiva, nos indica que el procedimiento sería el siguiente:

- Sobre observaciones previamente realizadas hacemos enunciados protocolarios (que pertenecen a un protocolo y que consignan las observaciones tan recta y exactamente como sea posible);

- Los enunciados protocolarios consignan datos;
- Los datos pueden sugerir problemas; y
- Los problemas conducen a hipótesis.

Estas hipótesis se comprueban deduciendo de ellas hechos que pueden y deben ser objetos de una observación

Si pueden observar los hechos deducidos, entonces la hipótesis se considera confirmada y puede elevarse a ley, de la que podrán deducirse enunciados protocolares.

Luego de haberse obtenido varias leyes sobre un sector de la realidad, en movimiento ascendente, las leyes serán recapituladas en una teoría.

Por lo que con este trabajo se pretende ubicar y justificar tomando como base científica el concepto de la teoría científica, ya que según Alvarado (2005) una teoría científica es un sistema deductivo en el cual ciertas consecuencias observables se siguen de la conjunción entre hechos observados y de la hipótesis fundamental del sistema. Y ¿qué son los sistemas? Pues las teorías, porque funcionan como subconjuntos de enunciados armónicamente conjugados e interrelacionados entre sí; vale decir estructuras. Esto porque emplean el método de la deducción a partir de otros, de un modo puramente formal, lógico.

Es así que el presente estudio se enmarca también desde un punto de vista de las teorías y enfoque del desarrollo económico; que se pueden dividir en tres grandes

esquemas: fundamentos de la teoría clásica, enfoque de las teorías del siglo XX y enfoque latinoamericano. Asimismo, se tiene que tomar en cuenta el enfoque del desarrollo sostenible y desarrollo humano.

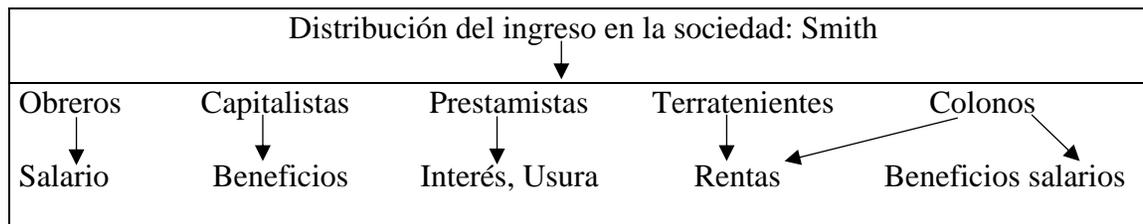
Los fundamentos de la teoría clásica. Para Adam Smith las ideas centrales sobre el desarrollo económico fueron:

- La distribución del producto, que depende de la distribución de la remuneración de los factores de trabajo, capital y tierra; expresados en un orden, salario, beneficios y rentas.
- La división del trabajo y la expansión del mercado. Smith afirma que el trabajo produce facultades, aptitud, destreza y sensatez a los que la realizan, y que estos son los generadores de la división del trabajo.

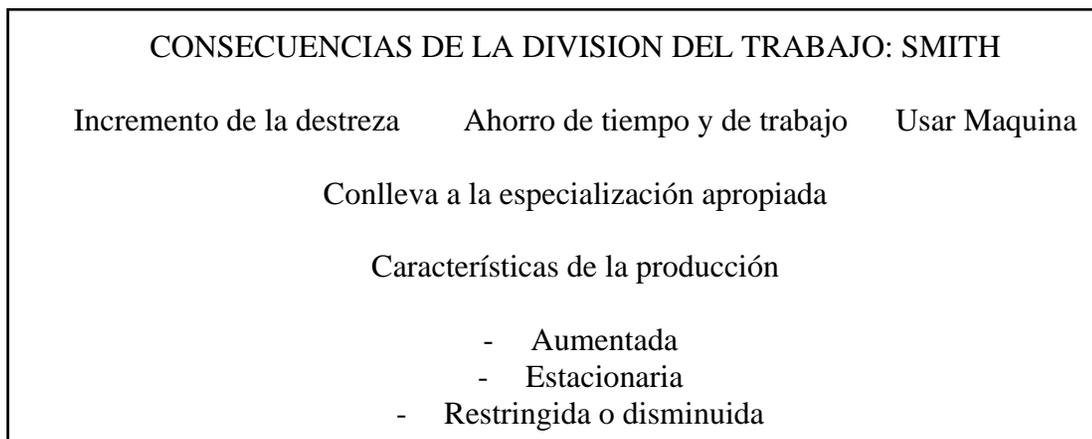
La división del trabajo significa también abreviación de las dificultades y de los tiempos que la producción de bienes lleva a especializarse en los métodos de producción, a través de técnicas y tecnologías cada vez más refinados. Cada paso que la sociedad ha dado en división del trabajo ha significado mayores niveles de productividad.

Tabla 1

Teoría de Adam Smith



La división del trabajo puede aplicarse en virtud de la expansión del mercado; cuya manifestación es el crecimiento de la población que expresa la demanda de bienes y servicios para satisfacer las necesidades.



Ricardo dice, respecto al Estado, que la intervención estatal en los procesos económicos, por ejemplo, a través de los impuestos, afectan de manera significativa la lógica de acumulación. Es por eso que no existe impuesto alguno que no tenga tendencia al comercio absolutamente libre, pues cada país invertirá

naturalmente su capital y su trabajo en empleos tales que sean los más beneficiosos para ambos.

Marx, sobre el valor y el trabajo, sustenta en su teoría que cuando el proceso de producción genera valor, la riqueza de las sociedades en que impera el régimen capitalista de producción se nos aparece como un inmenso arsenal de mercancías, y esta como su forma elemental. Por tanto, la mercancía es como una cosa apta para satisfacer necesidades humanas. Asimismo, la circulación de mercadería, añade el autor, es el punto de arranque del capital. La producción de mercancías y su circulación desarrollada, o sea el comercio, forman las premisas históricas en que surge el capital. La expresión monetaria se expresa así:

MERCANCÍA ----- DINERO -----MERCANCÍA

El dinero permite el intercambio, puesto que es la expresión de la actividad del comercio donde el proceso se inicia con una mercancía y termina con otra, pero en forma de consumo final que satisface necesidades. Otra forma que se manifiesta la circulación de mercancía es a través de la secuencia:

DINERO -----MERCANCÍA -----DINERO

El dinero se transforma en mercancía y luego vuelve a su estado original:

CONVERSIÓN DEL DINERO EN MERCANCÍA: MARX

CAPITALISTA COMPRA MERCANCÍA

CICLO DINERO – MERCANCÍA



MEDIOS DE PRODUCCIÓN

FUERZA DE TRABAJO

MATERIA PRIMA

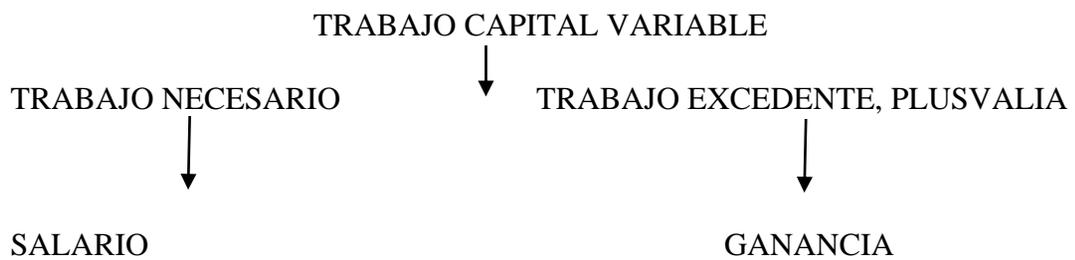
La finalidad de este proceso es la acumulación de capital y se expresa como:

$$D \quad M \quad D'$$

Donde $D' = D + D^{\circ}$; y D° es el incremento sobre el cual Marx afirma que este incremento o excedente que resta después de cubrir el valor primitivo es la PLUSVALÍA.

La composición del valor en el trabajo es la variable que genera valor. Es decir, el obrero añade nuevo valor al objeto sobre el que recae el trabajo, incorporándole una determinada cantidad de trabajo; esto produce que los valores de los productos absorbidos reaparezcan en el producto como partes integrantes de su valor. Por lo tanto, el valor de los medios de producción se conserva al transferirse al producto. Esta transferencia se opera al transformarse los medios de producción en producto, es decir durante el proceso de trabajo.

Marx hace una distinción entre el capital variable y el capital constante. Refiriéndose al primero como la remuneración del trabajo e inversiones en materia prima, y al segundo como las inversiones en maquinarias y equipos necesarios para la producción. Por último, al definir la plusvalía manifiesta que es el resultado de los cambios de valor que se operan en el capital variable en la parte del capital invertido en la fuerza de trabajo.



El desdoblamiento del trabajo como capital variable: Por una parte, la remuneración (salario) expresa la proporción del trabajo necesario para su reproducción y, por otra parte, la ganancia expresa la magnitud del trabajo excedente o plusvalía que es apropiada por el capitalista, parte de la cual es reinvertida en el proceso de producción.

El modelo capitalista significa producción en gran escala. Presume una cierta acumulación de capital en manos de productores individuales de mercancías. Por tanto, se puede aseverar que el capital individual resulta ser una concentración de medios de producción; de manera que, si se aumenta el capital,

también aumenta su concentración en los capitalistas individuales; así pues, la base de la producción será en gran escala

En suma, durante el proceso de trabajo la acumulación se concentrará en el capital; pero que tiende a descentralizar su propiedad. La competencia y el crédito, por su parte, incrementan la concentración en ambos frentes. Es así que las inversiones a gran escala se ven favorecidas por la competencia, pues el costo de producción es menor, a diferencia del sistema crediticio que permite a los capitalistas individuales reunir grandes sumas necesarias para estas inversiones. Marx distingue dos tipos de crisis junto a ciclos capitalistas: 1) las generadas por las deficiencias técnicas y por la incapacidad del sistema productivo de ofrecer lo que la población demanda, que son propias de las sociedades precapitalistas o de los países en desarrollo; y 2) las que obedecen a la acumulación de mercancías en grandes cantidades es el resultado de un estancamiento de la circulación o de la sobreproducción o de la incapacidad de la población de comprar los bienes producidos.

Enfoque desde las teorías del siglo XX

Las instituciones (Mercado, Estado y Sociedad) tienen que ver necesariamente con el tema de crecimiento y desarrollo, y surgen al respecto tres problemas:

- ✓ La satisfacción a las necesidades básicas,
- ✓ El desarrollo de las capacidades, y

✓ La garantía de los derechos.

Surge en la segunda mitad del siglo XX el concepto de desarrollo humano por lo que se hace los interrogativos siguientes: ¿el mercado garantiza el desarrollo de todos y de cada miembro de la sociedad?, si el mercado no es capaz de garantizar el desarrollo para todos, ¿cómo y en qué medida debería intervenir el Estado?

Los liberales responden que una sociedad debe intervenir siempre y cuando se le permite al mercado funcionar libremente, respetando los acuerdos, los deseos y las preferencias de sus agentes. Por lo tanto, solo se requiere de un Estado que, mínimamente, no entorpezca la lógica y la dinámica del mercado.

El crecimiento económico y el bienestar de las personas ha sido una constante para la sociedad de distintas épocas. A fines del siglo XX se registró el comienzo de los desarrollos de las teorías modernas de crecimiento. De acuerdo a Sen (citado en Bolívar, 2009) las economías dañadas por la guerra hacían grandes esfuerzos por reconstruir, lo más rápido posible, a los países subdesarrollados que trataban de iniciar un crecimiento económico. Por otro lado, los países capitalistas avanzados, libres de crisis periódica, trataban de concentrarse en el incremento de la tasa de crecimiento a largo plazo; y los países socialistas estaban decididos a alcanzar a las economías capitalistas más ricas mediante una rápida expansión económica.

Según Sen (citado en Bolívar, 2009), “el crecimiento no se equiparará al desarrollo; sin embargo, difícilmente puede negarse el crecimiento económico; el cual, correcta o incorrectamente, se ha centrado en la economía tradicional de desarrollo” (p. 941).

Asimismo, en el enfoque tradicional de la economía del desarrollo, la industrialización, la acumulación de capital, la utilización de la fuerza de trabajo desocupada, la planeación y la intervención activa del Estado en la economía aparecen, en ese orden de prioridad, como objetos de política del desarrollo (ibíd.).

En la mayoría de los países en desarrollo que registraron cambios importantes en la acumulación de capital, y en la industrialización, aumentaron los niveles de ingreso per cápita; en cambio, los problemas de pobreza y la desigualdad permanecieron inalterables. Por ello se afirma que los altos ingresos per cápita y alta concentración del ingreso y la riqueza no resuelven los problemas de pobreza, desempleo y desigualdad. El proceso de desarrollo económico se asimila al proceso de aumentar las capacidades de la gente.

La persona que ha realizado un gran esfuerzo con el fin de mejorar su nivel educativo, puede que no encuentre trabajo en el mercado laboral; pero se podría aseverar que tiene la capacidad suficiente de crear su propia fuente de empleo; por ejemplo, las MYPES.

En general, un enfoque integral de desarrollo en países no socialistas tiene las siguientes características:

- Una infraestructura de transporte y de servicio públicos.
- Una base industrial y una clase empresarial.
- Gran parte del problema ocupada a la agricultura.
- Uso racional de recursos para elevar el nivel de vida de las personas.
- Exportaciones reales para financiar un periodo de desarrollo.

Para Currie (citado en Sandilands, 1990) “el funcionamiento de una economía mixta depende del sentimiento extendido y continuado de frustración” (pp. 8-9). En su afán de superar este sentimiento, la gente deseará mayores ingresos y títulos de mayor prestigio. Los deseos explican las competencias, la movilidad y la innovación; tres elementos esenciales del crecimiento.

Asimismo, el autor explica que el tema de las competencias se basa en la paradoja de que el buen funcionamiento de una sociedad económica depende de una continua frustración; por tanto, la competencia es una motivación que conduce a la desigualdad y forma parte del sistema económico. El crecimiento en sí mismo está distribuido en firmas muy desiguales, y esta sigue existiendo, especialmente en el ingreso proveniente de la propiedad (Sandilands, 1990).

El término movilidad es la distinción psicológica entre deseos y necesidades; mientras los deseos pueden ser satisfechos, los deseos socialmente son insaciables.

La innovación reduce costos y precios, pero la generalidad de los deseos garantiza que siempre haya empleo potencial para todos los recursos que el cambio tecnológico puede desplazar de cualquier actividad.

Enfoque Latinoamericano

Enfoque Cepalino: En la posguerra del siglo XX la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) propuso una dinámica que diversificara y transformara la estructura productiva, a partir de un cambio en la especialización de los países de la región. La CEPAL organizó y orientó políticas y acciones para el desarrollo de América Latina, a través de un método de producción del conocimiento que presta atención a la trayectoria de las diversas instituciones y al comportamiento de los agentes sociales, dejando rezagado a los enfoques abstracto-deductivo tradicionales y aproximándose más a un proceso inductivo.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Gestión de la innovación y tecnología

Desde la década de 1950, gracias al trabajo de un buen número de autores como Abramovitz (1956), Kendrick (1956) y Solow (1957), empieza a abrirse paso el reconocimiento del progreso tecnológico como la fuerza motriz del crecimiento económico, la productividad; lo que llevó el mejoramiento de las condiciones de vida de la población, lo cual inevitablemente condujo a que se empezara a prestar una mayor atención a este factor dentro del análisis económico tradicional.

Solo hasta finales de la década de 1980 y comienzos de los años noventa, gracias a trabajos como los de Romer (1990), tiene lugar la incorporación formal del cambio tecnológico a los modelos económicos, en los que se sitúa a la innovación en el núcleo del crecimiento del producto. En este orden de ideas, la innovación deja de ser ya un factor exógeno, en la medida en que se reconoce que este es el fruto de la inversión intencional de recursos por parte de firmas maximizadoras de beneficios (endógeno).

En particular, el análisis de Romer establece:

1. El cambio tecnológico —definido, como la mejora en la formulación de procesos para combinar las materias primas— es una fuerza esencial para el crecimiento económico que incentiva la continuidad en la acumulación de capital. En conjunto, la acumulación de capital y el cambio tecnológico son

los responsables de gran parte del incremento en el producto obtenido por hora trabajada.

2. Los incentivos de mercado juegan un papel esencial en el proceso por el cual el nuevo conocimiento es usado para la producción de bienes de valor práctico.
3. El mercado de producción de nueva tecnología tiene características particulares que lo diferencian de las condiciones que rigen la oferta y demanda del común de los bienes. El cambio tecnológico presenta características de un bien público. (1990, p. 76)

Con todo lo anterior, el cambio tecnológico está lejos de ser un proceso uniforme, exento de irregularidades. De hecho, en los mercados de productos es necesario cierto grado de competencia imperfecta para soportar las inversiones privadas en I&D en la medida en que estas generan una reasignación de recursos entre sectores y entre empresas, las cuales deben ser capaces de vender sus productos a precios en exceso de los costos unitarios de producción si han de recuperar sus desembolsos en investigación y desarrollo (I&D). Así, tal como lo señaló Schumpeter (2003) el cambio técnico a menudo toma la forma de destrucción creativa:

El impulso fundamental que configura y mantiene en movimiento la maquinaria capitalista proviene de los nuevos productos de consumo, los

nuevos métodos de producción o transporte, los nuevos mercados.... [Este proceso] incesantemente revoluciona la estructura económica desde adentro, destruyendo incesantemente la antigua estructura, creando incesantemente una nueva. Este proceso de Destrucción Creativa es el hecho esencial que tiene lugar en el capitalismo. (p. 83)

Al interior de la economía del conocimiento, se considera que la innovación juega un papel central en los distintos procesos económicos. A nivel macro, existe evidencia de que la innovación es el factor dominante no solo en el crecimiento económico nacional sino en cuestiones como la determinación de los patrones internacionales del comercio. A nivel micro (al interior de las firmas) la I&D (junto a otras formas de innovación) es considerada como factor que mejora la capacidad de una firma para absorber y aprovechar nuevos conocimientos de todo tipo, no sólo de tipo tecnológico; sino a la vez de mejoramiento y mantenimiento de la posición competitiva.

Gestión

Iniciamos retomando el concepto de gestión, al cual se le llega a definir de diversas maneras. El concepto nace adoptando el verbo de origen francés y pretendiendo con ello llenar un vacío que en el bagaje administrativo significa una forma más audaz y heterodoxa de administrar, lo cual no figura en el idioma inglés, pero donde sí existen los conceptos de *administration* (administración),

management (gestión), *leadership* (liderazgo) o *direction* (dirección), con denotados distintos, acercándose el de gestión al de *management*.

La gestión, como lo señala Ospina (1993), tiene “una orientación más agresiva, orientada a la acción y a la solución creativa de los problemas de la administración dentro de un contexto de innovación” (p. 35). Asimismo, “la gestión implica la capacidad de operar sobre dimensiones clave de distintos sistemas y procesos, modificando sus estados y sus rumbos” (Albormaz y Fernandez, 1997, p. 1180); pero ello con una clara intencionalidad: generar, rescatar, analizar, madurar y aprovechar esas ideas divergentes que pudieran constituirse en innovaciones y obtener a favor de los actores involucrados un margen favorable de competitividad.

Bajo esta perspectiva, según Morales (2002), el concepto de gestión, aplicado a la innovación, requiere de ser precisado en su significado, para lo cual se han clasificado esas actividades de gestión en tres tipos: esporádicas, intermitentes y sistémicas:

1. **Esporádicas:** Actividades dirigidas a resolver un problema extraordinario superable mediante pocas acciones o procedimientos, regularmente ejecutables por una sola persona. Algunos ejemplos de esto podrían ser las comisiones que le otorga un jefe a un subordinado para resolver problemas

específicos, responsabilidades resolutivas que se toman gobernantes o políticos de cualquier nivel, etc.

2. **Intermitentes:** Para resolver situaciones problemáticas similares o iguales en muchos casos, siguiéndose un mismo camino, patrón, trámite, método o procedimiento, pero que no requieren de algún herramental teórico-conceptual explicativo, ni siquiera de tareas de análisis; son más bien mecánicas, aunque pudieran ser muy especializadas. Así, se tendrían ejemplos tales como la gran mayoría de los litigios de abogados, gestores de documentos de automóviles, de pasaportes, etc.
3. **Sistémicas:** Son actividades de proactiva, creativa y multidisciplinariamente a estimular de manera permanente; redes coherentes y refuncionalizadas de colaboración que deconstruyan y reconstruyan autónomamente los “recetarios” de la acción, conceptos, teorías, técnicas de uso y hasta una nueva cultura que permita gradualmente arribar a una nueva forma de vida; su acción es permanente, continua e íntimamente ligada a los beneficiarios.

Innovación

Miller y Morris (1999) afirman que la innovación es la transformación y mejoramiento del producto del proceso que busca comercialmente algo útil y valioso. El objetivo no es la innovación por la innovación, sino lograr la efectividad consistente de las organizaciones hacia sus diferentes grupos de

interés, la aceleración del cambio y la administración de la innovación continua y discontinua como medio para lograr la competitividad.

Con la innovación continua se llega a la especialización y con la discontinua se satisface nuevas necesidades de los consumidores a partir del desarrollo de un nuevo esquema de capacidades. Según los autores, “esto sucede porque nuevas combinaciones o inclusión de conocimiento, herramientas, tecnología y procesos cambian el carácter fundamental de las necesidades del cliente al cambiar las fronteras de lo que es posible. De hecho, el conocimiento nuevo continuamente crea nuevas realidades” (1999, p. 6).

Quizá una de las definiciones más acertada sea la aportada por Schumpeter, (citado en Berry y Taggart, 1994), quien asevera que la innovación se produce cuando se originan nuevas formas de organización, de mercados y fuentes de materias primas. Del mismo modo, Rothwell (1994) explica que la innovación requiere de técnicas, diseños, fabricación y de actividades comerciales y de gestión. Estas últimas deben estar implicadas en la venta de productos nuevos, así como en los procesos novedosos de fabricación o equipamiento.

Sin embargo, la innovación no depende necesariamente de la tecnología. De hecho, al considerar el proceso innovador, se pueden concebir innovaciones económicas, sociales, tecnológicas, organizativas, estratégicas, etc., que se originan y desarrollan en distintos departamentos de una empresa.

No obstante, Berry y Taggart (1994) mencionan que numerosos autores establecen una definición precisa para la innovación tecnológica, considerada como la innovación basada en la aplicación industrial de conocimientos científicos y tecnológicos. Dentro de esta perspectiva, ejemplifican a Freeman, quien distingue entre innovación e innovación tecnológica y se refiere a la tecnología simplemente como el cuerpo de conocimientos relacionados con las técnicas. Es decir, la innovación se utiliza para describir la introducción y difusión de productos y procesos nuevos y/o mejorados en la empresa, mientras que la innovación tecnológica estaría relacionada con los avances en el conocimiento.

Tecnología

Van Wyk (2004) menciona que la tecnología es el medio a través del cual se traslada el conocimiento científico a la solución de problemas concretos de una manera efectiva. De allí la tendencia de valorar a las ciencias en términos de lo que aportan a la sociedad. Por tanto, tecnología es crear competencias y se expresa en entidades tecnológicas que consisten en aparatos, procedimientos y habilidades.

Por otro lado, Benavides (1998) define a la tecnología como un sistema de información y conocimiento “derivado de la investigación, de la experimentación o de la experiencia y que, unido a los métodos de producción, comercialización

y gestión que le son propios, permite crear una forma reproducible o generar nuevos o mejorados productos, procesos o servicios” (p. 3).

De manera que, si deseamos trabajar para mejorar la gestión de la tecnología en los negocios, y tal vez desarrollar una estrategia tecnológica, se requiere cierta claridad y consenso. Como empresas habrá que ser diferentes en función de la tecnología definida como tal. Así pues, Ketteringham y White (1984) proponen el siguiente esquema:

SABER COMO + (VERBO) + COMPLEMENTO

Ejemplo: Saber cómo fabricar un robot.

Generalmente los mercados de importante crecimiento se derivan de las soluciones a problemas prioritarios de la sociedad. La tecnología es frecuentemente gran parte de dicha solución; pues transforma de paso las estrategias de las empresas. La esencia de la estrategia de negocios de la empresa es responder de una manera efectiva a las necesidades de sus clientes, presentándoles una oferta más atractiva que la competencia.

Luhmann (1997) sugiere que la gestión de la Innovación podría tener entonces dos denotados.

1. El área disciplinaria, en las regiones específicas, tiene como objeto el estudio de estrategias, condiciones y sistemas de manejo de recursos y oportunidades que permitan estimular la creatividad, promoverla, vincularla con el entorno

e introducir los resultados a la dinámica de las organizaciones con racionalidad y efectividad.

2. La serie de actividades realizadas por un gestor o equipo especializado de gestores, orientadas a acelerar la transformación de ideas en innovaciones, vinculando en todo momento a los suficientes agentes interesados en un marco regional y buscando que dichas innovaciones brinden satisfacción a cada participante sin generar conflicto en las variables de medio ambiente, opinión pública, intereses institucionales, comerciales, del consumidor y normativos.

En cambio, para Huber (2001) la Gestión de la Innovación exitosa comienza cuando una solución inventiva resuelve un problema de mercado en el contexto de la estrategia de una empresa. La solución deberá ser inventiva ya que, de otra forma, los competidores la copiarán fácil y rápidamente y se perderá la ventaja competitiva. El problema de mercado debe ser importante, para que el consumidor esté dispuesto a pagar el precio necesario para desarrollar los costos de desarrollo del artículo.

Modelos y Procesos de Innovación:

Rothwell (1994) sintetiza el modelo percibido del proceso de innovación junto con su práctica ha evolucionado en las cinco generaciones siguientes:

- **Primera generación:** Empuje tecnológico. Desde 1950, hasta la segunda mitad de los sesentas, el modelo dominante de innovación fue el denominado empuje tecnológico (technology -push). Es un modelo lineal que asume una progresión ordenada que va del descubrimiento tecnológico, pasando por la investigación aplicada, el desarrollo tecnológico y las actividades de producción, hasta concluir en los nuevos productos al mercado. El mercado es el lugar que recibe todos los frutos de la RyD. Un supuesto fundamental aquí es que a mayor RyD mayor innovación
- **Segunda generación:** El jalón de la necesidad o del mercado. A finales de los sesenta se registra un incremento de la competencia. Los estudios del proceso de innovación empiezan a darle mayor énfasis al mercado, lo cual lleva a concebir la innovación como determinada por la necesidad o por el mercado (need-pull o market-pull), mediante lo cual se percibía que las innovaciones provenían de las claramente articuladas necesidades de los clientes, con esta percepción se asumía que el mercado era la fuente de ideas y que el rol del departamento era reactivo
- **Tercera generación:** Modelo del acoplamiento. En la década de los setentas varios estudios empíricos mostraron que los modelos lineales de innovación por empuje tecnológico o jalón por necesidad estaban sobresimplificados o bien eran extremos o atípicos ejemplos de un proceso más general de

acoplamiento entre ciencia, tecnología y mercado; lo que puede ser descrito como un proceso lógicamente secuencial, aunque no necesariamente continuo que puede ser dividido en una serie de funcionalmente distintas pero interactuantes con etapas interdependientes, que representan la confluencia de capacidades tecnológicas y necesidades de mercado dentro del marco de una firma innovadora

- **Cuarta generación:** Modelo integrado. A pesar de que el modelo de la tercera generación del proceso de innovación contenía circuitos de retroalimentación, esencialmente, permanecía secuencial. En cambio, el modelo de la cuarta generación se caracteriza por ser paralelo pero integrado, cuyo ejemplo más notable se encuentra en la industria automotriz y en la electrónica, ambas de Japón
- **Quinta generación:** Integración de sistemas y redes. Consiste en el uso de sofisticadas herramientas electrónicas que incrementan la velocidad y la eficiencia del desarrollo de productos a través de todo el sistema de innovación, es decir al interior de la firma, pero también en el exterior, como proveedores, clientes y colaboradores. Esencialmente la quinta generación del proceso de innovación es la cuarta generación, pero con una nueva tecnología del cambio tecnológico para aumentar la velocidad y eficiencia de la innovación

Las fuentes de innovación

Drucker (2002) explica en “The discipline of innovation” una serie de fuentes que pueden dar origen a un proceso de innovación; cuatro de ellas dentro de una compañía o industria.

- La sorpresa: es el éxito o fracaso inesperado, el hecho inesperado producido en el exterior, pero dentro del entorno próximo.
- Las incongruencias o disonancias: es observar a fondo, buscando la realidad de lo que necesitan los clientes y la sociedad; es una fuente de innovación infalible.
- Las necesidades en los procesos internos de la empresa y la presencia de escalones débiles en los mismos.
- Los cambios en los mercados, como consecuencia de los ciclos de vida de los productos y los rápidos cambios de las necesidades de los clientes
- Los cambios en los valores y en las percepciones de las personas y de la sociedad.
- Las variaciones en la demografía: este es uno de los cambios más importantes y cuyos resultados afectarán a las sociedades y a la economía y a la empresa.
- Los nuevos conocimientos y las nuevas tecnologías, que afectan a la mayoría de los procesos de las empresas industriales de servicios y agrícolas

La gestión estrategia de la tecnología

Porter (1996) señala que todas las diferencias entre las organizaciones en precio o costo se derivan de los cientos de tecnologías requeridas para crear, producir, vender, y entregar productos o servicios. El costo se genera cuando ejecutan, y las ventajas en el costo provienen de hacerlas más eficientemente que la competencia.

En los países como el nuestro, las PYMES se han desarrollado por la necesidad de contar con un trabajo propio, por lo que hasta la fecha han cobrado gran relevancia por su contribución a la creación de mano de obra, a los avances tecnológicos, al incremento de la competitividad, al crecimiento económico, etc. Esto se debe en gran medida al espíritu innovador y al dinamismo de sus propietarios y dirigentes de las organizaciones empresariales que generan tecnologías y conocimientos, que tienen como resultados nuevos negocios, productos, mercados, patentes, procesos, etc.; y al mismo tiempo ventajas competitivas.

Ortiz y Pedrozo (2006) recomiendan que, si queremos que las PYMES tengan una mejor gestión de la innovación de base tecnológica, es necesario seguir un camino como el que se indica a continuación:

- Conocer muy bien el impacto que tiene la tecnología en las variables que determinan la competitividad de sus productos o servicios.

- Saber muy bien si su tecnología proporciona alguna ventaja respecto de la competencia en esas variables donde el impacto es importante.
- Conocer si nuestra tecnología tiene potencial para mejorarse o si ya llegó a su límite.
- Tener muy bien identificadas sus competencias tecnológicas (aquellas cosas en las que es verdaderamente buena o puede serlo).
- Saber dónde y que tanto puede y debe usar a la tecnología para hacer más competitivo el negocio, entonces toca definir los proyectos que lo permitan.
- Definidos los proyectos, determinar los recursos necesarios para realizarlos
- Si los recursos requeridos son más de los disponibles, revisar el portafolio de proyectos y ajustarlo siempre y cuando sea conocido a qué tanta ventaja se renuncia o deja de ganar, y cómo afectará al negocio.

Desarrollo Tecnológico

De acuerdo con Mokyr (1993) el progreso tecnológico se refiere a la introducción de cualquier cambio en la aplicación de información al proceso de producción que permite la obtención de un incremento en la eficiencia. Todo esto resultante o bien en la fabricación de un producto dado con menores recursos (esto es menores costos) o la elaboración de nuevos o mejores productos.

Se conoce como invención al incremento en el conjunto del total del conocimiento tecnológico de una sociedad dada, el cual es la unión de todos los

conjuntos de conocimiento tecnológico individual. Empero, no todas las invenciones son susceptibles de tener un uso práctico e incorporarse y convertirse en tecnologías en el proceso de producción. Como lo señala Mokyr, basado en autores como Burgelman, Kosnik y Van Den Poel, la tecnología se refiere al conocimiento práctico, know-how, habilidades y destrezas de las personas (skills), y mecanismos que pueden ser empleados en el desarrollo de un nuevo producto o servicio y/o nuevo sistema de producción. La tecnología puede estar implícita en personas, materiales, procesos físicos y cognoscitivos, planta, equipo y herramientas, y se reconoce la existencia de un tiempo de maduración antes de que una invención pueda convertirse en tecnología (por ejemplo, la ingeniería genética y el láser).

Por tanto, la innovación se refiere a la asimilación y explotación exitosa de una invención para la mejora de procesos o introducción de nuevos productos o servicios en el mercado. Por su parte, el desarrollo tecnológico se refiere a las actividades involucradas en conducir la invención a un uso práctico. La Comisión Europea (1995) señala que la innovación es considerada como "sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad [invención], en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad" (p. 4).

En la medida en que ha avanzado la evolución de las diferentes industrias, se hizo evidente que la obtención de nuevos conocimientos tecnológicos ha requerido ir más allá de la simple experiencia del personal involucrado en la producción. Surgen entonces los departamentos de investigación y desarrollo (I&D), cuya operación al interior de las empresas se ha consolidado como factor fundamental en la generación de innovación para la organización.

Para avanzar en la revisión de los conceptos asociados con el desarrollo tecnológico es necesario recurrir a las referencias aceptadas internacionalmente para la tipificación de conceptos y medición de los insumos y resultados económicos y tecnológicos de la I&D y la innovación, como lo son el Manual de Frascati, el Manual de Oslo y el Manual de Camberra. Es así que la investigación y desarrollo (I&D) incluye el avance creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de los conocimientos humanos, culturales y sociales y el uso de estos conocimientos para derivar nuevas aplicaciones. Según esto, es claro que la invención-innovación se alimenta del conocimiento resultante de la experiencia acumulativa de las actividades de I&D.

En el ámbito nacional existen investigaciones relacionadas con las variables, de ellos se tiene las siguientes:

La tecnología revoluciona cualquier industria y el sector construcción no es la excepción. En el mercado peruano, grandes constructoras y estudios de

arquitectos están implementando, en el proceso de desarrollo de un proyecto de infraestructura, el estándar Building Information Modeling (BIM).

Según Alejandro de León, country manager América Latina de Autodesk (citado en Gestión):

Es un concepto que tiene que ver fundamentalmente con un proceso de diseñar, construir una obra de infraestructura, desde una fábrica hasta una central hidroeléctrica. Es un concepto que existe en la industria de la construcción hace muchos años (que permite que) la tecnología, unida al concepto de establecer procesos, de resultados visibles y concretos. (2014, párr. 2)

2.3.2. Las medianas y pequeñas empresas (MYPES)

2.3.2.1. Rol de la MYPE en la estructura económica del Perú

Según la definición legal, las MYPES es una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Puede ser conducida por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee.

En el año 2005 las MYPES representaban, en términos cuantitativos, el 98.35 % del total de empresas en el Perú; mientras que tan sólo un 1.65 % eran grandes y medianas empresas. Este porcentaje se traducía en 2.5 millones de pequeñas y microempresas, de las cuales únicamente 648,147 MYPES eran formales. Ello muestra que la MYPE desde hace un buen tiempo es, numéricamente hablando, el estrato empresarial más importante de nuestro país. Su crecimiento ha sido una constante desde hace más de dos décadas. En el primer lustro de los años 2000, por ejemplo, registró un crecimiento de 29 % y ese ritmo se ha mantenido, en promedio, hasta la fecha. Esto se ha debido, entre otras razones, a la importancia que han ido cobrando los servicios dentro del mercado y al desafío que enfrentan las grandes y pequeñas economías para combatir el desempleo.

Si bien los porcentajes anotados muestran la realidad de la MYPE a nivel nacional, no debe olvidarse que, en nuestro país, su participación cobra especial relevancia al interior de las regiones. Si dividiésemos el país en cuatro zonas: norte, sur, centro (sin incluir Lima) y oriente, podríamos decir que es, justamente, en ese orden (de más a menos) en el que se registra la ubicación de la mayor parte de microempresas formales. En todas las regiones, la participación de la MYPE supera el 99.65 % y tan

solo en Lima es del 99.56 %. No obstante, la escasa participación de medianas y grandes empresas que se registra en cada una de las regiones representa una gran dificultad para el desarrollo de la MYPE. Este problema se acentúa con el alto nivel de centralismo que existe en nuestro país y que se refleja, también, en las operaciones del sector privado. Esta distribución del empresariado nacional trae como resultado una estructura privada desarticulada y deforme. De una parte, tenemos a unas pocas grandes empresas formales ubicadas básicamente en la capital y por otra, tenemos a miles de pequeñas y microempresas, en su mayoría informales, diseminadas por las distintas regiones del interior del país. Entre ambos bloques se nota la ausencia de un número suficiente de medianas empresas que permitan una sólida integración interempresarial. Junto a ello no podemos olvidar que la MYPE en el Perú ha sido, y es, un importante motor en la generación de empleos en los distintos sectores de la economía; destacando, sobre todo, el sector agropecuario y el sector de servicios y comercio. Porcentualmente, hace unos años, había aportado el 88 % de empleos en el sector empresarial. Esto, en número de empleos, significaba 7.2 millones de puestos de trabajo. No obstante, si lo comparamos con el sector informal de la MYPE, podemos señalar que la microempresa representaba el 92 % y la pequeña empresa el 40 %. Estas

cifras hacían un total de 86 % del total de empleos informales, en contraste con el 14 % que representaba el sector formal de la MYPE.

2.3.2.2. La presencia de la MYPE en los sectores productivos

Un somero análisis de la presencia de la MYPE en la economía nacional nos permite concluir que ella participa, prácticamente, de todos los sectores. Despunta, sobre todo, en los sectores no primarios (siendo el sector agropecuario en el que se registra una mayor participación de la MYPE formal). Esto le permite usar una mayor cantidad de mano de obra y le otorga un gran potencial para aumentar el valor agregado de la producción. Los sectores de comercio y servicios también registran una importante participación de las MYPES. Ello se debe, principalmente, a la facilidad para acceder y salir de estos sectores, lo que se traduce en un menor costo al momento de constituir una empresa dedicada a estos rubros. Esto guarda una estrecha relación con la poca participación que tiene la MYPE en el mercado externo; pues los rubros antes mencionados están dirigidos, sobre todo, al mercado interno. Ahora bien, dentro de los principales sectores económicos de exportación de las MYPES se encuentran los no tradicionales (productos de origen animal y vegetal, así como textiles y confecciones). Cabe resaltar, además, que el número de partidas exportadas ha ido en aumento; incorporándose, progresivamente,

muchas nuevas partidas comercializadas por las MYPES. No cabe duda, después de este repaso de cifras, que el rol que desempeña la MYPE en la estructura económica del país es bastante relevante. Y no solo por lo que evidencian los términos cuantitativos en relación al lugar que ocupan como estrato empresarial y a la fuente de empleo que supone, sino también al potencial que representan como motor del desarrollo empresarial. La MYPE representa un sector que se adapta fácilmente a las necesidades del mercado y que puede, por ello, dar una respuesta rápida a los cambios que se presentan en el entorno productivo.

Sin embargo, pese a la trascendencia de este estrato empresarial, su aporte al Producto Bruto Interno (PBI) no es significativo. En el 2005 alcanzó tan sólo un 42 %. Esto puede resultar sumamente llamativo, si pensamos que un 98 % de empresas que concentra el 88 % de empleos formales no contribuye ni tan siquiera con la mitad del PBI.

El poco impacto de la MYPE en el PBI se puede deber, entre otras razones, a las restricciones que le impiden explotar todo su potencial. Como antes mencionamos, el centralismo de las grandes y medianas empresas definitivamente es un factor que obstaculiza la adecuada articulación y desarrollo de las pequeñas y microempresas que, en su mayoría, se concentran en el interior del país. Además, cabe mencionar

como otras limitaciones internas a los problemas de información, la escasa capacidad operativa y gerencial, el uso inadecuado de tecnología, el difícil acceso a vías de financiamiento, entre otras. Es así como se explica su baja productividad y competitividad, que tienen como lógica consecuencia una menor rentabilidad.

2.3.2.3. Panorama actual de la MYPE

Lo expuesto en líneas anteriores nos permite plantear los retos que debe afrontar una MYPE para salir adelante en el mercado. Quizá, un primer tema a resolver podría ser su acceso al crédito. Si la MYPE pudiese contar con el capital financiero necesario su productividad podría incrementarse. En los años 1980, con la creación de las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC) y Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) se registra un intento por atender esta necesidad. Otro esfuerzo encaminado a resolver el problema de financiamiento de la MYPE lo constituye la creación de las Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EdMYPES) en los años 1990.

En vista del limitado interés de la banca múltiple por financiar a la MYPE, se crean las EdMYPES con el fin de facilitar la conversión de ONGs en instituciones financieras formales. Sin embargo, todo esto no ha sido

suficiente para superar esta primera traba con la que puede encontrarse un pequeño o microempresario.

Otro aspecto a tener en cuenta es que las MYPES tienen un alto nivel de mortandad o, si se quiere decir con otras palabras, una escasa probabilidad de vida en el mercado. De cada 10 MYPES solo 3 superan el primer año y, de estas, solo 1 supera los dos años. Esto muestra que el primer peldaño del sector privado es muy frágil. Las condiciones económicas, hoy en día, no auguran que una MYPE pueda sobrevivir sola, esto es, sin el apoyo de otras empresas, centros tecnológicos o instituciones de apoyo. Por esta razón, es necesario activar los mercados de salida de sus productos y consolidar los mercados de servicios para garantizarles una adecuada competitividad que les asegure un espacio en el sector empresarial. En esta línea, se debe apuntar a implementar medidas que pongan fin al tradicional aislamiento al que han sido sometidas las MYPES. Para acometer una nueva estrategia que brinde a estas empresas un camino claro de desarrollo, se puede aprovechar la nueva percepción que se tiene de la MYPE a todo nivel. Sin duda alguna, la función de estas empresas en el tejido empresarial se ha visto revalorizada desde hace un tiempo y se acepta, mayoritariamente, que el buen rumbo económico del país depende de un sector de pequeña y microempresa en óptimas condiciones.

Teniendo en cuenta los datos que arroja este diagnóstico, la propuesta para promover la PYME en el Perú ha estado orientada a reforzar este estrato empresarial, y para ello se debe lograr la consolidación y crecimiento de estas empresas; procurar que haya nuevas pequeñas empresas que tengan una mayor expectativa de vida; direccionar las microempresas viables hacia el estrato de la pequeña y mediana empresa. Asimismo, es necesario impulsar cualquier forma de cooperación, vertical u horizontal, entre las empresas. De este modo, una microempresa de sobrevivencia podrá convertirse en una microempresa viable. Esto redundará en el bienestar de todo el sector empresarial, que debe constituir un frente común frente a sus competidores que están en el exterior.

Son muchos los aspectos que podríamos abordar con relación a los distintos factores de la hoja de ruta a seguir en el crecimiento y fortalecimiento de la MYPE; sin embargo, en el presente trabajo nos centraremos en el régimen jurídico que le es aplicable, a fin de evaluar si la simplificación de trámites administrativos, la adecuación a ciertas leyes y la desregulación en general le brinda un entorno favorable no sólo para el desarrollo de sus negocios sino también para su formalización.

Veremos a estos efectos la normativa tributaria, laboral y administrativa a la que debe someterse una MYPE que decide formalizarse y evaluaremos en qué medida constituye un obstáculo o una traba para el libre ejercicio de su actividad y el aumento de su productividad.

Sabemos que el aspecto que hemos elegido abordar no es el principal problema que enfrentan los empresarios formales que se ubican en este sector, pero sí puede ser un condicionante al momento de decidir la formalización de aquellos que están en la marginalidad y también un sobrecosto que encarece y entorpece el crecimiento de una MYPE formal.

En el Perú la mayor absorción de mano de obra es por parte de las unidades económicas más pequeñas (MYPES) (García, 2011). Evidencia manifiesta en el Documento MTPS-INEI, 1999, que registra estadísticamente una caída del empleo en empresas de más de 100 trabajadores, es decir, en empresas medianas y grandes de Lima. Por otro lado, en el Documento ULPYME, MITINCI/GTZ, se afirma que la importancia de las unidades empresariales, en el Perú en 1999, estaba conformada por la siguiente estructura:

- Microempresas que representan el 96.1 %
- Pequeñas empresas que representan el 3.3 %
- Medianas y Grandes empresas que representan el 0.6 %

Total, de empresas 100.0 %

Asimismo, se afirma que los ingresos de los trabajadores de las MYPES son en promedio menores respecto a las empresas más grandes, debido a su mayor capacidad de absorber mano de obra con baja calificación y productividad.

2.3.2.4. Distinción entre Microempresa y Pequeña Empresa

Concepto Cualitativo de Pequeña Empresa

Dentro de las definiciones, la categoría Pequeña Empresa está asociada al crecimiento y desarrollo económico y a la competitividad. Las Pequeñas Empresas son unidades económicamente viables con capacidad de generar excedentes acumulables, crear nuevo empleo y contribuye a la competitividad del país. Son empresas formales, es decir, tributan y acatan las leyes laborales, tienen una organización con una elemental división del trabajo a nivel funcional y jerárquico. La dirección de la empresa recae directamente en el propietario y existen relaciones laborales familiares. Utilizan servicios financieros y no financieros con regularidad a fin de explotar sus ventajas. Existe una tendencia hacia la profesionalización de parte del empresario y de los trabajadores y al desarrollo de programas de capacitación. Utilizan tecnologías de

información básicas. Asimilan en sus procedimientos de gestión y producción el problema de la calidad.

Concepto Cuantitativo de Pequeña Empresa

Los requisitos para calificar a la Pequeña Empresa según el Decreto Legislativo 1086-2008, han variado en relación al régimen anterior (Ley 28015-2003), que consideraba hasta 50 trabajadores ocupados, en el nuevo régimen se ha incrementado a 100 trabajadores, asimismo, se han incrementado los ingresos anuales de 850 UIT a 1,700 UIT, es decir, se incrementan de 2'975,000 soles anuales a 5'950,000 soles.

Concepto Cuantitativo de Microempresa

La nueva Ley MYPE recoge la realidad de cada segmento empresarial: empresas familiares, microempresas y pequeñas empresas. Los requisitos para calificar a la Microempresa son los mismos que actualmente contempla la Ley 28015-2003, es decir, la empresa debe contar hasta con 10 trabajadores ocupados y sus ingresos anuales no deben superar los 150 UIT (525,000 soles).

Las características de las actividades económicas que realizan las microempresas y pequeñas empresas en el ámbito peruano están representadas en un conjunto de actividades heterogéneas, entre las que destacan las actividades terciarias que requieren bajos niveles de

inversión y facilidad para adaptarse a cambios de giro. Es decir, es el sector comercio y servicios el que más preferencias suscitan por parte de las MYPES.

Según el III Censo Económico Nacional (CENEC 1993-1994), de un total de 231,249 establecimientos MYPES, el 66.1 % se dedicaban al comercio y reparación de vehículos y de efectos personales, de los cuales correspondía a las Microempresas el 65.5 %. El 10.8 % de las MYPES se dedicaban a actividades de la industria manufacturera de pequeña escala. Según dicho Censo, las Microempresas ascendían a 226,388 establecimientos (el 97.9 %), y las Pequeñas Empresas ascendían a 4,861 establecimientos (el 2.1 %).

Según Rangos de Personal Ocupado, de la CENEC, la importancia relativa de la Mediana y Gran Empresa, en la generación de empleo, es similar a los establecimientos denominados Pequeña Empresa de 11 a 20 trabajadores ocupados (2.1 %). Sin embargo, en este rubro es relevante la presencia de las Microempresas.

Analizando los resultados de dicho Censo Económico, en el rubro distribución geográfica de los establecimientos de la Microempresa y Pequeña Empresa según Departamentos, en 1994, Lima concentraba el 35.8 % de los establecimientos MYPE. En el Departamento de Lima se

localiza un tercio de los negocios que realizan actividades comerciales y reparación de vehículos y efectos personales en todo el Perú; asimismo, el 41.0 % de las actividades manufactureras las realizan las MYPE. En ese periodo Lima concentraba el 35.0 por ciento del total de Microempresas y el 69.0 por ciento de Pequeñas Empresas.

El segundo censo económico nacional se llevó a cabo el año 2008, trece años después, por lo que una comparación estadística permitirá observar los cambios ocurridos durante ese largo periodo.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2010), El IV Censo Nacional Económico 2008 (CENEC) contiene el número de establecimientos censados; ordenados según ámbito geográfico, actividad económica, organización jurídica y categoría del establecimiento según estrato de personal ocupado, estrato de producción y estrato de ventas netas.

Los resultados del CENEC 2008 a nivel nacional, por estrato de personal ocupado y el valor de todos los bienes físicos e intangibles (valor de sus activos fijos e intangibles), revelan que pertenecen a la empresa cuya vida útil es superior a un año, es decir, que tienen la capacidad de producción o de proporcionar las condiciones necesarias para la generación de bienes y servicios. Según dichos resultados, las Microempresas (de 1 a 10

trabajadores ocupados), que ascienden a 667,210 establecimientos a nivel nacional, representan el 97.13 % del total de establecimientos. Mientras que el valor de sus activos fijos e intangibles (valor de sus inversiones), representan tan solo el 7.01 % de los activos totales a nivel nacional (20'920,725 nuevos soles).

Es muestra de la gran debilidad competitiva y estratégica de este tipo de establecimientos de productividad baja. En cambio, las grandes empresas (de 201 a más trabajadores ocupados), que suman 1,254 establecimientos, tienen un valor de inversiones aproximadamente diez veces mayor (69.61 %), por lo que son más competitivas y de alta productividad. Ello debe reflejarse en la generación de valor agregado (es la diferencia de la producción total del PBI, menos el consumo intermedio o valor de todos los insumos consumidos).

Correspondientemente son las empresas grandes las generadoras de mayor Valor Agregado (valor agregado = producción total – consumo intermedio), llegando a representar el 58.84 % del total de valor agregado generado a nivel nacional. Mientras que las microempresas solo representan el 13.89 %. A mayor inversión mayor valor agregado, que también puede reflejarse en el monto de las ganancias obtenidas.

Las Microempresas obtuvieron en el ejercicio 2007 un alto margen comercial debido fundamentalmente al valor de sus ventas (35.85 %), que superaron al conjunto de grandes empresas (22.80 %).

El bajo peso relativo en la participación de las cargas financieras por parte de la Microempresas es señal que no son consideradas sujetos de crédito, siendo este uno de los Problemas que enfrentan y que les impide crecer.

El financiamiento que consiguen, generalmente, es fuera del sistema financiero por lo que les resulta sumamente oneroso.

En cambio, las grandes empresas (de 200 a más) tienen acceso al financiamiento con ciertas ventajas por lo que su participación es elevada; es decir, de 52.10 %, frente al 10.18 % de las Microempresas.

2.3.3. Principales indicadores de la Región Áncash

Áncash es la sexta región que más aporta al Valor Agregado Bruto Nacional (VAB) (Ministerio, 2016). En el último quinquenio (2010-2014) se registró que el VAB de Áncash fue de 0.2 %, menor que Arequipa (4.2 %) y la Libertad (5.8 %). El PBI per cápita de Áncash es 94 % del promedio nacional.

Tabla 2

PBI per cápita, 2014 (Nuevos soles constantes por habitante)

Áncash	La Libertad	Arequipa	Nacional
14,152	10,621	17,778	14,988

Fuente: INEI (2007)

Ancash desarrolla principalmente las actividades de minería, manufactura, construcciones y comercio. Eso lo convierte en la primera región productora de cobre a nivel Nacional. La producción manufacturera se contrajo por menor producción de pesca industrial (Participa con 41.5 % en el sector).

Sin embargo, en el último quinquenio (2010-2014) las exportaciones de la región disminuyeron a una tasa promedio anual de 4.5 % por la menor producción minera (Vs. 1.6 % a nivel nacional). La minería es el motor de crecimiento de la región (83 % del total de las exportaciones de la región).

Áncash tiene el 2.9 % de las MIPYMES formales del Perú, con ocho por cada 100 personas en la PEA ocupada (vs. 10 a nivel Nacional). Las empresas del sector manufactura se concentran en la provincia de Asunción y Antonio Raimondi.

Tabla 3

Estructura productiva: empresas

Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
43,112	1,584	52	75

Fuente: SUNAT (2014)

Tabla 4

Número de empresas por sector

Actividades productivas	Número de empresas
Comercio	18,552
Servicios	17,887
Manufactura	2,747
Construcción	4,073
Agropecuario	368
Minería	823
Pesca	373

Fuente: SUNAT (2014)

El 6.8 % de las microempresas que iniciaron el 2007 ahora son pequeñas empresas (similar cifra a nivel nacional). Entre 2013 y 2014, el número

de empresas exportadoras aumentó en 8.7 % (227 empresas). El 79.7 % de las empresas exportadoras son MiPymes (vs. 72.9 % a nivel nacional)

2.3.4. La Ventaja Competitiva

Antes, la información estaba considerada como un factor entre otros en el proceso que determinaba los negocios; ahora, sin embargo, gracias a Porter (1997) hay una revaloración del valor de la información como factor determinante en las dinámicas económicas. Según el autor, la ventaja competitiva es producto de una revolución de información y teorías económicas; lo que ha provocado que haya un cambio en el concepto que cada gerente de empresa tiene sobre el papel de los sistemas de información. Asimismo, se reconoce que la información posee un alto potencial, pero que es menospreciada frente a su real; por lo que se sugiere que debe ser tratada como un recurso que cada organización podría y debería utilizar en su rubro de negocio.

La ventaja competitiva introducida por Porter guarda una relación estricta con el concepto de valor, que en muchos casos podemos sustituir al concepto tradicional de costo en términos de planificación empresarial. Las dos preguntas fundamentales en que se enfoca la ventaja competitiva son: 1) ¿Cuál es el valor rentable a largo o mediano plazo para un tipo de

empresa? y 2) ¿Cómo puede cada género de empresa asegurarse de producir y perpetuar este valor?

En términos generales, la respuesta de Porter (citado en Londoño, 2016) sustenta que:

“La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”. (párr. 13)

1.3.4.1. Plan para lograr una ventaja competitiva

Para que una empresa logre una real capacidad de generar valor a largo plazo, su estrategia empresarial, según Porter (1997), debe enfocarse en trazar un plan de ventaja competitiva sostenible en el tiempo. De acuerdo al autor, dos son los tipos de ventajas competitivas que se pueden observar en el mercado: 1) el liderazgo en costos, o sea la capacidad de realizar un producto a un precio inferior a nuestros competidores; y 2) la diferenciación del producto, o sea la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para los consumidores frente a los productos ofrecidos por nuestros competidores.

Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva

Como consecuencia directa de estos dos tipos de ventajas competitivas, Porter habla de tres estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial. Las estrategias que se pueden poner en acto, ya sea separado o en conjunto, según se el caso, para asegurar el crecimiento del valor de nuestra empresa, son las siguientes:

- **El liderazgo en costos**, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes. Este tipo de estrategia requiere una atención

prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios, por ejemplo: acceso privilegiado a las materias primas; oferta de un número mayor de productos en el mercado, ya que a mayor producción corresponde un menor costo per cápita; mayor eficiencia en las faenas que conlleva la producción, como puede ser un sistema de piezas obtenidas con máquinas en comparación con la producción manual; o un diseño del producto capacitado para facilitar su producción.

- **La diferenciación**, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construir su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto, distintas a las que ofrecen las empresas oponentes. Algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser: materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado; un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo; y ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. Es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que

siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma, en el caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos. Sin embargo, mientras este último no permite a dos empresas oponentes de afirmarse con igual fuerza en el mercado, con la diferenciación, dos empresas del mismo rubro que apuestan en características distintas para sus productos podrían lograr ambas un buen resultado en el mercado.

- **El enfoque**, que consiste en especializarse en un segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. Ejemplos concretos de enfoque pueden ser: una categoría especial de potenciales compradores, un área geográfica específica y un segmento particular de la línea de productos

Queda claro que cada estrategia puede asegurar una ventaja competitiva sostenible, solamente hasta cuando el mercado reaccione de forma eficaz a nuestra estrategia. En cuanto se presente una empresa capaz de ganar terreno y cambiar nuestra posición de supremacía se deberá recurrir a otra estrategia o bien cambiar los términos de la que hemos elegido para asegurarnos de no dejarnos derrotar por nuestros competidores.

Aplicar las tres estrategias ilustradas en líneas anteriores, al mismo tiempo en términos absolutos, resulta imposible para cualquier empresa. Sin embargo, como regla general es importante que el plan empresarial considere cuál de las estrategias quiere poner en acto como prioritaria. Pero pueden darse casos específicos en los cuales se podrá beneficiar de más de una estrategia. Porter habla de tres circunstancias en las cuales se pueden aplicar en conjunto la diferenciación y el liderazgo en costos:

1. En el caso que los competidores resulten muy ineficientes en sus planes de empresa;
2. En el caso que la empresa pueda contar con alguna tecnología exclusiva que no esté al alcance de los competidores;
3. En el caso que exista una fuerte posibilidad de coordinar estrategias comunes entre distintas empresas del mismo rubro, como cuando hay una participación societaria similar en empresas distintas que de hecho ya no se pueden considerar oponentes.

Porter le otorga un papel de primer nivel a las tecnologías en el desarrollo empresarial, con especial referencia a las tecnologías de la comunicación, que se pueden aplicar con excelentes resultados a cualquier rubro de negocio y que constituyen un valioso aporte a la estrategia competitiva.

De la correcta utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación podemos obtener varias ventajas, como:

- Mejor control de nuestro plan empresarial
- Mejor programación de la empresa
- Mejor posibilidad de llevar a cabo investigaciones de mercado efectivas
- Mejor capacidad de gestión, producto de una medición más exacta del mercado

La teoría de la ventaja competitiva ha sido uno de los mayores logros de Porter, pues le permitió desempeñarse con éxito como asesor estratégico de algunas de las multinacionales más conocidas del mundo como entre otras DuPont o Royal Dutch Shell y como asesor del mismo Gobierno de Estados Unidos. Sin embargo su empresa internacional de consultoría, Monitor, fundada en los Ochenta, no logró superar la crisis y fue adquirida por otro grupo tras declarar la bancarrota en 2008, lo que generó animadas discusiones entre los economistas que en la sustancia se dividen entre los que afirman que Monitor no fue capaz de poner en acto las teorías de su fundador y los que por contra consideran que las teorías mismas de Porter ya no están capacitadas para medirse de forma exitosa con el mercado de nuestra época. De hecho, el mismo Porter en un texto del 1990 titulada

“The Competitive Advantage of Nations” (La ventaja competitiva de las naciones), había reconocido que el modelo de las tres estrategias competitivas genéricas habría tenido que ser más dinámico para adaptarse a las nuevas condiciones impuestas por el mercado.

1.3.4.2. Calidad, Productividad y Competitividad

La contribución de Deming (1986) a los procesos de calidad en Japón fue el control estadístico de proceso. Consiste en un lenguaje matemático con el cual los administradores y operadores pueden entender "lo que las máquinas dicen". Las variaciones del proceso afectan el cumplimiento de la calidad prometida. Con la aplicación de este proceso observaron que los resultados fueron alentadores, indicando que efectivamente la productividad progresa al reducir la variación, a la cual Deming llama *Ciclo Shewhart*.

A partir de estos resultados, la siguiente reacción en cadena quedó grabada en Japón como un estilo de vida y llegó a estar en todas las pizarras de todas las reuniones con los directivos japoneses desde 1950 en adelante.

La mejora de la calidad llevaba a una reducción de los costes debido a que hay menos reprocesos, errores y retrasos; además de usarse mejor el tiempo-máquina y los materiales. Esto lleva a una mejora de la

productividad a través de la conquista del mercado con una mejor calidad y un precio menor, lo que permite mantener el negocio y la creación de más trabajo.

Una vez adoptada esta reacción en cadena, todos los directivos de Japón tenían un objetivo común: la calidad. Al no existir presión para conseguir dividendos, la búsqueda de la calidad se convirtió en un estrecho enlace entre la dirección y los operarios. Lo que originó que Deming presentara el ciclo PDCA: planear, hacer, verificar, actuar en los años 50 en Japón. Sin embargo, fue Shewhart (1986) el creador de este concepto, por lo que también se le denomina *Ciclo de Shewhart* o *Ciclo de Deming*, indistintamente. En Japón el ciclo PDCA ha sido utilizado desde su inicio como una metodología de mejora continua y se aplica a todo tipo de situaciones. Posteriormente, los estadounidenses, ante el empuje de la industria japonesa, recuperan estos conceptos que les habían pasado desapercibidos en la figura del propio Deming y su más aventajado discípulo, Malcolm Baldrige.

Los 14 principios de Deming

Deming (1986) sostenía que las causas del fracaso de una compañía son producto de los costos de la puesta en marcha, la devaluación, la competencia, la elevación de costos, o cualquier otro factor, a excepción

de la mala gestión. Esto requiere que la dirección, para mejorar la calidad, la productividad y la competencia, no solo dependa de la experiencia; sino que es necesario en que cada uno haga lo mejor que sepa hacer. Es decir, primero es necesario que las personas conozcan lo que deben hacer. Por otro lado, hacen falta unos cambios drásticos. Este consiste en la transformación del aprender cómo se debe cambiar; es decir, comprender y poner en práctica los 14 principios para solucionar los problemas de la empresa.

Los 14 principios de Deming fueron la base para la modificación de la industria americana. La adopción y actuación sobre los 14 puntos es una señal de que la dirección tiene la intención de permanecer en el negocio y apunta a proteger a los inversores y los puestos de trabajo. Sirven en cualquier parte, tanto en las pequeñas compañías como en las más grandes empresas de servicios y en las dedicadas a la fabricación.

Los principios son los siguientes:

1. Crear constancia en la mejora de productos y servicios, con el objetivo de ser competitivo y mantenerse en el negocio, además proporcionar puestos de trabajo.

2. Adoptar una nueva filosofía de cooperación en la cual todos se benefician, y ponerla en práctica enseñándola a los empleados, clientes y proveedores.
3. Desistir de la dependencia en la inspección en masa para lograr calidad. En lugar de esto, mejorar el proceso e incluir calidad en el producto desde el comienzo.
4. Terminar con la práctica de comprar a los más bajos precios. En lugar de esto, minimizar el costo total en el largo plazo. Tener un solo proveedor para cada ítem, basándose en una relación de largo plazo de lealtad y confianza.
5. Mejorar constantemente y por siempre los sistemas de producción, servicio y planificación de cualquier actividad. Esto va a mejorar la calidad y la productividad, bajando los costos constantemente.
6. Establecer entrenamiento dentro del trabajo (capacitación).
7. Establecer líderes, reconociendo sus diferentes habilidades, capacidades y aspiraciones. El objetivo del supervisor debería ser ayudar a los trabajadores, máquinas y dispositivos a realizar su trabajo.
8. Eliminar el miedo y construir confianza, de esta manera todos podrán trabajar más eficientemente.

9. Borrar las barreras entre los departamentos. Abolir la competición y construir un sistema de cooperación basado en el mutuo beneficio que abarque toda la organización.
10. Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas pidiendo cero defectos o nuevos niveles de productividad. Estas exhortaciones solo crean relaciones de rivalidad, la principal causa de la baja calidad y la baja productividad reside en el sistema y este va más allá del poder de la fuerza de trabajo.
11. Eliminar cuotas numéricas y la gestión por objetivos.
12. Remover barreras para apreciar la mano de obra y los elementos que privan a la gente de la alegría en su trabajo. Esto incluye eliminar las evaluaciones anuales o el sistema de méritos que da rangos a la gente y crean competición y conflictos.
13. Instituir un programa vigoroso de educación y auto mejora.
14. Poner a todos en la compañía a trabajar para llevar a cabo la transformación. La transformación es trabajo de todos.

Por otro lado, Luna (2012) afirma que el éxito de las pequeñas y medianas empresas radica en la posibilidad de ser competitiva y porque asumen un papel importante, ya que constituyen un enfoque alternativo que implica el éxito económico a partir de la relativa abundancia de los factores de la

producción. Finalmente, con la colaboración del capital humano se logran los objetivos establecidos, por medio de su creatividad e innovación constante, teniendo en cuenta desde cualquier punto de vista.

En cambio, Fernando (2012), a partir de su análisis de la crisis del 2008 y la posterior recesión mundial, asevera que es posible construir una economía que efectúe el empleo y brinde oportunidades de progreso y bienestar para todos. No obstante, la solución tendrá que partir de todos los involucrados en el sector administrativo. En otras palabras, se tendrá que dejar fluir el talento e inteligencia de los pueblos. Pero para lograrlo es necesario abandonar las ideologías que nublan la razón, puesto que de lo contrario será imposible entendernos si ellas prevalecen, en especial si el pensamiento único neoliberal sigue dominando la escena. Además, es requerible relacionarla con la creación de unidades productiva, es decir la MYPES.

1.3.4.3. La productividad de la MYPES en el Perú

Según Villaran (2016) en los países subdesarrollados como el Perú, las MYPES tienen una productividad muy baja, lo que genera y estancamiento en la pobreza y la informalidad. Sin embargo, al mismo tiempo generan empleo, y esto es a lo que se denomina subempleo. Estas son entre el 60 % y el 90 % y contribuyen con el 40 % y el 70 % del PBI.

En los países desarrollados están integradas a las cadenas de valor, como el caso de las 47,000 empresas subcontratistas de Toyota, y tienen alta productividad. Asimismo, son fuente de las innovaciones disruptivas, es decir, las más radicales y revolucionarias.

Durante los últimos 25 años se ha intentado reducir la informalidad, a través de la propuesta de De Soto: simplificando trámites y entregando títulos de propiedad. Si bien esta propuesta fue aceptada por los gobiernos de Fujimori y García II, la informalidad ha seguido en crecimiento.

De manera que, aunque en la actualidad el Perú ha apoyado a la MYPES, entre ellos a los emprendedores, a las nuevas empresas de alta tecnología, a la investigación científica y tecnológica y a la innovación, ha tomado una postura antineoliberal.

2.4. Definición de términos

1. Finanzas

Es el conjunto de actividades que permiten una administración idónea del dinero, ya sea en un periodo largo o en condiciones riesgosas, todo ello con propósito de generar valor para los accionistas.

2. Mercado de dinero

El mercado es un ambiente que permite el diálogo entre compradores y vendedores con el fin de intercambiar bienes y servicios. Un mercado puede ser un lugar virtual o físico.

3. Sistema Financiero

Conjunto de mercados donde se producen los encuentros entre personas y empresas, o sea los ofertantes, que poseen excedentes de dinero con los que necesitan dinero, es decir los demandantes. Asimismo, el sistema financiero es el conjunto de mercados donde se transa dinero y activos financieros, como acciones, bonos, entre otros.

4. Innovación

La innovación es una ventaja competitiva que todos los actores de la productividad deben alentar: las instituciones educativas, las empresas y las instancias gubernamentales. No será por decreto, debe ser a través de un plan estratégico de generación y fomento de la innovación convencidos de que es una ventaja competitiva de carácter urgente. (González, 2008).

5. Instituciones Microfinancieras No Bancarias (IMFNB)

Dentro de esta categoría se encuentran las Cajas Municipales, las EdMYPES y las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito.

6. Banca de Inversión

Se refiere a las empresas agrupadas que tienen como finalidad ofrecer los servicios de emisión de bonos y acciones, así como la asesoría en fusiones y adquisiciones, fideicomisos, entre otros. Tienen como clientes mayoritarios a las empresas corporativas; además de las empresas medianas, que resultan en menor escala.

7. Compañías de Seguros

Este tipo de empresas se especializan en ofrecer coberturas, a las que se denominan pólizas, contra diversos tipos de riesgos específicos a cambio del pago de una prima. Existen firmas especializadas en seguros para personas y otras en seguros de bienes. La cobertura se activa, como es lógico, sólo cuando el evento contra el cual se aseguró la persona o el bien se presenta. En ese caso, la compañía de seguros le ofrece un pago por el daño que sufrió la persona o el bien asegurado. Dicho pago está pactado de antemano en la póliza contratada. (Briceño, 2009)

8. Crédito

Cantidad de dinero que presta un banco o una caja de ahorros y que debe ser devuelta en un período determinado en las condiciones pactadas. (Real Academia Española, 2014, definición 1)

9. Créditos comerciales

Son los destinados a financiar producción y comercialización de bienes y servicios. Están considerados dentro de esta definición a los créditos otorgados a empresas a través de tarjetas de crédito y operaciones de arrendamiento financiero.

10. Créditos a la microempresa (MES)

Bajo este rubro se encuentran los créditos otorgados a personas o empresas que reúnan las características siguientes: Montos en activos, sin considerar inmuebles, menores o iguales a US\$ 20,000 o su equivalente en moneda nacional. Deudas en todo el sistema financiero no mayores a US\$ 30,000 o su equivalente en moneda nacional. (Briceño, 2009)

11. Sobregiro

También denominado crédito en cuenta corriente, este producto puede ser ofrecido sólo por instituciones financieras que estén autorizadas a abrir cuentas corrientes a sus clientes. Un sobregiro permite a la empresa que lo solicita, girar cheques o solicitar cargos en su cuenta corriente sin contar con efectivo, esperándose que un plazo muy corto (8 días o menos) el saldo negativo se regularice.

12. Tarjetas de crédito

También conocidas como “dinero plástico”, se refiere a las líneas de crédito que permiten, a las personas naturales y empresas que las posean, utilizarlas en compras, ya sea en establecimientos afiliados o mediante disposiciones en efectivo a lo largo de 30 días. Al término, se podrá pagar bajo cualquiera de las tres modalidades siguientes: full, pues tendrá que cancelar el 100 % de lo utilizado, así haya requerido el día 29 del ciclo de facturación; y mínimo, porque deberá pagar un porcentaje de las compras efectuadas o los fondos obtenidos, usualmente 1/12 de lo utilizado.

13. Activo

Representan todos los recursos económicos que posee la empresa, ya sea en bienes (maquinarias, muebles, equipos), derechos y/o valores. En otras palabras, un activo se considera un bien material, ya sea dinero, una propiedad, maquinaria, etc., o inmaterial como pueden ser los derechos de propiedad intelectual, las marcas, etc., y que se asienta o anota, en los registros contables. (Weinberg, 2009)

14. Ahorro

Es la parte del ingreso que no se destina al gasto y que se reserva para poder reinvertirlo en el negocio o posibilitar un mayor consumo futuro. El ahorro es

la diferencia entre el ingreso disponible y el consumo o gasto efectuado por una persona o una empresa. (Weinberg, 2009)

15. Alianza estratégica

Consiste en establecer una relación o vínculo entre dos o más personas o empresas, que comparten sus recursos a fin de trabajar juntas para conseguir un beneficio mutuo. Esta forma de cooperación permite a las empresas establecer acuerdos comerciales (compra o venta de productos o materia prima), adaptarse a los cambios tecnológicos y reducir la incertidumbre en mercados nuevos. (Weinberg, 2009)

16. Análisis FODA

Es una herramienta que sirve para analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa y así determinar su situación competitiva frente a los competidores. Su principal función es detectar y analizar las variables externas que podrían afectar a la organización, así como los recursos y capacidades internas con las que cuenta la organización, para luego diseñar las estrategias más adecuadas para alcanzar los objetivos planteados. (EquipoJC, 2011)

17. Autogestión

Es la gestión directa de los recursos de una organización por parte de sus integrantes o de quienes trabajan en ella. (Weinberg, 2009)

18. Benchmarking

Es el proceso continuo y sistemático de evaluar las prácticas y procesos de una empresa, con el objetivo de compararlos con otras empresas que se encuentran en mejor posición, ya que esto posibilitará adaptar dichas ventajas a las necesidades de la empresa. Este es un proceso de mejora continua.

19. Bienes sustitutos

Son los encargados de la satisfacción de las necesidades del consumidor. Alguno de estos son el té, el café, la carne de ave, la carne de vacuno, incluso un pasaje en bus o en tren.

20. Capital

Total, de recursos materiales (terrenos, bienes, equipos), financieros (dinero, acciones) y humanos (personal) que posee una empresa. El capital puede ser tangible (dinero, bienes materiales) o intangible (contactos, patentes, prestigio de una marca, imagen). (Mathews, 2009)

21. Capital de trabajo

Es la cantidad de dinero que requiere una empresa para poner en marcha sus operaciones. El capital de trabajo, a diferencia del capital para inversiones, suele cubrir las compras de materia prima, pago de mano de obra, alquiler del local, publicidad, servicio de luz, servicio de agua, servicio de teléfono y todos aquellos gastos en los que una empresa tenga que incurrir para producir el bien

o servicio que debe vender (no incluye inversiones en maquinarias o equipos).

(Weinberger, 2009)

22. Capital social

Es el aporte en dinero o bienes que los socios de una empresa proporcionan para dar origen a la misma o para aumentar el patrimonio de la empresa. Este capital se transforma en el patrimonio de una empresa y crece en valor a medida que esta acrecienta sus utilidades. También se entiende como capital social a la red de contactos que las personas tienen y que suelen ser valiosos.

(Weinberger, 2009)

23. Cliente potencial

Se refiere al cliente que podría consumir el producto o servicio en venta; ya sea conociendo o no el producto o el servicio de la empresa.

24. Comercio electrónico

Es la venta de productos y servicios que se efectúa a través del Internet; es decir, tanto las actividades de mercadotecnia (promoción, publicidad, soporte de ventas, etc.) y el contacto con el cliente, se realizan a través de los medios electrónicos (una página web o el correo electrónico); de tal manera que el diálogo que se realice puede ser de forma sincrónica o asincrónica.

25. Competencia

Es el conjunto de empresas que producen o elaboran productos o servicios similares o sustitutos a los que desarrolla una determinada empresa. Se denomina competidor directo a aquel que produce el mismo producto o servicio para el mismo mercado objetivo, satisfaciendo la misma necesidad del cliente. (Weinberger, 2009)

26. Competitividad

Es la capacidad de atraer, generar y/o desarrollar las capacidades y talentos necesarios en una empresa, con el objetivo de lograr altos niveles de productividad que permitan a la empresa generar ventajas frente a la competencia.

27. Capital Humano

El Capital humano que, a través de sus ideas, pensamientos, innovaciones y su creatividad es capaz de influir en los resultados positivos de las empresas ya que es la base fundamental de éstas para generar utilidades y alcanzar objetivos por tal motivo se debe de considerar como el recurso más valioso de toda organización. Retomar al factor humano como lo más valioso de la organización permite dar oportunidad de desarrollo a cada una de las personas involucradas. (Conde, 1996).

28. Creatividad

Capacidad del cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original. Se relaciona con la efectiva integración de ambos hemisferios cerebrales. (Longoria, 2005)

2.5. Hipótesis

Hipótesis General

El capital humano: conocimiento, creatividad y experiencia laboral incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

Hipótesis Específicas

1. El Capital humano de las MYPES con sus conocimientos crea mayor innovación y productividad para desarrollar una ventaja competitiva del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.
2. Existe incremento en el nivel de creatividad en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

3. El grado de competitividad de las pymes del Callejón de Huaylas se asocia con la baja producción y pobre experiencia laboral de su capital humano de las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

2.6. Variables

Variable dependiente

Competitividad de las MYPES

Variable independiente

Capital humano

2.6.1. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES PROXY	ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	ESCALA	TIPO DE DATOS	FUENTE DE DATOS
Dependiente							
Competitividad	Económico	Innovación Productividad Competencia	Genera nuevas ideas Volumen de producción Optimización de recursos - Capacitación constante Mejora la producción Mayor grado académico Incremento en ventas	Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Parcialmente en desacuerdo Totalmente en desacuerdo	Ordinal	Cualitativa	Primaria/encuesta
Independiente							
Capital humano	Económico	Conocimiento	Genera nuevas ideas, volumen de producción, optimización de recursos, Capacitación constante. Mejora la producción Mayor grado académico Incremento en ventas Mejora procesos de Producción, Alcanzar metas, Genera ideas. Recursos tecnológicos Disminución de merma. Aumento de ventas Incremento de recursos. Procesos.Tecnología	Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Parcialmente de desacuerdo Totalmente de desacuerdo	Ordinal	Cualitativa	Primaria/encuesta
		Creatividad	Mejora la producción Incremento de Productividad. Eficiencia de recursos Habilidades Controla adecuadamente Objetivo en ventas	Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Parcialmente de desacuerdo Totalmente de desacuerdo	Ordinal	Cualitativa	Primaria/encuesta

		Experiencia Laboral		Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo Parcialmente de desacuerdo Totalmente de desacuerdo	Ordinal	Cualitativa	Primaria/encuesta
--	--	---------------------	--	--	---------	-------------	-------------------

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es cuantitativa, ya que para probar las hipótesis se utilizó la recolección de datos, con base en el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar las teorías; y de acuerdo al alcance correspondió al tipo explicativo, puesto que, según Hernández et al. (2014), se pretendió establecer las causas de los fenómenos estudiados.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue experimental, debido a que se manipuló la variable independiente. Así mismo, correspondió a la investigación transversal, ya que los datos recolectados de la variable independiente, el capital humano, y de la variable dependiente, la competitividad, se tomaron en un solo momento (Hernández et al., 2014).

Etapas del diseño de la investigación

Etapas I

Se desarrolló una investigación preliminar que nos permitió extraer información de la situación; además sirvió para detectar posibles errores en la metodología.

Etapa II

Se recopiló información. En el primer paso se determinó el tamaño de la muestra de la población a la que se realizó la encuesta; posteriormente se recogió la información física a través de los encuestadores.

Etapa III

Se analizaron los datos. Una vez obtenidos los datos en la fase anterior, el siguiente paso fue procesarlos; esto a través de la creación de una base de datos que facilitó el trabajo. A continuación, los datos fueron sometidos a las técnicas estadísticas para su análisis. Para ello, fue necesario el uso del programa informático Eviews. La comparación y el análisis de los datos dieron lugar a numerosas gráficas e índices estadísticos, entre otros indicadores, que fueron elaborados por expertos en dicha técnica.

Etapa IV

Se interpretaron y presentaron los resultados. Una vez conseguida la información de tipo estadístico en la fase anterior, fue necesario traducir dicha información a términos que pueda ser entendida. Para ello, la información estadística fue interpretada y, posteriormente, se elaboró un informe donde se incluyeron las conclusiones y recomendaciones para el logro de los objetivos propuestos.

3.3. Población y muestra

Población: La población del número de empresa de las MYPES fue de 43,112 micro y 1,584 pequeñas empresas del Callejón de Huaylas, con un total de 44696 empresas.

Tabla 6

Población de la MYPES

Detalle	Número	Porcentaje
Microempresas	43112	96%
Pequeñas empresas	1584	4%
TOTAL	44696	100%

Muestra: El tamaño de la muestra se va a determinar con la siguiente formula:

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

Dónde:

n = Número de Muestra

$1 - \alpha$ = Nivel de confianza

Z = Coeficiente de confiabilidad

e = error de estimación

p = Población con la característica de interés de estudio.

q = Población sin la característica de interés de estudio.

$1 - \alpha = 95\%$, $z=1.96$ e $= 5\%$, $p = 23.4\%$, $q = 76.6\%$

Tabla 7

Muestra de las MYPES por rubros de actividad

Población	44646
Nivel De Confianza	95,00%
p =	23.40 ¹ %
q = (*)	76.6%
z =	1,96
E = (*)	0,05

Tabla 8

Aplicación de la formula para poblaciones finitas

DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO	FÓRMULA	RESULTADO
Fórmula Directa cuando la Población es FINITA (*)	$n_0 =$	$n = \frac{Z^2 p.q.N}{E^2 (N - 1) + Z^2 p.q}$	274

¹ Competitividad alta 23.4 % de la MYPES de la muestra piloto.

Donde:

Z = Margen de confiabilidad (expresado en desviaciones estándar).

P = Proporción de que el evento ocurra (expresado por unidad).

Q = Proporción de que el evento no ocurra (1-P).

e = Error de estimación (máximo error permisible por unidad).

N = Población (universo a investigar).

N-1 = Factor de corrección por finitud

N = 274

 → El tamaño de muestra es de 274.

El tamaño de la muestra se ha considerado la cantidad de 274 empresas, con un grado de confianza de 95 % y un error permisible de 5 %.

3.4. Técnicas e Instrumento(s) de recolección de datos

Para la información primaria se usó de técnica la encuesta; y como instrumento se usó el cuestionario, que consistió en una serie de preguntas aplicadas a los pequeños empresarios de la muestra, orientadas a determinar el nivel de competitividad del sector. En este caso, el formato estuvo basado en la escala de Likert con valores de 4 a 1 y con una interpretación de “totalmente de acuerdo” hasta “totalmente en desacuerdo”. Los datos están acotados sobre la máxima puntuación de cada variable por cuestiones de homogeneidad del conjunto de variables, trasformando las entradas a escala de porcentajes y no afectando con

ello el análisis de correlación que es independiente de la escala. Con todo ello se gana la claridad en la interpretación de los datos.

En cambio, para la información secundaria, se hizo una revisión bibliográfica de fuentes pertinentes y de credibilidad.

3.5. Plan de procesamiento y análisis estadístico de datos

El estudio se centra en la aplicación del capital humano, que tiene que ver con la gestión empresarial, para desarrollar la competitividad con la propuesta de un modelo. La variable manipulada fue la independiente, con tres dimensiones: conocimiento, creatividad y experiencia laboral; que permitió generar mayor innovación e incrementó la productividad para mejorar la competitividad, variable dependiente de la investigación.

La contrastación de la hipótesis es la actividad que, mediante la observación, la experimentación, la documentación y/o la encuesta sistemática, comprueba (demuestra), si una hipótesis es falsa o verdadera.

La Contrastación por documentación se realizó de la siguiente manera: se comparó un enunciado hipotético con una fuente de información pertinente y de credibilidad y con base a esta comparación, se realizó una inferencia (conclusión) sobre la veracidad o falsedad del enunciado. Para la contratación de la primera hipótesis específica se realizó por esta forma.

La contrastación por muestreo y cuestionario ha llegado a ser uno de los métodos más importantes, al mismo tiempo el más complejo en las ciencias sociales actuales. Para la contratación de la segunda hipótesis específica mediante la encuesta se utilizó el Excel y SPSS y la prueba de Chi cuadrado de Pearson con un nivel de confianza de 95 %.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados que a continuación se presenta se analizaron conforme a los objetivos planteados en la tesis. Por tanto, se analizaron el capital humano, y luego se tomó en cuenta la prueba de hipótesis correspondiente con la hipótesis planteada en esta investigación. Los resultados son los siguientes:

4.1 Presentacion de Resultados

Del objetivo general

Determinar la influencia de la teoría del capital humano en el desarrollo de la competitividad de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

Tabla 1

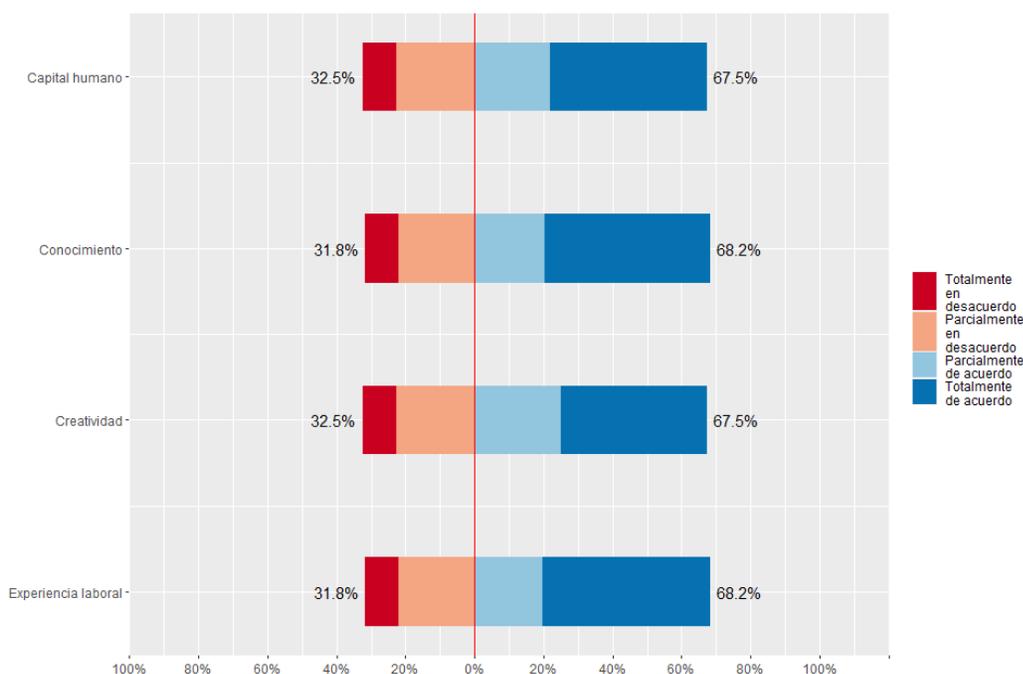
Distribución de frecuencias de las dimensiones que miden capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Capital humano	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	60 (21.9 %)	125 (45.6 %)	274
Conocimiento	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	56 (20.4 %)	131 (47.8 %)	274
Creatividad	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	69 (25.2 %)	116 (42.3 %)	274

Experiencia laboral	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	54 (19.7 %)	133 (48.5 %)	274
---------------------	---------------	----------------	----------------	-----------------	-----

Figura 1

Diagrama de barras de las dimensiones que miden capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018



Descripción:

- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están totalmente en desacuerdo con el capital humano dentro de la MYPES, teniendo en cuenta su conocimiento, creatividad y experiencia laboral; el 22.6 % se encuentran parcialmente en

desacuerdo; mientras que el 21.9 % parcialmente de acuerdo y el 45.6 % totalmente de acuerdo.

En suma, el 32.5 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con el capital humano dentro de la MYPES, teniendo en cuenta su conocimiento, creatividad y experiencia laboral; en tanto que el 67.5 % están de acuerdo. Y dado que las MYPES se caracterizan de tener pocos trabajadores, en muchos casos el propio dueño que es el administrador y trabajador, está convencido de que le falta capacitación; por esta razón con un 67.5 % tiene la necesidad de potenciar ese factor humano que les falta.

- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están totalmente en desacuerdo con los conocimientos del capital humano de las PYMES; el 21.9 % se encuentran parcialmente en desacuerdo; el 20.4 %, parcialmente de acuerdo y el 47.8 %, totalmente de acuerdo.

En resumen, el 31.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con los conocimientos del capital humano de las PYMES, en tanto que el 68.2 % están de acuerdo.

- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están totalmente en desacuerdo con el desarrollo de la creatividad del capital humano de las MYPES; el 22.6 % se encuentran parcialmente en desacuerdo; el 25.2 %, parcialmente de acuerdo y el 42.3 %, totalmente de acuerdo.

En suma, el 32.5 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con el desarrollo de la creatividad del capital humano de las MYPES; en tanto que el 67.5 % están de acuerdo.

- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con la experiencia laboral del capital humano de las MYPES; el 21.9 % se encuentran parcialmente en desacuerdo; el 19.7 %, parcialmente de acuerdo y el 48.5 %, totalmente de acuerdo.

En síntesis, el 31.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con la experiencia laboral del capital humano de las MYPES; en tanto que el 68.2 % están de acuerdo.

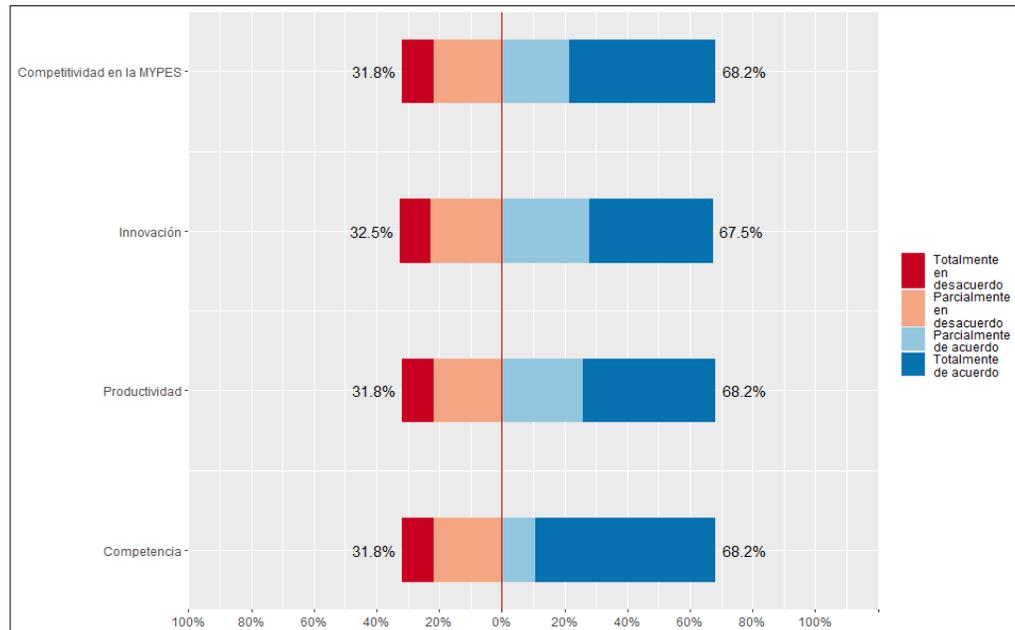
Tabla 2

Distribución de frecuencias de las dimensiones en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Competitividad en la MYPES	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	59 (21.5 %)	128 (46.7 %)	274
Innovación	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	76 (27.7 %)	109 (39.8 %)	274
Productividad	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	71 (25.9 %)	116 (42.3 %)	274
Competencia	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	29 (10.6 %)	158 (57.7 %)	274

Figura 2.1

Diagrama de barras de las dimensiones en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018



Descripción:

- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están totalmente en desacuerdo con el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES; el 21.9 % se encuentran parcialmente en desacuerdo; el 21.5 %, parcialmente de acuerdo y el 46.7 %, totalmente de acuerdo.
En suma, el 31.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES; en tanto que el 68.2 % están de acuerdo.
- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están totalmente en desacuerdo con la innovación para desarrollar una ventaja competitiva en las PYMES; el 22.6

% se encuentran parcialmente en desacuerdo; el 27.7 %, parcialmente de acuerdo y el 39.8 %, totalmente de acuerdo.

En resumen, el 32.5 % de las MYPES del Callejón de Huaylas, están en desacuerdo con la innovación para desarrollar una ventaja competitiva en las PYMES; en tanto que el 67.5 % están de acuerdo.

- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están totalmente en desacuerdo con el incremento de la productividad del capital humano de las MYPES; el 21.9 % se encuentran parcialmente en desacuerdo; el 25.9 %, parcialmente de acuerdo y el 42.3 %, totalmente de acuerdo.

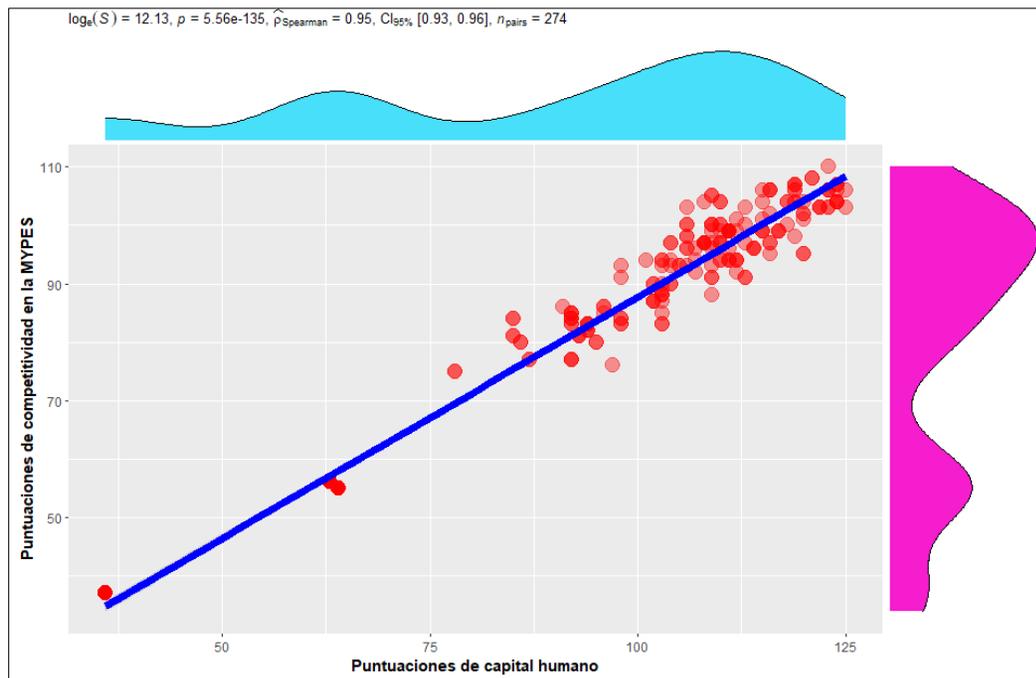
En suma, el 31.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con el incremento de la productividad del capital humano de las MYPES; en tanto que el 68.2 % están de acuerdo.

- El 9.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con la experiencia laboral del capital humano de las MYPES; el 21.9 % se encuentran parcialmente en desacuerdo; el 10.6 %, parcialmente de acuerdo y el 57.7 %, totalmente de acuerdo.

En síntesis, el 31.8 % de las MYPES del Callejón de Huaylas están en desacuerdo con la experiencia laboral del capital humano de las MYPES; en tanto que el 68.2 % están de acuerdo. Como en toda actividad productiva el capital humano es lo mas importante y lo mas valioso que posee la empresa.

Figura 2.2

Correlación de las dimensiones en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018



Descripción:

A partir de la presente figura, se observa una correlación lineal simple positiva entre las puntuaciones de capital humano dentro de la gestión empresarial y las puntuaciones de competitividad en la MYPES en el Callejón de Huaylas en el periodo 2018; por lo que el capital humano en la gestión empresarial enfocada hacia el conocimiento, creatividad y experiencia laboral se correlaciona positivamente con la competitividad

de las MYPES en el Callejón de Huaylas en el periodo 2018. Justamente las encuestas demuestran que existe una correlación estadística entre la competitividad y los conocimientos, creatividad y experiencia laboral.

De los objetivos específicos

Objetivo específico 1

Analizar la influencia y su efecto del capital humano de las MYPES con sus conocimientos crea mayor innovación para tener una ventaja competitiva de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

Tabla 3

Distribución de frecuencias de los ítems que miden conocimiento en capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Conocimiento	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	56 (20.4 %)	131 (47.8 %)	274
Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.	57 (20.8 %)	119 (43.4 %)	54 (19.7 %)	44 (16.1 %)	274
La capacitación constante beneficia y motiva al personal para el logro de los resultados esperados en la organización.	27 (9.8 %)	68 (24.8 %)	49 (17.9 %)	130 (47.5 %)	274
Es necesario que el capital humano tenga los Conocimientos necesarios para	18 (6.6 %)	101 (36.9 %)	69 (25.2 %)	86 (31.4 %)	274

eficientar los recursos financieros.					
El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción	27 (9.8 %)	63 (23.0 %)	41 (15.0 %)	143 (52.2 %)	274
El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.	32 (11.7 %)	78 (28.5 %)	69 (25.2 %)	95 (34.7 %)	274
A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientemente los recursos financieros.	29 (10.6 %)	81 (29.6 %)	99 (36.1 %)	65 (23.7 %)	274
El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.	30 (10.9 %)	70 (25.6 %)	75 (27.4 %)	99 (36.1 %)	274
El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.	33 (12.0 %)	75 (27.4 %)	98 (35.8 %)	68 (24.8 %)	274
El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.	0 (0.0 %)	97 (35.4 %)	71 (25.9 %)	106 (38.7 %)	274

Figura 3

Diagrama de barras de los ítems que miden conocimiento en capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

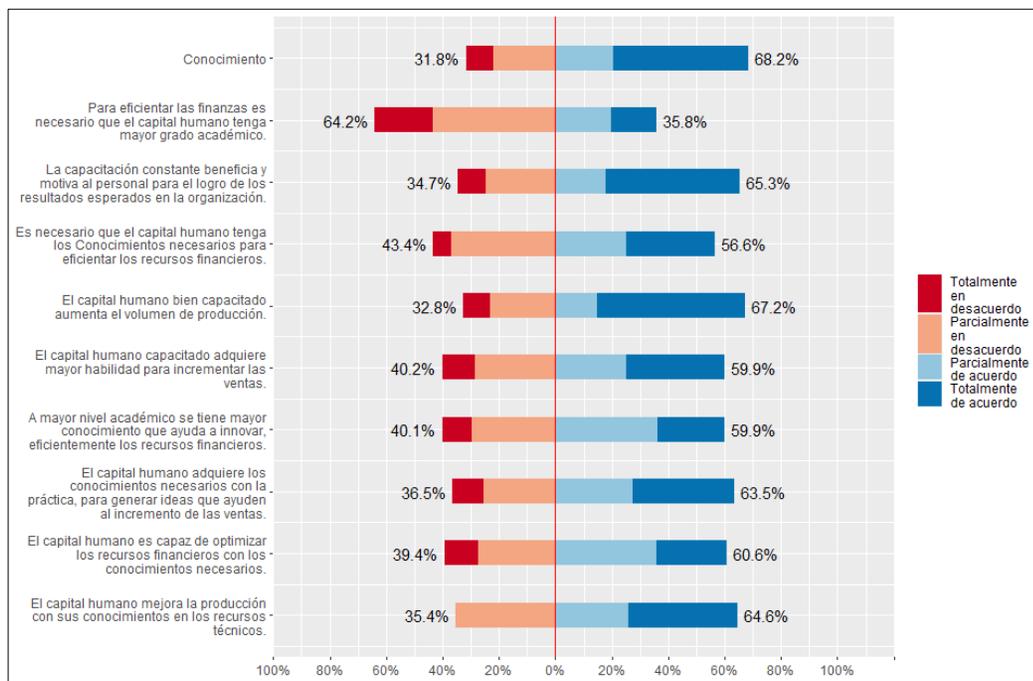


Tabla 1

Distribución de frecuencias de los ítems que miden innovación en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Innovación	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	76 (27.7 %)	109 (39.8 %)	274
Considera que el capital humano innovando disminuyelas mermas o pérdidas.	76 (27.7 %)	43 (15.7 %)	84 (30.7 %)	71 (25.9 %)	274
Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.	34 (12.4 %)	74 (27.0 %)	61 (22.3 %)	105 (38.3 %)	274
Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.	27 (9.8 %)	74 (27.0 %)	106 (38.7 %)	67 (24.4 %)	274
El número de ideas nuevas de parte del capital humano	43 (15.7 %)	65 (23.7 %)	68 (24.8 %)	98 (35.8 %)	274

implementadas
en la producción
sirve para
alcanzar las
metas
organizacionales.

Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.	27 (9.8 %)	77 (28.1 %)	111 (40.5 %)	59 (21.5 %)	274
---	---------------	----------------	-----------------	----------------	-----

Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.	27 (9.8 %)	85 (31.0 %)	114 (41.6 %)	48 (17.5 %)	274
--	---------------	----------------	-----------------	----------------	-----

La innovación sustituye la parte financiera, evitando retrasos en el desarrollo de la organización.	6 (2.2 %)	120 (43.8 %)	106 (38.7 %)	42 (15.3 %)	274
---	--------------	-----------------	-----------------	----------------	-----

Considera que con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.	27 (9.8 %)	81 (29.6 %)	63 (23.0 %)	103 (37.6 %)	274
--	---------------	----------------	----------------	-----------------	-----

Es la innovación	0 (0.0 %)	96 (35.0 %)	69 (25.2 %)	109 (39.8 %)	274
------------------	--------------	----------------	----------------	-----------------	-----

fundamental para competir en el mercado.					
El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.	36 (13.1 %)	95 (34.7 %)	87 (31.8 %)	56 (20.4 %)	274
Considera que el innovar en servicio es una ventaja para su empresa.	27 (9.8 %)	61 (22.3 %)	73 (26.6 %)	113 (41.2 %)	274
Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	91 (33.2 %)	96 (35.0 %)	274

Figura 2.1

Diagrama de barras de los ítems que miden innovación en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

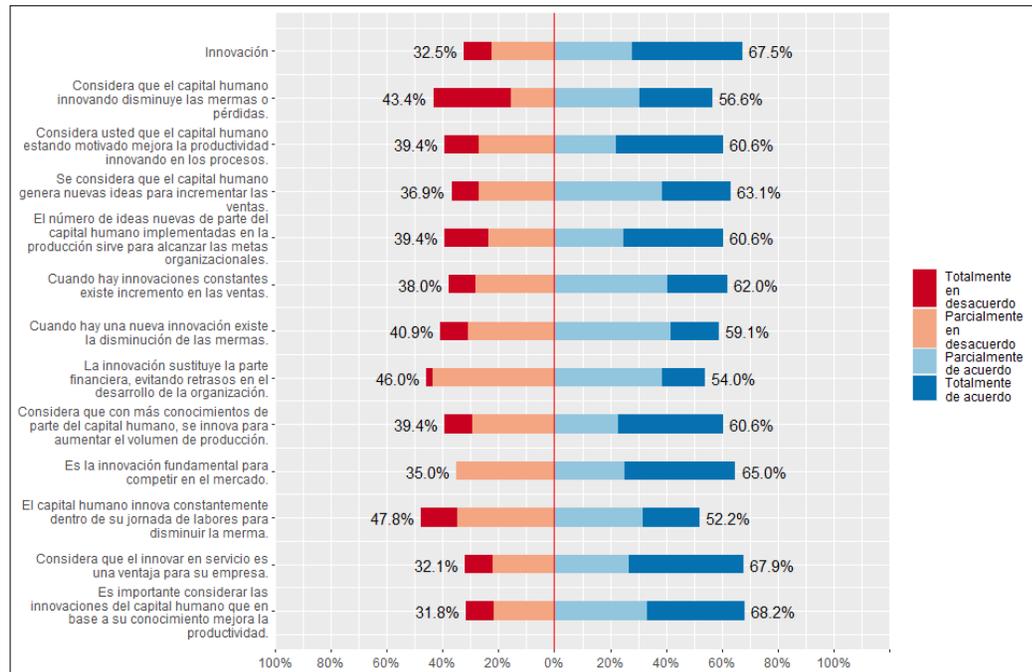
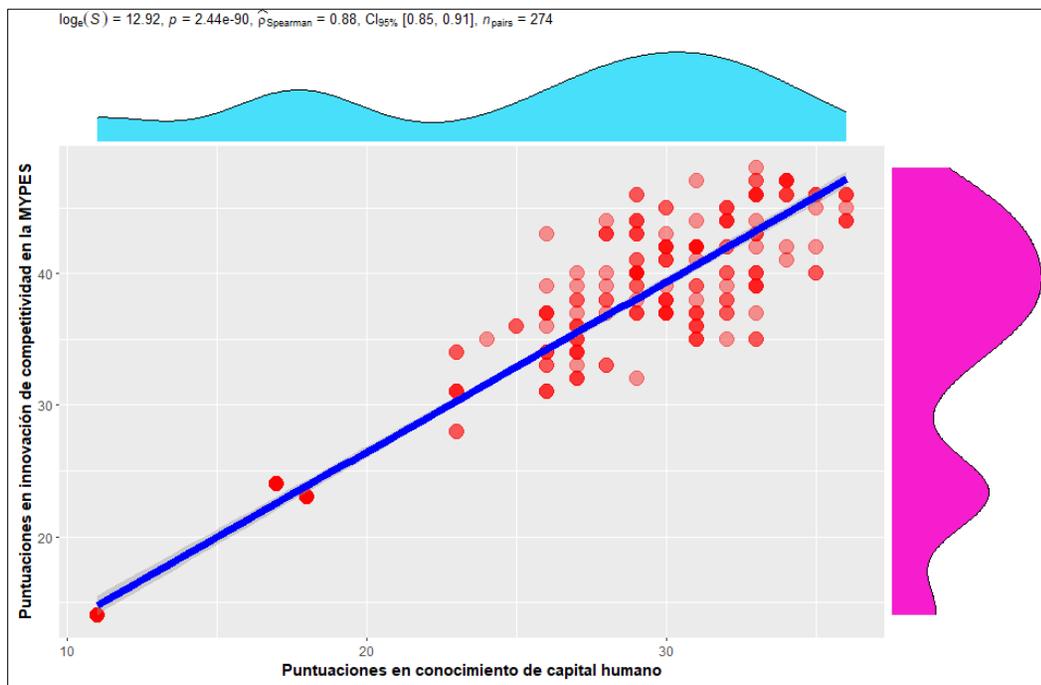


Figura 4.2

Correlación de los ítems que miden innovación en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018



Descripción:

De la figura anterior se observa que las puntuaciones en conocimiento del capital humano y las puntuaciones en innovación de competitividad en las MYPES del Callejón de Huaylas están correlacionadas positivamente; por lo que el capital humano de las PYMES con sus conocimientos se correlaciona con la innovación para tener una ventaja competitiva.

Objetivo específico 2

Identificar el incremento de la productividad en las MYPES cuando el capital humano desarrolla su creatividad de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

Tabla 5

Distribución de frecuencias de los ítems que miden creatividad en capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Creatividad	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	69 (25.2 %)	116 (42.3 %)	274
Considera que el capital humano con su Creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción.	27 (9.8 %)	67 (24.4 %)	82 (29.9 %)	98 (35.8 %)	274
El involucrarse en los problemas y sentimientos del personal permite motivarlos.	54 (19.7 %)	89 (32.5 %)	63 (23.0 %)	68 (24.8 %)	274
El capital humano tiene las habilidades para incrementar la producción.	28 (10.2 %)	62 (22.6 %)	62 (22.6 %)	122 (44.5 %)	274

Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.	29 (10.6 %)	67 (24.4 %)	54 (19.7 %)	124 (45.3 %)	274
Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.	33 (12.0 %)	86 (31.4 %)	95 (34.7 %)	60 (21.9 %)	274
Es importante poner en práctica la creatividad de los empleados.	27 (9.8 %)	65 (23.7 %)	104 (38.0 %)	78 (28.5 %)	274
Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.	33 (12.0 %)	90 (32.9 %)	82 (29.9 %)	69 (25.2 %)	274
El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.	27 (9.8 %)	75 (27.4 %)	94 (34.3 %)	78 (28.5 %)	274
Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.	27 (9.8 %)	80 (29.2 %)	105 (38.3 %)	62 (22.6 %)	274
El capital humano es creativo para	12 (4.4 %)	108 (39.4 %)	88 (32.1 %)	66 (24.1 %)	274

aumentar las ventas por producto.

Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos	31 (11.3 %)	78 (28.5 %)	48 (17.5 %)	117 (42.7 %)	274
--	----------------	----------------	----------------	-----------------	-----

El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.	30 (10.9 %)	78 (28.5 %)	100 (36.5 %)	66 (24.1 %)	274
--	----------------	----------------	-----------------	----------------	-----

Figura 5

Diagrama de barras de los ítems que miden creatividad en capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

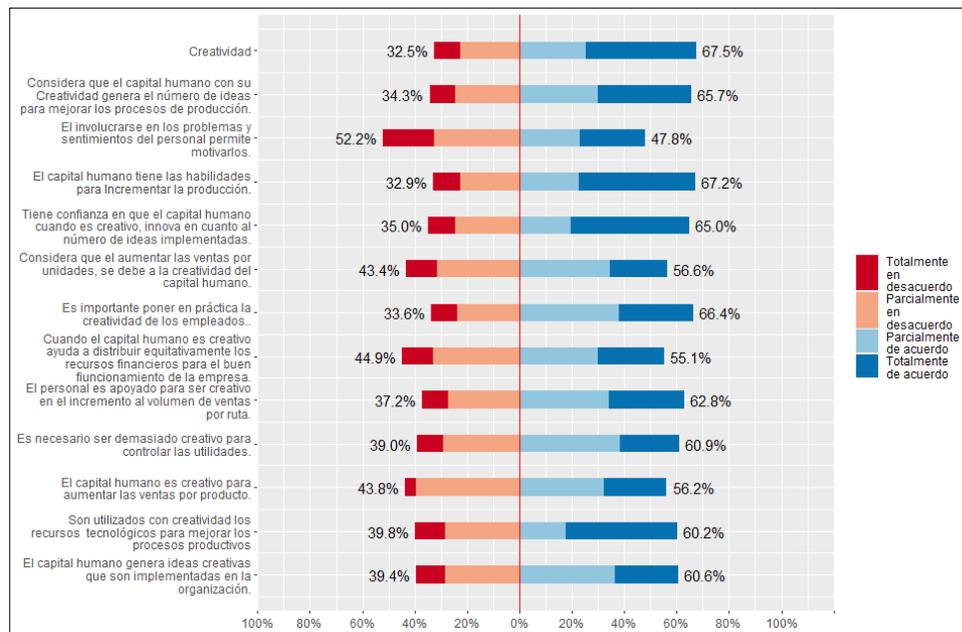


Tabla 3

Distribución de frecuencias de los ítems que miden productividad en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Productividad	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	71 (25.9 %)	116 (42.3 %)	274
Trabajo bajo objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo.	27 (9.8 %)	66 (24.1 %)	81 (29.6 %)	100 (36.5 %)	274
El contacto constante con los clientes ayuda a mejorar sus relaciones comerciales.	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	41 (15.0 %)	144 (52.5 %)	274
Las decisiones que se toman ayudan a mantenerse en el mercado.	0 (0.0 %)	91 (33.2 %)	54 (19.7 %)	129 (47.1 %)	274

Figura 4.1

Diagrama de barras de los ítems que miden productividad en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

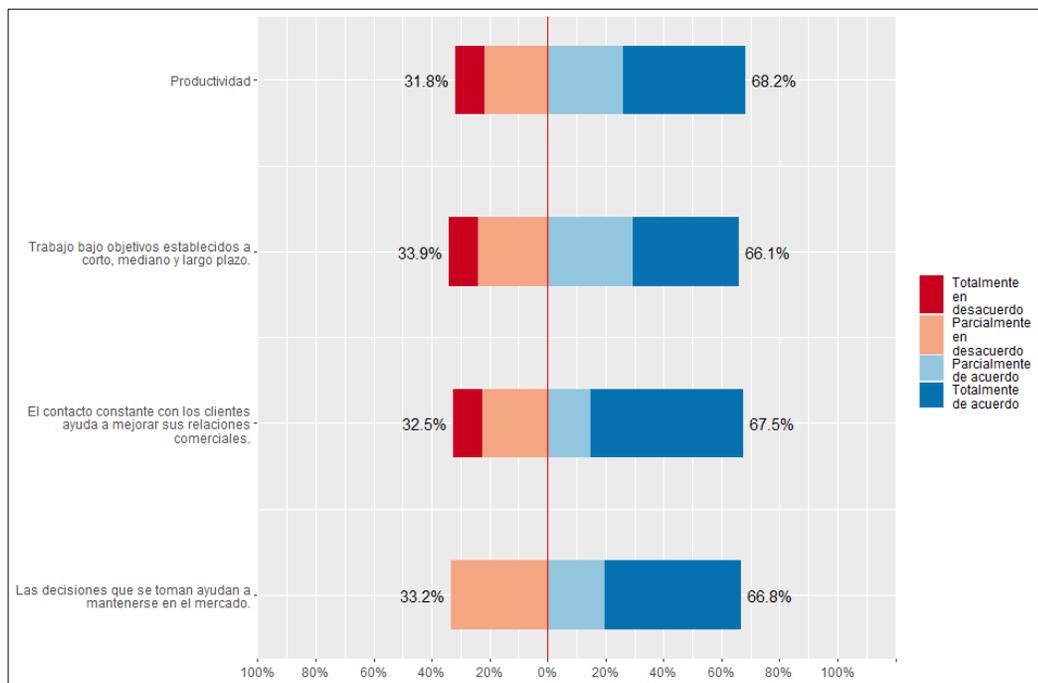
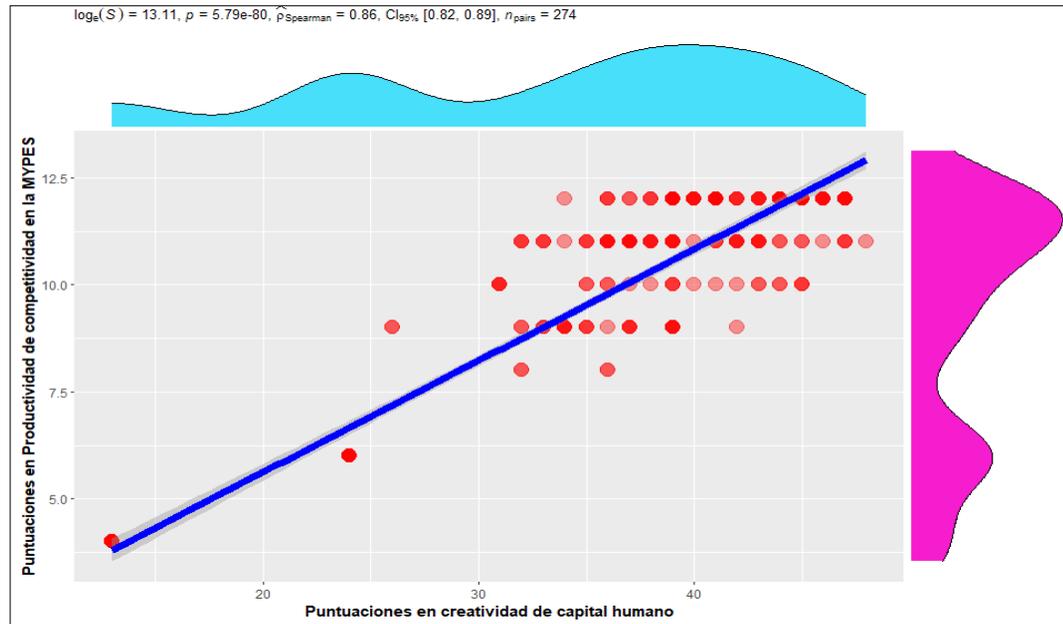


Figura 5.2

Correlación de los ítems que miden productividad en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018



Descripción:

De la figura anterior, las puntuaciones en creatividad de capital humano y las puntuaciones en productividad de competitividad en las MYPES muestran una clara correlación positiva. A partir de ello se encuentra evidencia de que la productividad en las MYPES y la creatividad del capital humano están correlacionadas positivamente.

Objetivo específico 3

Estudiar el bajo nivel de competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas, asociada a la baja producción y pobre experiencia laboral de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.

Tabla 6

Distribución de frecuencias de los ítems que miden experiencia laboral en capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Experiencia laboral	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	54 (19.7 %)	133 (48.5 %)	274
El reconocimiento al esfuerzo constante y sostenido del trabajador genera mayor beneficio a la empresa.	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	94 (34.3 %)	91 (33.2 %)	274
Los constantes cambios en el mercado obligan a que el personal se adapte rápidamente a ellos.	30 (10.9 %)	98 (35.8 %)	97 (35.4 %)	49 (17.9 %)	274
La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	78 (28.5 %)	107 (39.0 %)	274
Se puede incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene vasta experiencia.	27 (9.8 %)	66 (24.1 %)	89 (32.5 %)	92 (33.6 %)	274
El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.	7 (2.5 %)	103 (37.6 %)	98 (35.8 %)	66 (24.1 %)	274

Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.	27 (9.8 %)	62 (22.6 %)	75 (27.4 %)	110 (40.1 %)	274)
Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.	27 (9.8 %)	70 (25.6 %)	53 (19.3 %)	124 (45.3 %)	274)
El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.	27 (9.8 %)	66 (24.1 %)	79 (28.8 %)	102 (37.2 %)	274)
Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.	31 (11.3 %)	70 (25.6 %)	62 (22.6 %)	111 (40.5 %)	274)
El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.	27 (9.8 %)	73 (26.6 %)	112 (40.9 %)	62 (22.6 %)	274)
Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.	27 (9.8 %)	63 (23.0 %)	63 (23.0 %)	121 (44.2 %)	274)

Figura 7

Diagrama de barras de los ítems que miden experiencia laborar en capital humano de la gestión empresarial en las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

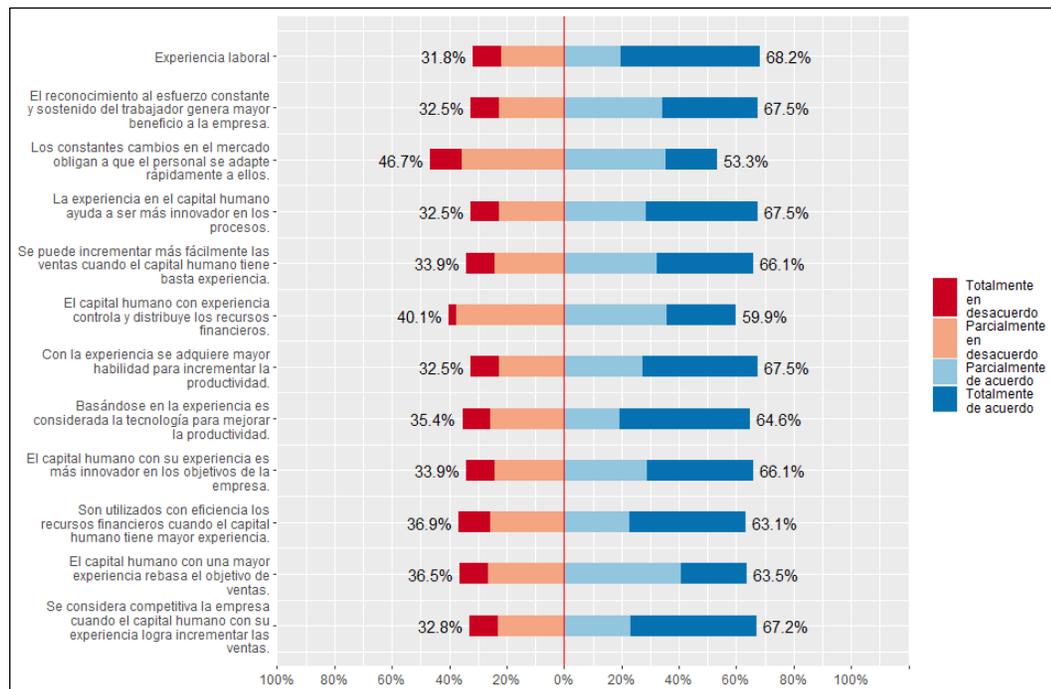


Tabla 8

Distribución de frecuencias de los ítems que miden competencia en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	n
Competencia	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	29 (10.6 %)	158 (57.7 %)	274
La empresa está bien estructurada de acuerdo a sus necesidades.	27 (9.8 %)	67 (24.4 %)	108 (39.4 %)	72 (26.3 %)	274
Se conocen los apoyos que el gobierno Regional como el Estatal ofrece a las empresas.	106 (38.7 %)	125 (45.6 %)	28 (10.2 %)	15 (5.5 %)	274
El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.	27 (9.8 %)	70 (25.6 %)	83 (30.3 %)	94 (34.3 %)	274
Cuando innova el capital humano para tener un control financiero	1 (0.4 %)	92 (33.6 %)	83 (30.3 %)	98 (35.8 %)	274

adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.

Es importante conocer las debilidades de la competencia para tener ventajas competitivas.	0 (0.0 %)	91 (33.2 %)	78 (28.5 %)	105 (38.3 %)	274
El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más competitiva.	32 (11.7 %)	113 (41.2 %)	87 (31.8 %)	42 (15.3 %)	274
Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	84 (30.7 %)	103 (37.6 %)	274
Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.	0 (0.0 %)	87 (31.8 %)	54 (19.7 %)	133 (48.5 %)	274
A mayor preparación	30 (10.9 %)	74 (27.0 %)	87 (31.8 %)	83 (30.3 %)	274

académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.					
La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	52 (19.0 %)	135 (49.3 %)	274
Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.	0 (0.0 %)	88 (32.1 %)	69 (25.2 %)	117 (42.7 %)	274
Es necesario crear clientes para mantenerse en el mercado.	0 (0.0 %)	90 (32.9 %)	42 (15.3 %)	142 (51.8 %)	274
Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.	27 (9.8 %)	60 (21.9 %)	55 (20.1 %)	132 (48.2 %)	274

Figura 9.1

Diagrama de barras de los ítems que miden competencia en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018

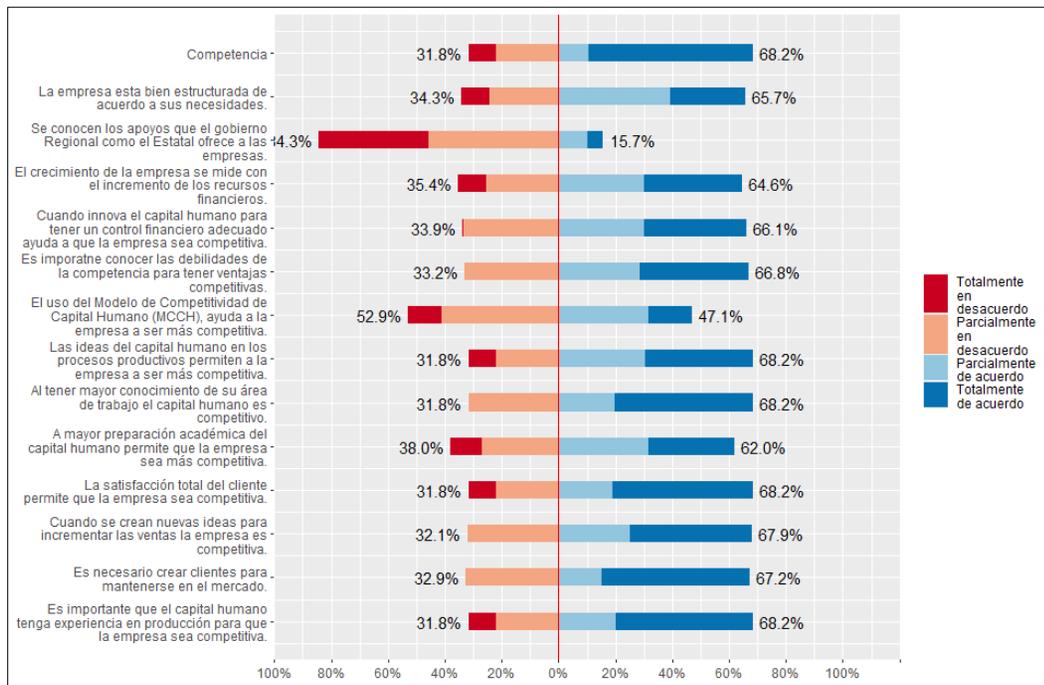
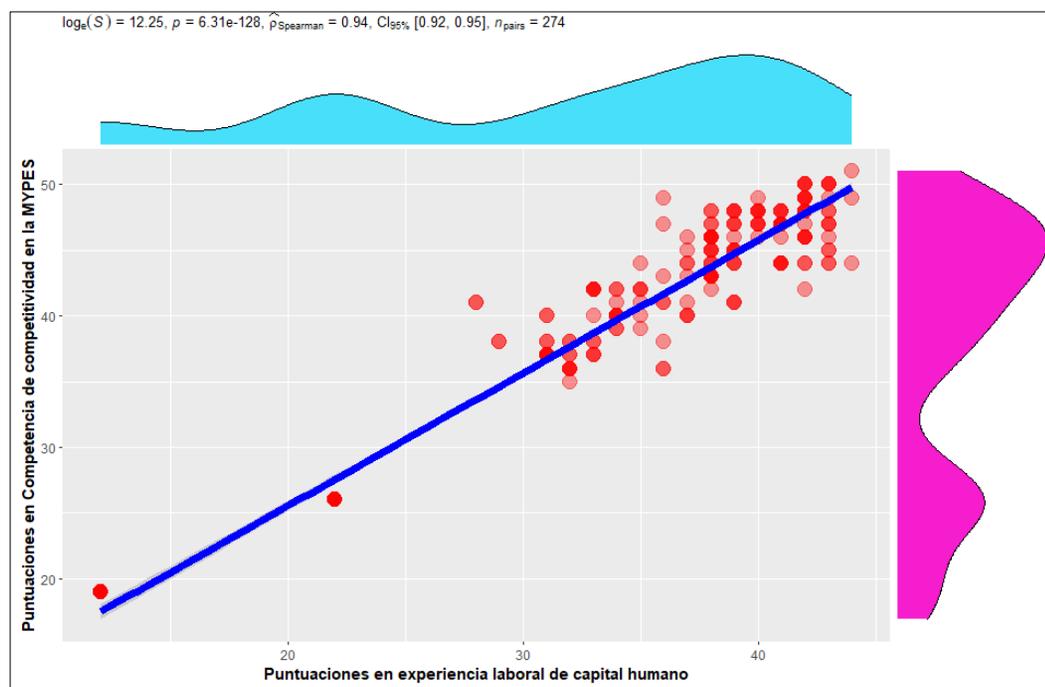


Figura 10.2

Correlación de los ítems que miden competencia en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018



Descripción:

A partir de la figura anterior, las puntuaciones en experiencia laboral de capital humano y las puntuaciones en competencia de competitividad en las MYPES revelan una marcada correlación positiva. Es así que se encuentra evidencia de que la experiencia laboral de capital humano y la competencia de competitividad en las MYPES están correlacionadas positivamente.

4.2. Prueba de hipótesis

En cada caso se incluye la prueba de hipótesis respectiva.

Tabla 9

Distribución de frecuencia de los ítems que miden la incidencia del capital humano: conocimiento, creatividad y experiencia laboral en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia

Variables	Pruebas de normalidad						Resultado
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.	
Capital humano	0.178	274	0.000	0.873	274	0.000	No Normal
Conocimiento	0.171	274	0.000	0.891	274	0.000	No Normal
Creatividad	0.152	274	0.000	0.896	274	0.000	No Normal
Experiencia laboral	0.161	274	0.000	0.869	274	0.000	No Normal
Competitividad en la MYPES	0.175	274	0.000	0.864	274	0.000	No Normal
Innovación	0.150	274	0.000	0.901	274	0.000	No Normal
Productividad	0.229	274	0.000	0.830	274	0.000	No Normal
Competencia	0.190	274	0.000	0.863	274	0.000	No Normal

Las aplicaciones de los diferentes métodos estadísticos exigen el cumplimiento de ciertos supuestos, entre ellos y el más importante es la normalidad. Para la realización de la contrastación de hipótesis se realizó la verificación del supuesto de normalidad, obteniendo como resultado que, las puntuaciones obtenidas para

las variables en estudio y sus dimensiones, no cumplen el supuesto de normalidad, por lo que optaremos por el uso del método estadístico no paramétrico de la correlación SPEARMAN.

Análisis de la hipótesis general:

El capital humano enfocada en conocimiento, creatividad y experiencia laboral incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018.

a) Hipótesis estadística:

H_0 : El capital humano enfocada en conocimiento, creatividad y experiencia laboral no incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho = 0$).

H_1 : El capital humano enfocada en conocimiento, creatividad y experiencia laboral incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho > 0$).

- b) Nivel de significación:** La probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo esta verdadera se establecerá en 5 % ($\alpha = 5\%$)
- c) Estadístico de prueba:** las variables en estudio del capital humano, enfocada en conocimiento, creatividad y experiencia laboral y nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas, son variables medidas en escala ordinal y posteriormente transformadas a puntajes, pero estos puntajes no cumplen el supuesto de normalidad, por lo que es factible aplicar una prueba no paramétrica en este caso la correlación de rango de SPEARMAN: r_s ²

$$r_s = 1 - \frac{6 * \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

d_i : Diferencias de puntajes obtenidos para las variables en estudio.

N: Número de unidades en estudio.

² Es una medida de asociación que requiere que ambas variables sean medidas por lo menos en una escala ordinal, de manera que los objetos de estudio puedan colocarse en dos series ordenadas. Este coeficiente dará una medida del grado de asociación o correlación entre las dos variables. Los valores del coeficiente de correlación se extienden de -1 a 1. El signo del coeficiente de correlación indica la dirección de la relación (positivo o negativo). El valor absoluto del coeficiente de correlación indica la fuerza, valores absolutos más grandes indican relaciones más fuertes. Si el coeficiente es relativamente cerca de 1, indicará que las variables están positivamente correlacionadas. Sidney y Siegel, "Estadística no Paramétrica". 3era. Edición México: Trillas, 1990 (reimp. 1994) Pág. 233 – 244.

d) Región crítica:

La importancia de cada coeficiente de correlación se analiza a través de p-valor, es la probabilidad de obtener un resultado tan extremo como el observado; es decir, si el grado de asociación es significativo. Por tanto, si el nivel de importancia es muy pequeño (menos de 0,05) entonces la correlación es significativa y las dos variables están correlacionadas. En cambio, si el nivel de importancia es relativamente grande (por ejemplo, 0.50) entonces la correlación no es significativa.

e) Cálculos:

			Capital humano	Competitividad en la MYPES
Rho de Spearman	Capital humano	Coeficiente de correlación	1,000	,946**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	274	274
	Competitividad en la MYPES	Coeficiente de correlación	,946**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	274	274

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

El coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0.946$, indica que existe relación positiva entre el capital humano y competitividad en la MYPES.

Análisis de las hipótesis específicas:

Hipótesis específica 1

El capital humano de las MYPES con sus conocimientos crea mayor innovación para desarrollar una ventaja competitiva en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018.

a) Hipótesis estadística:

H_0 : Los conocimientos del capital humano no inciden positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la innovación en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho = 0$).

H_1 : Los conocimientos del capital humano inciden positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la innovación en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho > 0$).

b) Nivel de significación: La probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo esta verdadera se establecerá en 5 % ($\alpha = 5\%$)

c) **Estadístico de prueba:** las variables en estudio, los conocimientos del capital humano y el nivel de competitividad en el campo de la innovación en las MYPES en el Callejón de Huaylas son variables medidas en escala ordinal y posteriormente transformadas a puntajes, pero estos puntajes no cumplen el supuesto de normalidad, por lo que es factible aplicar una prueba no paramétrica; en este caso la correlación de rango de SPEARMAN: r_s

$$r_s = 1 - \frac{6 * \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

d_i : Diferencias de puntajes obtenidos para las variables en estudio.

N: Número de unidades en estudio.

d) **Región crítica:**

La importancia de cada coeficiente de correlación se analiza a través de p-valor, es la probabilidad de obtener resultados tan extremos como el observado; es decir, si el grado de asociación es significativo. Por tanto, si el nivel de importancia es muy pequeño (menos de 0,05) entonces la correlación es significativa y las dos variables están correlacionadas. En cambio, si el nivel de importancia es relativamente grande (por ejemplo, 0.50) entonces la correlación no es significativa.

e) Cálculos:

		Conocimiento	Innovación
Rho de Spearman	Conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	,881**
		N	.
			,000
	Innovación	Coefficiente de correlación	274
		Sig. (unilateral)	274
		N	,881**
			1,000
			,000
			274
			274

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

El coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0,881$ indica que existe relación positiva entre conocimiento e innovación en la MYPES.

Hipótesis Específica 2

Existe incremento de la productividad cuando el capital humano de las PYMES desarrolla su creatividad en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018.

a) Hipótesis estadística:

H_0 : El capital humano enfocada en creatividad no incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la productividad en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho = 0$).

H_1 : El capital humano enfocada en creatividad incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la productividad en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho > 0$).

b) **Nivel de significación:** La probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo esta verdadera se establecerá en 5 % ($\alpha = 5\%$)

c) **Estadístico de prueba:** las variables en estudio, gestión empresarial enfocada en creatividad y nivel de competitividad en el campo de la productividad en las MYPES en el Callejón de Huaylas son variables medidas en escala ordinal y posteriormente transformadas a puntajes, pero estos puntajes no cumplen el supuesto de normalidad, por lo que es factible

aplicar una prueba no paramétrica, en este caso la correlación de rango de

SPEARMAN: r_s

$$r_s = 1 - \frac{6 * \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

d_i : Diferencias de puntajes obtenidos para las variables en estudio.

N: Número de unidades en estudio.

d) Región crítica:

La importancia de cada coeficiente de correlación se analiza a través de p-valor, es la probabilidad de obtener resultados tan extremos como el observado; es decir, si el grado de asociación es significativo. Por tanto, si el nivel de importancia es muy pequeño (menos de 0,05) entonces la correlación es significativa y las dos variables están correlacionadas. En cambio, si el nivel de importancia es relativamente grande (por ejemplo, 0.50) entonces la correlación no es significativa.

e) Cálculos:

			Creativi dad	Productivi dad
Rho de Spearman	Creativida d	Coeficiente de correlación	1,000	,856**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	274	274
	Productivi dad	Coeficiente de correlación	,856**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	274	274

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

El coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0,856$ indica que existe relación positiva entre creatividad y productividad en la MYPES.

Hipótesis Especifica 3

El grado de competencia de las PYMES del Callejón de Huaylas se asocia con la experiencia laboral de su capital humano en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018.

a) Hipótesis estadística:

H_0 : La experiencia laboral del capital humano no incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho = 0$).

H_1 : La experiencia laboral del capital humano incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas, período 2018 ($\rho > 0$).

b) Nivel de significación: La probabilidad de rechazar la hipótesis nula siendo esta verdadera se establecerá en 5 % ($\alpha = 5\%$)

c) Estadístico de prueba: Las variables en estudio, la experiencia laboral del capital humano y nivel de competitividad en el campo de la competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas son variables medidas en escala ordinal y posteriormente transformadas a puntajes, pero estos puntajes no cumplen el supuesto de normalidad, por lo que es factible

aplicar una prueba no paramétrica, en este caso la correlación de rango de

SPEARMAN: r_s

$$r_s = 1 - \frac{6 * \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

Donde:

d_i : Diferencias de puntajes obtenidos para las variables en estudio.

N: Número de unidades en estudio.

d) Región crítica:

La importancia de cada coeficiente de correlación se analiza a través de p-valor, es la probabilidad de obtener resultados tan extremos como el observado; es decir, si el grado de asociación es significativo. Por tanto, si el nivel de importancia es muy pequeño (menos de 0,05) entonces la correlación es significativa y las dos variables están correlacionadas. En cambio, si el nivel de importancia es relativamente grande (por ejemplo, 0.50) entonces la correlación no es significativa.

e) Cálculos:

			Experiencia laboral	Competencia
Rho de Spearman	Experiencia laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,939**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	274	274
	Competencia	Coeficiente de correlación	,939**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	274	274

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

El coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0,939$; indica que existe relación positiva entre experiencia laboral y competencia en la MYPES.

4.3. Discusión

La presente investigación se planteó como objetivo determinar la influencia de la teoría del capital humano en el desarrollo de la competitividad de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. Los resultados que se obtuvieron muestran el desplazamiento en las escalas de “totalmente en desacuerdo” (9.8 %), “parcialmente en desacuerdo” (22.6 %), “parcialmente de acuerdo” (21.9 %) y “totalmente de acuerdo” (45.6 %), y que a través del coeficiente de correlación de rango de +SPEARMAN $r_s=0.946$, existe relación positiva entre el capital humano y competitividad en la MYPES.

La hipótesis principal del estudio fue demostrar que el capital humano: conocimiento, creatividad y experiencia laboral incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. De acuerdo a los resultados se observa que como P_{valor} es menor al nivel de significancia ($0,000 < \alpha$) se rechaza la hipótesis nula; entonces la correlación es significativa. Lo que permite concluir al 95 % de confianza que el capital humano enfocada en conocimiento, creatividad y experiencia laboral incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas en el período 2018. Aquí se demuestra que el factor humano

teniendo en cuenta los conocimientos, la creatividad y la experiencia laboral tiene que ver directamente con el nivel de competitividad de las empresas.

Este resultado coincide con los hallazgos de Pesántez (2017), quien recogió información, por medio de una encuesta, de 124 empresas. Los resultados indican que existe una fuerte asociación entre la innovación, la productividad y la competitividad empresarial; en conclusión, el capital humano tiene una incidencia directa y positiva en un alto nivel sobre la competitividad de las PYMES del sector manufacturero de la ciudad de Cuenca - Ecuador. La autora sustenta que el capital humano de las organizaciones es el pilar fundamental para que se lleven a cabo todos los procesos al interior de la misma y se alcancen las metas requeridas.

En la hipótesis específica 1 se plantea que el Capital humano de las MYPES con sus conocimientos crea mayor innovación y productividad para desarrollar una ventaja competitiva del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. Según los resultados obtenidos, como P_{valor} es menor al nivel de significancia ($0,000 < \alpha$), se rechaza la hipótesis nula; lo que indica que la correlación es significativa. Entonces, la Gestión Empresarial enfocada en los conocimientos del capital humano incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la innovación en las MYPES del Callejón de Huaylas en el período 2018; todo ello al 95 % de confianza. Es decir, el coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN

$r_s=0,881$ indica que existe relación positiva entre conocimiento e innovación en la MYPES.

Estos resultados coinciden con los hallazgos de López (2002) quien, según los resultados de la encuesta que aplicó a 133 empresarios, el 48 % de las empresas constructoras de Hermosillo, utiliza cuatro o más tipos de tecnologías administrativas, destacando en su utilización las técnicas de manejo de personal con el 23 % y métodos y técnicas para el manejo de información con el 40 %. Se afirma, por tanto, que es importante para las constructoras de Hermosillo el uso de las tecnologías administrativas no solo con el fin de mejorar su capacidad competitiva, sino también para el incremento de investigaciones dentro de esa línea.

La hipótesis específica 2 señala que existe incremento en el nivel de creatividad en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. Se corrobora esta hipótesis, ya que como se observa P_{valor} es menor al nivel de significancia ($0,000 < \alpha$), por tanto se rechaza la hipótesis nula; lo que indica que la correlación es significativa. Es así que con el 95 % de confianza, se puede afirmar que el capital humano enfocada en creatividad incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la productividad en las MYPES del Callejón de Huaylas en el período 2018. Es decir, el coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0,856$ indica que existe relación positiva entre creatividad y productividad en la MYPES.

Estos resultados guardan similitud con los obtenidos por Almaza et al. (2019), quienes a través de una encuesta de 45 preguntas aplicados a 383 comerciantes se lograron resultados que aseveran que las Pymes con mayor éxito competitivo son las que cuentan con plan estratégico, recursos humanos capacitados y experiencia, puesto que estos permiten decidir idóneamente, dejando atrás las estructuras establecidas y teniendo en cuenta más a la innovación, a la iniciativa y a las nuevas ideas.

La hipótesis específica 3 indica que el grado de competitividad de las pymes del Callejón de Huaylas se asocia con la baja producción y pobre experiencia laboral de su capital humano de las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. Los resultados determinan que como P_{valor} es menor al nivel de significancia ($0,000 < \alpha$) se rechaza la hipótesis nula. Entonces la correlación es significativa. Por lo tanto, con el 95 % de confianza se concluye que existe evidencia estadística para afirmar que la experiencia laboral del capital humano incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas en el período 2018. Es decir, el coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0,939$; indica que existe relación positiva entre experiencia laboral y competencia en la MYPES.

Estos resultados son análogos con el trabajo de Leyva et al. (2020) que, mediante un cuestionario semiestructurado aplicado a 108 empresas, de las cuales

el 68,51 % fueron pequeñas y el 31,48 %, medianas; se obtuvieron resultados que demuestran que los gerentes de los Pymes realizan estrategias de gestión de la mano con la innovación, tomando siempre como base el capital humano como factor productivo; asimismo, tienen en cuenta las acciones que realizan los trabajadores de la empresa, puesto que su utilidad reside en generar estrategias que ayuden a obtener y conservar el capital humano.

CONCLUSIONES

1. El capital humano enfocado en conocimiento, creatividad y experiencia laboral, incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas, en el período 2018. El coeficiente de correlación de rango de SPEARMAN $r_s=0.946$, indica que existe relación positiva entre el capital humano y competitividad en la MYPES.
2. El capital humano de las MYPES con sus conocimientos crea mayor innovación para desarrollar una ventaja competitiva; puesto que la correlación de estas variables es significativa. Entonces, los conocimientos del capital humano inciden positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la innovación en las MYPES del Callejón de Huaylas, en el período 2018; todo ello al 95 % de confianza.
3. Existe incremento de la productividad cuando el capital humano de las MYPES desarrolla su creatividad; porque la correlación es significativa, con un 95 % de confianza. Es así que la creatividad incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la productividad en las MYPES del Callejón de Huaylas, en el período 2018.
4. El grado de competencia de las MYPES del Callejón de Huaylas se asocia con la experiencia laboral de su capital humano ya que la correlación es significativa. Por lo tanto, con 95 % de confianza, se concluye que existe evidencia estadística para

afirmar que la experiencia laboral del capital humano incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de la competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas, en el período 2018.

RECOMENDACIONES

1. Las MYPES en el Callejón de Huaylas tiene un capital humano extraordinario e importante, especialmente enfocada en su conocimiento, su creatividad y su experiencia laboral, por lo que es necesario que el Estado y organizaciones no gubernamentales realicen trabajos y apoyo a este sector del empresariado; de manera que se pueda elevar el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas.
2. El capital humano en las MYPES con sus conocimientos ha demostrado su capacidad de crear mayor innovación para desarrollar una ventaja competitiva en el campo de la innovación en las MYPES del Callejón de Huaylas; por lo que las instituciones públicas y privadas deben brindar mayor capacitación a los empresarios y a los trabajadores para garantizar mayor innovación y, por ende, mayor competitividad.
3. Las MYPES, orientadas su en creatividad como capital humano, aumenta la competitividad en el campo de la productividad; por lo que es necesario implementar capacitaciones a los empresarios y empleadores; de tal modo que haya una mejora continua y se incremente la productividad.
4. El grado de competencia de las MYPES del Callejón de Huaylas se asocia con la experiencia laboral como capital humano de las MYPES. Esto sirve como base para la subsistencia de las mismas, ya que los propietarios de las MYPES son

dueños, administradores, gerentes, trabajadores; es decir, son dinámicos en las empresas. Por tanto, es necesario que el Ministerio de Trabajo y promoción del trabajo deben tener y registrar la base de datos de los MYPES y realizar constantemente su seguimiento, para de ese modo evaluar el incremento del nivel de competitividad y el incremento de la competencia en las MYPES en el Callejón de Huaylas.

5. La UNASAM y sus profesionales académicos (ingenieros industriales, ingenieros de industrias alimentarias, economistas, administradores, entre otros) están vinculados a las MYPES, PYMES e industrias en general; de manera que están obligados a implementar políticas de educación hacia estos sectores a fin de cambiar al Perú; es decir, de un país primario-exportador a un país industrializado, diversificado y sin vulnerabilidad externa; ligados al desarrollo de la ciencia, la tecnología e innovación, orientados a construir capacidades del capital humano de la micro y pequeñas empresas industriales de la región Áncash, actualizados con el avance tecnológico, con las TIC y la economía digital. Todo ello permitirá un desarrollo tecnológico autónomo en el futuro, además elevará la productividad y competitividad en el mercado local y regional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albormaz, M. y Fernandez Polcuch, E. (1997). Indicadores de ciencia y tecnología reencuentro de la política con la gestión. *VII Seminario Internacional de Gestión Tecnológica*, 2175-2190.
- Almaza, R., Calderón, P. y Vargas-Hernández, J. (2019). Los factores internos de las PYMES y su influencia en la competitividad (caso sector comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán). *Horizontes empresariales*, 18(2), 4-20-
- Alvarado, C. (2005). *Epistemología*. Mantaro.
- Avolio, B., Mesones, A. y Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, (22), 70-80.
- Benavides, C. (1998). *Tecnología, Innovación y Empresa*. Ediciones Piramide.
- Berry, M. y Taggart, J. (1994). Managing Technology and Innovation. *R&D Nabagement*, 24, 341-353.
- Bolívar, G. (2009). Sen y algunos escritos en la constitución del campo del Desarrollo Humano. *Polis*, 23, 1-11.
- Briceño, P. (2009). *Finanzas y Financiamiento: Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer*. USAID/PERU/MYPE COMPETITIVA.
- Comisión Europea. (1995). *Libro Verde de la Innovación*.

- Conde, R. (1996). *Las micros, pequeñas y medianas empresas (mipymes): su comportamiento reciente en el crecimiento y desarrollo económico de México*. México, DF: Porrúa.
- Deming, E. (1986). *Calidad, Productividad y Competitividad: La salida de la crisis*. Diaz de Santos, S. A.
- Drucker, P. (2002). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 5-11.
- EquipoJC. (20 de febrero de 2011). Plan de negocios – Esquema/Planeamiento Estartégico. <http://degestionempresarial.blogspot.com/2011/02/plan-de-negocios-esquemaplaneamiento.html#comment-form>
- Fernado, V. (2012). *La Picadura del escorpion*. Planeta.
- Flores Polo, P. (2008). Problemas actuales del regimen de las MYPES, a propósito del anteproyecto de la ley de MYPES y los problemas que se origina en no abordarlo con sentido multidisciplinario. *Revista Juridico del Perú*, 1, 377-382.
- García, B. (2011). Análisis Estructural de las MYPES y PYMES. *KUIPUKAMAYOC- Revista de la Facultad de Ciencias Contables UNMSM LIMA*, 69-89.
- García, J., Tumbajulca, I. y Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comunicación: Revista de Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99-110.
- García, L. (2009). *Propiedad intelectual. Uso de la marca como herramienta de mercado*. USAID/PERÚ/MYPE COMPETITIVA.

- Gestión. (02 de julio de 2014). Construcción puede potenciar su crecimiento con el estándar BIM. <https://gestion.pe/tecnologia/construccion-potenciar-crecimiento-estandar-bim-64650-noticia/>
- González, I. (2008). La innovación ventaja competitiva en las pymes. *Pyme Hoy*. 12(5-6), pp. 22-23.
- Hessen, J. (s.f.). *Teoría del conocimiento*. Editores Universales.
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta edición). Mc Graw Hill.
- Huber, J. (2001). *Managing Innovation: minimg for nuggets*. Autors Choice.
- I, L. (09 de agosto de 2018). *El mercado Internacional es el gran reto de las MYPES: solo el 3 % exporta sus productos*. www.peru-retail.com/MYPES.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2010). IV Censo Nacional Económico 2008.
http://censos.inei.gob.pe/cenec2008/redatam_inei/doc/Ficha_Tecnica_del_IV_CENEC.pdf
- Inga, C. (2017, febrero 6). Facebook: El 74% de pymes peruanas confía en crecer el 2017. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/economia/negocios/facebook-74-pymes-peruanas-confia-crecer-2017-163236-noticia/>

- Ketteringham, J.M., y White, J.R. (1984). *Making Technology work for business*, en R.B. Lamb, *Competitive Strategic Management*. Prentice Hall.
- Leyva, A., Epejel, J. y Cavazos, J. (2020). Efecto del desempeño del capital humano en la capacidad de innovación tecnológica de las pymes. *Innovar*, 30(76), 25-36.
- Limache, E. (2017). Capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES en Tacna-Perú. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales* 33(84), 504-535.
- Londoño, A. (2016). *Tecnología y ventaja competitiva de Michael Porter*. ClubEnsayos.
<https://www.clubensayos.com/Tecnolog%C3%ADa/TECNOLOG%C3%8DA-Y-VENTAJA-COMPETITIVA-DE-MICHAEL-PORTER/3539383.html>
- Longoria, C. (2005). *Pensamiento Creativo*. México, DF, México: CECSA,
- López, I. A. (2002). *La Aplicación de la tecnología Administrativa en las Empresas Constructuras de Hermisillo Sonora*. Instituto Tecnológico de la Construcción.
- Luhmann, N. (1997). *Organización y decisión, Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*. Anthropos - Universidad Iberoamericana.
- Luna Correa, J. E. (2012). *Influencia del capital humano para la competitividad de las MYPES en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato*. Universidad de Celaya.

- Morales, M. y Blanco, A. (2014). *La Competitividad en la Industria de la Construcción en México*. UAM-AZC.
- Mathew, J. (2009). *El significado de la competitividad y oportunidad de internacionalización para las PYMES*. USAID/PERÚ/MYPE COMPETITIVA.
- Miller, W. y Morris, L. (1999). *Fourth Generation R&D Managing Knowledge, Technology, and Innovation*. Wiley.
- Ministerio, P. P. (Abril de 2016). *Sumario Regional -ANACSH*.
http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc_03/Regionales/Ancash.pdf.
- Mokyr, J. (1993). *La palanca de la riqueza: creatividad tecnológica y progreso económico*. Alianza.
- Morales Zambrano, M. (2002). *La reforma del Estado y las nuevas orientaciones de la administración pública a partir de evidencias en México [conferencia]. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la reforma del estado y de la Administración Pública*, Lisboa, Portugal.
- Morote, J. P. (Editor). (2010). *Universidad Politécnica de Madrid*. (Video de Youtube).
https://www.youtube.com/watch?v=mk6vgZGdar8&t=8s&ab_channel=UPM

- Ortiz Cantu, S. y Pedrozo Zapata, A. (2006). ¿Que es la Gestion de la Innovación y la Tecnología(GInnT)? *Journal of Technology Management & Innovation*, 1(2), 64-82.
- Ospina Bozzi, S. (1993). Gestión, política pública y desarrollo social hacia la profesionalización de la gestión pública. *Gestion y Politica Publica*, 2(1), 35-56.
- Pesántez, R. (2017). *El capital humano y su incidencia en la competitividad de las pymes del sector manufacturero de la ciudad de Cuenca-Ecuador* [tesis de doctorado]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- PERÚ-RETAIL, R. (9 de agosto de 2017). *WWW.PERU-RETAIL.COM/PYMES-EMPRESAA-PERU*. <http://www.peru-tetail.com/pymes-empresa-Perú>
- Porter M. (1996). What is strategy. *Harvard Business*, 74, 61-74.
- Porter, M. (1997). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los sectores Industriales y de la Competencia*. CECSA.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous Technological Change . *JOURNAL OF POLITICAL ECONOMY*, 76.
- Rothwell, R. (1994). Industrial Innovation: Success, Strategy, Trends In Dodgson. *The Handbook of industrial*, 33-53.

- Rothwell, R. (1994). Industrial Innovation: Success, Strategy, Trends In Dodgson, M.; *The Handbook of industrial*, 33-53.
- Sandilands, R. J. (1990). *The life and political of Lauchin Currie*. Duke University Press.
- Schumpeter, J. A. (2003). *Innovación y Crecimiento*. Routledge.
- Shewhart Walter, A. (1986). *Statistical Method from the Viewpoint of Quality Control*. Dover Publications, INC.
- Van Wyk, R. J. (2004). *A template for graduate programs in management of technology (MOT)*. Report to the Education Committee, International Association for Management of Technology (IAMOT).
<http://www.iamot.org/homepage/2004-MOTTemplate Education.pdf>
- Villaran, F. (16 de Enero de 2016). <http://papeldearbol-papeldearbol.blogspot.com/2016/01/el-rol-del-estado-en-el-desarrollo-de.html>.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. UASID/PERÚ/MYPE COMPETITIVA.
- Zuta, M. (2009). *Una PYME con calidad: Guía para entender y evaluar un sistema de negocios de la calidad*. USAID/PERÚ/MYPE COMPETITIVA.

ANEXOS

Anexo N° 1. Matriz de consistencia

TITULO: INDICADORES ECONOMICOS Y SU EFECTO EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES EN EL CALLEJON DE HUAYLAS

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA/DISEÑO
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo influye la teoría del capital humano en el nivel de competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas, durante el período 2018?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo influye el nivel de conocimientos en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas? 2. ¿Cómo influye el nivel de creatividad en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas? 3. ¿Cómo influye el nivel de experiencia laboral en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas? 	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la influencia de la teoría del capital humano en el desarrollo de la competitividad de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demostrar la influencia del conocimiento en la innovación y productividad para tener una ventaja competitiva de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. 2. Demostrar la influencia de la creatividad en la innovación y productividad para lograr una ventaja competitiva de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. 3. Demostrar la influencia de la experiencia laboral en la innovación y productividad para tener ventaja competitiva de la MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. 	<p>HIPOTESIS GENERAL El capital humano: conocimiento, creatividad y experiencia laboral incide positivamente en el nivel de competitividad en el campo de innovación, productividad y competencia en las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El Capital humano de las MYPES con sus conocimientos crea mayor innovación y productividad para desarrollar una ventaja competitiva del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. 2. Existe incremento en el nivel de creatividad en la innovación y productividad para lograr la competitividad de las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. 3. El grado de competitividad de las pymes del Callejón de Huaylas se asocia con la baja producción y pobre experiencia laboral de su capital humano de las MYPES del Callejón de Huaylas en el periodo 2018. 	<p>VARIABLE DEPENDIENTE Competitividad de las MYPES</p> <p>VARIABLE INDEPENDIENTE Capital humano</p>	<p>Tipo de Investigación: Cuantitativa, explicativa.</p> <p>Diseño de investigación: Experimental-transversal</p> <p>Etapa I Investigación preliminar para extraer información de la situación actual.</p> <p>Etapa II Recopilación de la información para determinar el tamaño de la muestra.</p> <p>Etapa III Tratamiento y análisis de los datos: procesarlos, mediante la creación de una base de datos; se crearon técnicas estadísticas para su análisis con programas informáticos específicos como Eviews. La comparación y el análisis de los datos dan lugar a numerosos gráficos e índices estadísticos; además de otros indicadores que fueron elaborados por expertos en esas técnicas.</p> <p>Etapa IV Interpretación y presentación de los resultados: una vez conseguida la información, se elaboró un informe final donde se incluyeron las conclusiones y recomendaciones para lograr los objetivos propuestos.</p> <p>Población y muestra La población estuvo conformada por 43,112 empresas de las MYPES del Callejón Huaylas. La muestra fue de 274 empresas con un grado de confianza de 95 %, con un error permisible de 5 %, y con una característica de interés en un 90 %.</p>

II.- Variable Independiente de Capital Humano

4	3	2	1
---	---	---	---

9	Considera que el capital humano con su Creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción.			
10	Considera que el capital humano innovando disminuye las mermas o pérdidas.			
11	Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.			
12	La capacitación constante beneficia y motiva al personal para el logro de los resultados esperados en la organización.			
13	Es necesario que el capital humano tenga los Conocimientos necesarios para eficientar los recursos financieros.			
14	El involucrarse en los problemas y sentimientos del personal permite motivarlos.			
15	El capital humano tiene las habilidades para Incrementar la producción.			
16	Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.			
17	El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción.			
18	Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.			
19	Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.			
20	El reconocimiento al esfuerzo constante y sostenido del trabajador genera mayor beneficio a la empresa.			
21	El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.			
22	Los constantes cambios en el mercado obligan a que el personal se adapte rápidamente a ellos.			

23	Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.				
----	---	--	--	--	--

III.- Variables de Innovación		4	3	2	1
24	El número de ideas nuevas de parte del capital humano implementadas en la producción sirve				
	para alcanzar las metas organizacionales.				
25	La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.				
26	Es importante poner en práctica la creatividad de los empleados..				
27	Se puede incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene basta experiencia.				
28	Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.				
29	Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.				
30	El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.				
31	El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.				
32	Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.				
33	La innovación sustituye la parte financiera, evitando retrasos en el desarrollo de la organización.				
34	Considera que, con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.				
35	Es la innovación fundamental para competir en el mercado.				
36	Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.				
37	Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.				

38	A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientemente los recursos financieros.				
----	---	--	--	--	--

IV.- Variable de Productividad

		4	3	2	1
39	El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto.				
40	Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.				

41	El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.				
42	Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos.				
43	La empresa esta bien estructurada de acuerdo a sus necesidades.				
44	El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.				
45	El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.				
46	El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.				
47	Trabajo bajo objetivos establecidos a corto, mediano y largo plazo.				
48	El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.				
49	El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.				
50	Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.				
51	El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.				
52	Se conocen los apoyos que el gobierno Federal como el Estatal ofrece a las empresas.				

53	El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.				
----	---	--	--	--	--

V.- Variable Dependiente Competitividad

		4	3	2	1
54	Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.				
55	Considera que el innovar en servicio es una ventaja para su empresa.				
56	Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.				
	Es importante conocer las debilidades de la				
57	competencia para tener ventajas competitivas.				
58	El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más competitiva.				
59	Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.				
60	Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.				
61	El contacto constante con los clientes ayuda a mejorar sus relaciones comerciales.				
62	A mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.				
63	Las decisiones que se toman ayudan a mantenerse en el mercado.				
64	La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.				
65	Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.				
66	Es necesario crear clientes para mantenerse en el mercado.				

67	Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.				
68	Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.				

Anexo N° 3. Juicio de expertos



UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO
ESCUELA DE POSTGRADO

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION VALIDADO POR JUCIO DE EXPERTO

TESIS:

“INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR MANUFACTURERO DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS, AÑO 2018”

AUTOR: MAG. JUAN FLAVIO NATIVIDAD CERNA

INSTRUCCIONES: A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados hacia el Capital Humano, innovación, productividad y competitividad, marque el número que describa mejor su opinión, solo una alternativa con base a la escala siguiente:

4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

I.- Variable Independiente de Capital Humano

		4	3	2	1
1	Considera que el capital humano con su creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción.		X		
2	Considera que el capital humano innovando disminuye las mermas o pérdidas.	X			
3	Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.	X			
4	La capacitación constante beneficia y motiva al personal para el logro de los resultados esperados en la organización.	X			
5	Es necesario que el capital humano tenga los Conocimientos necesarios para eficientar los recursos financieros.		X		
6	El involucrarse en los problemas y sentimientos del personal permite motivarlos.	X			
7	El capital humano tiene las habilidades para Incrementar la producción.		X		
8	Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.	X	X		

9	El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción.		X		
10	Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.		X		
11	Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.	X			
12	El reconocimiento al esfuerzo constante y sostenido del trabajador genera mayor beneficio a la empresa.	X			
13	El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.	X			
14	Los constantes cambios en el mercado obligan a que el personal se adapte rápidamente a ellos.	X			
15	Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.	X			
III.- Variables de Innovación		4	3	2	1
16	El número de ideas nuevas de parte del capital humano implementadas en la producción sirve para alcanzar las metas organizacionales.		X		
17	La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.		X		
18	Es importante poner en práctica la creatividad de los empleados.	X			
19	Se puede incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene vasta experiencia.	X			
20	Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.	X			
21	Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.	X			
22	El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.		X		
23	El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.		X		
24	Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.	X			
25	La innovación sustituye la parte financiera, evitando retraso en el desarrollo de la organización.		X		
26	Considera que, con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.	X			

27	Es la innovación fundamental para competir en el mercado.		X		
28	Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.	X			
29	Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.	X			
30	A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientemente los recursos financieros.	X			
IV.- Variable de Productividad		4	3	2	1
31	El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto.		X		
32	Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.		X		
33	El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.		X		
34	Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos	X			
35	La empresa está bien estructurada de acuerdo a sus necesidades.	X			
36	El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.	X			
37	El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.	X			
38	El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.		X		
39	Trabajo bajo objetivos establecido a corto, mediano y largo plazo		X		
40	El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.	X			
41	El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.	X			
42	Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.	X			
43	El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.	X			
44	Se conocen los apoyos que el gobierno Regional como el Estatal ofrece a las empresas.		X		
45	El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.	X			
V.- Variable Dependiente Competitividad		4	3	2	1

46	Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.	X			
47	Considera que el innovar en servicio es una ventaja para su empresa.	X			
48	Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.		X		
49	Es importante conocer las debilidades de la competencia para tener ventajas competitivas.		X		
50	El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más competitiva.	X			
51	Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.	X			
52	Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.	X			
53	El contacto constante con los clientes ayuda a mejorar sus relaciones comerciales.	X			
54	A mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.		X		
55	Las decisiones que se toman ayudan a mantenerse en el mercado.	X			
56	La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.	X			
57	Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.	X			
58	Es necesario crear clientes para mantenerse en el mercado.		X		
59	Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.		X		
60	Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.	X			

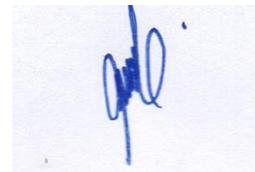
Calificación del ítem	Puntaje	Validez
Conoce o realiza entre 76% a 100%	4	Muy aceptable
Conoce o realiza entre 51% a 75%	3	Aceptable
Conoce o realiza entre 21% a 50%	2	Poco Aceptable
Conoce o realiza entre 0% a 20%	1	Muy poco aceptable

Apellidos y Nombres: Natividad Cerna, Luis Enrique

Grado Académico: Doctor

Mención: Economía

FIRMA:





UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO
ESCUELA DE POSTGRADO

**INSTRUMENTO DE INVESTIGACION VALIDADO POR JUICIO DE
EXPERTO**

TESIS:

**“INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES
EN EL SECTOR MANUFACTURERO DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS, AÑO 2018”**

AUTOR: MAG. JUAN FLAVIO NATIVIDAD CERNA

INSTRUCCIONES: A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados hacia el Capital Humano, innovación, productividad y competitividad, marque el número que describa mejor su opinión, solo una alternativa con base a la escala siguiente:

4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

I.- Variable Independiente de Capital Humano

		4	3	2	1
1	Considera que el capital humano con su creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción.	X			
2	Considera que el capital humano innovando disminuye las mermas o pérdidas.	X			
3	Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.		X		
4	La capacitación constante beneficia y motiva al personal para el logro de los resultados esperados en la organización.	X	X		
5	Es necesario que el capital humano tenga los Conocimientos necesarios para eficientar los recursos financieros.	X			
6	El involucrarse en los problemas y sentimientos del personal permite motivarlos.	X			
7	El capital humano tiene las habilidades para Incrementar la producción.	X			
8	Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.	X			
9	El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción.		X		
10	Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.	X			



11	Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.	X			
12	El reconocimiento al esfuerzo constante y sostenido del trabajador genera mayor beneficio a la empresa.	X			
13	El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.	X			
14	Los constantes cambios en el mercado obligan a que el personal se adapte rápidamente a ellos.		X		
15	Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.	X			
III.- Variables de Innovación		4	3	2	1
16	El número de ideas nuevas de parte del capital humano implementadas en la producción sirve para alcanzar las metas organizacionales.	X			
17	La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.	X			
18	Es importante poner en práctica la creatividad de los empleados.	X			
19	Se puede incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene vasta experiencia.		X		
20	Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.		X		
21	Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.		X		
22	El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.	X			
23	El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.	X			
24	Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.	X			
25	La innovación sustituye la parte financiera, evitando retraso en el desarrollo de la organización.	X			
26	Considera que, con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.		X		
27	Es la innovación fundamental para competir en el mercado.		X		
28	Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.	X			

29	Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.		X		
30	A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientemente los recursos financieros.	X			
IV.- Variable de Productividad		4	3	2	1
31	El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto.		X		
32	Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.	X			
33	El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.	X			
34	Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos	X			
35	La empresa está bien estructurada de acuerdo a sus necesidades.		X		
36	El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.	X			
37	El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.	X			
38	El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.	X			
39	Trabajo bajo objetivos establecido a corto, mediano y largo plazo	X			
40	El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.	X			
41	El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.	X			
42	Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.	X			
43	El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.	X			
44	Se conocen los apoyos que el gobierno Regional como el Estatal ofrece a las empresas.		X		
45	El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.	X			
V.- Variable Dependiente Competitividad		4	3	2	1
46	Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.	X			

47	Considera que el innovar en servicio es una ventaja para su empresa.	X			
48	Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.	X			
49	Es importante conocer las debilidades de la competencia para tener ventajas competitivas.	X			
50	El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más competitiva.	X			
51	Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.		X		
52	Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.		X		
53	El contacto constante con los clientes ayuda a mejorar sus relaciones comerciales.	X			
54	A mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.		X		
55	Las decisiones que se toman ayudan a mantenerse en el mercado.		X		
56	La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.	X			
57	Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.	X			
58	Es necesario crear clientes para mantenerse en el mercado.	X			
59	Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.	X			
60	Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.	X			

Calificación del ítem	Puntaje	Validez
Conoce o realiza entre 76% a 100%	4	Muy aceptable
Conoce o realiza entre 51% a 75%	3	Aceptable
Conoce o realiza entre 21% a 50%	2	Poco Aceptable
Conoce o realiza entre 0% a 20%	1	Muy poco aceptable

Apellidos y Nombres: **Wilmer Francisco
SICCHA CUSTODIO**

Grado Académico: **DOCTOR**

Mención: **ECONOMIA**

FIRMA:





UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO
ESCUELA DE POSTGRADO

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION VALIDADO POR JUICIO DE EXPERTO

TESIS:

“INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR MANUFACTURERO DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS, AÑO 2018”

AUTOR: MAG. JUAN FLAVIO NATIVIDAD CERNA

INSTRUCCIONES: A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados hacia el Capital Humano, innovación, productividad y competitividad, marque el número que describa mejor su opinión, solo una alternativa con base a la escala siguiente:

4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

I.- Variable Independiente de Capital Humano

		4	3	2	1
1	Considera que el capital humano con su creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción.	X			
2	Considera que el capital humano innovando disminuye las mermas o pérdidas.	X			
3	Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.	X			
4	La capacitación constante beneficia y motiva al personal para el logro de los resultados esperados en la organización.	X			
5	Es necesario que el capital humano tenga los Conocimientos necesarios para eficientar los recursos financieros.		X		
6	El involucrarse en los problemas y sentimientos del personal permite motivarlos.	X			
7	El capital humano tiene las habilidades para Incrementar la producción.	X			
8	Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.		X		
9	El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción.	X			
10	Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.	X			



11	Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.	X			
12	El reconocimiento al esfuerzo constante y sostenido del trabajador genera mayor beneficio a la empresa.		X		
13	El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.	X			
14	Los constantes cambios en el mercado obligan a que el personal se adapte rápidamente a ellos.	X			
15	Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.		X		
III.- Variables de Innovación		4	3	2	1
16	El número de ideas nuevas de parte del capital humano implementadas en la producción sirve para alcanzar las metas organizacionales.	X			
17	La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.	X			
18	Es importante poner en práctica la creatividad de los empleados.	X			
19	Se puede incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene vasta experiencia.	X			
20	Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.		X		
21	Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.	X			
22	El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.	X			
23	El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.	X			
24	Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.		X		
25	La innovación sustituye la parte financiera, evitando retraso en el desarrollo de la organización.		X		
26	Considera que, con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.		X		
27	Es la innovación fundamental para competir en el mercado.	X			
28	Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.	X			

29	Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.	X			
30	A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientemente los recursos financieros.	X			
IV.- Variable de Productividad		4	3	2	1
31	El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto.	X			
32	Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.		X		
33	El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.	X			
34	Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos		X		
35	La empresa está bien estructurada de acuerdo a sus necesidades.	X			
36	El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.		X		
37	El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.	X			
38	El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.		X		
39	Trabajo bajo objetivos establecido a corto, mediano y largo plazo	X			
40	El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.		X		
41	El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.		X		
42	Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.	X			
43	El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.	X			
44	Se conocen los apoyos que el gobierno Regional como el Estatal ofrece a las empresas.	X			
45	El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.	X			
V.- Variable Dependiente Competitividad		4	3	2	1
46	Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.	X			

47	Considera que el innovar en servicio es una ventaja para su empresa.	X			
48	Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.	X			
49	Es importante conocer las debilidades de la competencia para tener ventajas competitivas.		X		
50	El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más competitiva.		X		
51	Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.	X			
52	Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.	X			
53	El contacto constante con los clientes ayuda a mejorar sus relaciones comerciales.	X			
54	A mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.	X			
55	Las decisiones que se toman ayudan a mantenerse en el mercado.	X			
56	La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.	X			
57	Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.		X		
58	Es necesario crear clientes para mantenerse en el mercado.		X		
59	Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.	X			
60	Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.	X			

Calificación del ítem	Puntaje	Validez
Conoce o realiza entre 76% a 100%	4	Muy aceptable
Conoce o realiza entre 51% a 75%	3	Aceptable
Conoce o realiza entre 21% a 50%	2	Poco Aceptable
Conoce o realiza entre 0% a 20%	1	Muy poco aceptable

Apellidos y Nombres: HENOSTROZA TORRES Julio A.

Grado Académico: DOCTOR

Mención: INGENIERÍA AMBIENTAL

Firma:





UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO
ESCUELA DE POSTGRADO

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION VALIDADO POR JUICIO DE EXPERTO

TESIS:

“INFLUENCIA DEL CAPITAL HUMANO PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES EN EL SECTOR MANUFACTURERO DEL CALLEJÓN DE HUAYLAS, AÑO 2018”

AUTOR: MAG. JUAN FLAVIO NATIVIDAD CERNA

INSTRUCCIONES: A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados hacia el Capital Humano, innovación, productividad y competitividad, marque el número que describa mejor su opinión, solo una alternativa con base a la escala siguiente:

4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

I.- Variable Independiente de Capital Humano

		4	3	2	1
1	Considera que el capital humano con su creatividad genera el número de ideas para mejorar los procesos de producción.	X			
2	Considera que el capital humano innovando disminuye las mermas o pérdidas.		X		
3	Para eficientar las finanzas es necesario que el capital humano tenga mayor grado académico.		X		
4	La capacitación constante beneficia y motiva al personal para el logro de los resultados esperados en la organización.	X			
5	Es necesario que el capital humano tenga los Conocimientos necesarios para eficientar los recursos financieros.		X		
6	El involucrarse en los problemas y sentimientos del personal permite motivarlos.		X		
7	El capital humano tiene las habilidades para Incrementar la producción.	X			
8	Tiene confianza en que el capital humano cuando es creativo, innova en cuanto al número de ideas implementadas.	X			
9	El capital humano bien capacitado aumenta el volumen de producción.	X			
10	Considera usted que el capital humano estando motivado mejora la productividad innovando en los procesos.	X			



11	Se considera que el capital humano genera nuevas ideas para incrementar las ventas.	X			
12	El reconocimiento al esfuerzo constante y sostenido del trabajador genera mayor beneficio a la empresa.	X			
13	El capital humano capacitado adquiere mayor habilidad para incrementar las ventas.		X		
14	Los constantes cambios en el mercado obligan a que el personal se adapte rápidamente a ellos.		X		
15	Considera que el aumentar las ventas por unidades, se debe a la creatividad del capital humano.	X			
III.- Variables de Innovación		4	3	2	1
16	El número de ideas nuevas de parte del capital humano implementadas en la producción sirve para alcanzar las metas organizacionales.		X		
17	La experiencia en el capital humano ayuda a ser más innovador en los procesos.	X			
18	Es importante poner en práctica la creatividad de los empleados.	X			
19	Se puede incrementar más fácilmente las ventas cuando el capital humano tiene vasta experiencia.		X		
20	Cuando hay innovaciones constantes existe incremento en las ventas.	X			
21	Cuando el capital humano es creativo ayuda a distribuir equitativamente los recursos financieros para el buen funcionamiento de la empresa.	X			
22	El personal es apoyado para ser creativo en el incremento al volumen de ventas por ruta.		X		
23	El capital humano con experiencia controla y distribuye los recursos financieros.	X			
24	Cuando hay una nueva innovación existe la disminución de las mermas.		X		
25	La innovación sustituye la parte financiera, evitando retraso en el desarrollo de la organización.		X		
26	Considera que, con más conocimientos de parte del capital humano, se innova para aumentar el volumen de producción.	X			
27	Es la innovación fundamental para competir en el mercado.	X			
28	Con la experiencia se adquiere mayor habilidad para incrementar la productividad.	X			

29	Es necesario ser demasiado creativo para controlar las utilidades.		X		
30	A mayor nivel académico se tiene mayor conocimiento que ayuda a innovar, eficientemente los recursos financieros.	X			
IV.- Variable de Productividad		4	3	2	1
31	El capital humano es creativo para aumentar las ventas por producto.	X			
32	Basándose en la experiencia es considerada la tecnología para mejorar la productividad.		X		
33	El capital humano innova constantemente dentro de su jornada de labores para disminuir la merma.	X			
34	Son utilizados con creatividad los recursos tecnológicos para mejorar los procesos productivos	X			
35	La empresa está bien estructurada de acuerdo a sus necesidades.	X			
36	El capital humano con su experiencia es más innovador en los objetivos de la empresa.	X			
37	El capital humano adquiere los conocimientos necesarios con la práctica, para generar ideas que ayuden al incremento de las ventas.	X			
38	El capital humano es capaz de optimizar los recursos financieros con los conocimientos necesarios.		X		
39	Trabajo bajo objetivos establecido a corto, mediano y largo plazo	X			
40	El capital humano genera ideas creativas que son implementadas en la organización.		X		
41	El capital humano mejora la producción con sus conocimientos en los recursos técnicos.	X			
42	Son utilizados con eficiencia los recursos financieros cuando el capital humano tiene mayor experiencia.	X			
43	El capital humano con una mayor experiencia rebasa el objetivo de ventas.	X			
44	Se conocen los apoyos que el gobierno Regional como el Estatal ofrece a las empresas.		X		
45	El crecimiento de la empresa se mide con el incremento de los recursos financieros.	X			
V.- Variable Dependiente Competitividad		4	3	2	1
46	Cuando innova el capital humano para tener un control financiero adecuado ayuda a que la empresa sea competitiva.	X			

47	Considera que el innovar en servicio es una ventaja para su empresa.	X			
48	Es importante considerar las innovaciones del capital humano que en base a su conocimiento mejora la productividad.		X		
49	Es importante conocer las debilidades de la competencia para tener ventajas competitivas.	X			
50	El uso del Modelo de Competitividad de Capital Humano (MCCH), ayuda a la empresa a ser más competitiva.	X			
51	Las ideas del capital humano en los procesos productivos permiten a la empresa a ser más competitiva.	X			
52	Al tener mayor conocimiento de su área de trabajo el capital humano es competitivo.		X		
53	El contacto constante con los clientes ayuda a mejorar sus relaciones comerciales.	X			
54	A mayor preparación académica del capital humano permite que la empresa sea más competitiva.	X			
55	Las decisiones que se toman ayudan a mantenerse en el mercado.	X			
56	La satisfacción total del cliente permite que la empresa sea competitiva.	X			
57	Cuando se crean nuevas ideas para incrementar las ventas la empresa es competitiva.		X		
58	Es necesario crear clientes para mantenerse en el mercado.	X			
59	Es importante que el capital humano tenga experiencia en producción para que la empresa sea competitiva.	X			
60	Se considera competitiva la empresa cuando el capital humano con su experiencia logra incrementar las ventas.	X			

Calificación del ítem	Puntaje	Validez
Conoce o realiza entre 76% a 100%	4	Muy aceptable
Conoce o realiza entre 51% a 75%	3	Aceptable
Conoce o realiza entre 21% a 50%	2	Poco Aceptable
Conoce o realiza entre 0% a 20%	1	Muy poco aceptable

Apellidos y Nombres: VILCHEZ VÁSQUEZ ROSA

Grado Académico: DOCTOR

Mención: CIENCIAS E ING. DE LA COMPUTACIÓN

FIRMA:



Anexo N° 4. Tablas estadísticas

Tabla C1
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la competitividad de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

VARIABLES	# Preg.	Media	Desviación estándar	Mínimo	Máximo	Rango obtenido	Rango posible
Capital humano	32	90.88	27.00	36.00	125.00	36-125	32-128
Conocimiento	9	25.46	7.42	11.00	36.00	11-36	9-36
Creatividad	12	33.62	10.09	13.00	48.00	13-48	12-48
Experiencia laboral	11	31.80	9.76	12.00	44.00	12-44	11-44
Competitividad en la MYPES	28	80.18	22.61	37.00	110.00	37-110	28-112
Innovación	12	33.53	10.02	14.00	48.00	14-48	12-48
Productividad	3	9.17	2.80	4.00	12.00	4-12	3-12
Competencia	13	37.49	10.09	19.00	51.00	19-51	13-52

Tabla C2
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la competitividad según ciudad de origen de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

VARIABLES	Caraz (N=30)	Carhuaz (N=30)	Huaraz (N=184)	Yungar (N=30)	p
Capital humano	105.5± 24.6	94.4± 30.8	86.4± 26.0	100.2± 24.4	0.000
Conocimiento	29.3± 7.0	26.6± 8.7	24.3± 7.2	27.4± 6.5	0.002
Creatividad	39.5± 9.3	35.1± 11.4	31.9± 9.7	36.6± 8.9	0.000
Experiencia laboral	36.7± 8.7	32.7± 10.8	30.1± 9.4	36.2± 9.3	0.000
Competitividad en la MYPES	91.1± 20.5	82.7± 25.9	76.8± 22.0	87.7± 20.0	0.002
Innovación	38.7± 9.1	35.4± 11.8	32.0± 9.7	35.8± 8.5	0.002
Productividad	10.0± 2.3	9.5± 3.2	8.8± 2.7	10.5± 2.7	0.003
Competencia	42.4± 9.2	37.8± 11.0	36.0± 9.9	41.3± 9.2	0.001

Tabla C3
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la
competitividad según persona entrevistada de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

Variables	Propietario (N=141)	Administrador (N=24)	Encargado (N=109)	p
Capital humano	90.0± 27.1	90.6± 22.9	92.0± 27.9	0.846
Conocimiento	25.4± 7.5	25.4± 6.7	25.6± 7.6	0.977
Creatividad	33.1± 10.0	33.5± 8.3	34.4± 10.6	0.591
Experiencia laboral	31.6± 9.9	31.8± 8.2	32.1± 10.0	0.929
Competitividad en la MYPES	79.6± 22.7	79.9± 21.2	80.9± 22.9	0.904
Innovación	33.0± 9.9	33.7± 9.2	34.1± 10.4	0.696
Productividad	9.1± 2.8	9.0± 2.6	9.3± 2.9	0.877
Competencia	37.5± 10.3	37.2± 9.7	37.6± 10.0	0.991

Tabla C4
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la
competitividad según puesto que ocupa la persona entrevistada de las MYPES,
Callejón de Huaylas, 2018.

Variables	Administrador (N=24)	Cajera (N=4)	Confeccionista (N=8)	Dueño (N=4)	Gerente (N=95)	Jefe (N=79)	Maestro (N=9)	Ventas (N=51)	p
Capital humano	101.7± 19.4	72.2± 37.6	87.1± 28.3	88.8± 35.3	93.9± 28.7	81.9± 20.2	89.1± 34.2	96.5± 30.0	0.010
Conocimiento	27.8± 5.1	20.5± 10.2	23.8± 7.0	25.8± 10.2	26.3± 7.9	23.3± 5.9	24.1± 8.5	27.0± 8.3	0.038
Creatividad	37.5± 7.6	26.8± 13.8	32.8± 10.9	32.2± 13.1	34.6± 10.5	30.3± 7.5	33.7± 13.3	36.0± 11.4	0.010
Experiencia laboral	36.4± 7.3	25.0± 13.5	30.6± 10.4	30.8± 12.6	33.0± 10.4	28.4± 7.1	31.3± 12.5	33.6± 10.6	0.004
Competitividad en la MYPES	90.0± 18.3	63.2± 29.7	76.6± 24.6	76.8± 26.6	82.8± 24.2	72.9± 16.8	79.4± 27.8	84.4± 24.5	0.009
Innovación	38.0± 8.2	26.2± 13.2	33.1± 11.4	31.8± 12.0	34.4± 10.5	30.2± 7.4	33.0± 12.5	35.8± 11.2	0.008
Productividad	10.1± 2.2	7.0± 3.5	8.8± 3.2	8.8± 3.2	9.4± 3.0	8.5± 2.3	9.2± 3.5	9.6± 3.0	0.086
Competencia	41.9± 8.3	30.0± 13.1	34.8± 10.1	36.2± 11.5	39.0± 11.0	34.2± 7.5	37.2± 12.2	39.0± 10.6	0.007

Tabla C5
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la competitividad según grado de Instrucción de la persona entrevistada de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

Variables	Estudios de primaria y secundaria	Preparatoria	Licenciatura	Postgrado	Técnico	p
	(N=110)	(N=33)	(N=64)	(N=3)	(N=64)	
Capital humano	92.7± 26.5	95.6± 27.0	88.0± 28.3	78.7± 12.7	88.7± 27.0	0.510
Conocimiento	25.8± 7.2	26.5± 7.4	24.7± 7.7	21.3± 2.9	25.2± 7.6	0.617
Creatividad	34.2± 9.9	35.8± 10.5	32.3± 10.3	29.3± 4.6	33.0± 10.2	0.435
Experiencia laboral	32.7± 9.7	33.3± 9.5	31.0± 10.4	28.0± 5.2	30.5± 9.4	0.452
Competitividad en la MYPES	81.6± 22.2	84.4± 23.2	77.7± 23.7	71.7± 14.4	78.4± 22.1	0.528
Innovación	34.0± 9.7	35.5± 10.4	32.5± 10.6	30.3± 6.4	32.8± 10.0	0.597
Productividad	9.4± 2.8	9.4± 2.7	8.7± 2.8	7.3± 1.2	9.1± 2.8	0.397
Competencia	38.2± 10.0	39.5± 10.5	36.5± 10.6	34.0± 6.9	36.4± 9.6	0.469

Tabla C6
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la competitividad según organización
Legal de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

B. Instrumento piloto Variables	E.I.R.L (N=110)	Persona Natural (N=117)	S.A.C (N=19)	S.R.L (N=28)	p
Capital humano	86.7± 24.8	95.5± 29.4	86.4± 25.4	91.1± 23.7	0.085
Conocimiento	24.5± 7.0	26.5± 8.0	24.3± 6.9	25.6± 6.6	0.195
Creatividad	32.0± 9.2	35.5± 11.0	31.7± 9.4	33.6± 8.7	0.051
Experiencia laboral	30.2± 8.9	33.5± 10.6	30.4± 9.6	32.0± 8.7	0.080
Competitividad en la MYPES	76.8± 20.6	83.9± 24.4	75.2± 19.7	81.6± 22.6	0.081
Innovación	32.0± 9.1	35.2± 10.8	30.4± 8.1	34.8± 10.0	0.038
Productividad	8.8± 2.6	9.6± 3.0	9.0± 2.8	8.9± 2.5	0.181
Competencia	36.0± 9.2	39.1± 10.8	35.8± 9.4	38.0± 10.3	0.115

Tabla C7
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la competitividad según año de establecimiento de las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

Variables	< 2000 (N=68)	2000- 2010 (N=96)	>2010 (N=110)	p
Capital humano	96.1± 26.5	88.7± 26.8	89.6± 27.3	0.185
Conocimiento	26.5± 7.2	24.7± 7.2	25.4± 7.7	0.301
Creatividad	35.6± 9.9	32.9± 10.1	32.9± 10.1	0.160
Experiencia laboral	33.9± 9.7	31.0± 9.6	31.2± 9.8	0.131
Competitividad en la MYPES	84.6± 22.4	78.2± 22.5	79.2± 22.6	0.172
Innovación	36.0± 10.2	32.7± 9.9	32.8± 9.9	0.065
Productividad	9.5± 2.7	8.9± 2.8	9.2± 2.9	0.387
Competencia	39.1± 9.8	36.7± 10.2	37.2± 10.2	0.287

Tabla C8
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la competitividad según como se considera a las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

Variables	Micro (N=46)	Pequeña (N=211)	Mediana (N=17)	p
Capital humano	88.4± 24.9	92.4± 26.9	79.2± 32.3	0.123
Conocimiento	24.8± 7.0	25.9± 7.4	22.5± 8.8	0.153
Creatividad	32.7± 9.2	34.2± 10.1	29.1± 11.9	0.108
Experiencia laboral	31.0± 8.9	32.3± 9.7	27.6± 11.8	0.134
Competitividad en la MYPES	78.1± 21.9	81.3± 22.2	71.9± 28.4	0.200
Innovación	32.7± 9.5	34.0± 9.9	30.1± 12.9	0.245
Productividad	9.0± 2.8	9.3± 2.8	7.8± 3.1	0.090
Competencia	36.4± 9.8	38.0± 9.9	34.0± 12.6	0.215

Tabla C9
Estadísticas descriptivas del estudio del capital humano y su efecto en la competitividad según porque se considera a las MYPES, Callejón de Huaylas, 2018.

Variables	2 trab. (N=3)	3 trab. (N=126)	4 trab. (N=52)	5 trab. (N=37)	6 trab. (N=23)	7 trab. (N=5)	8 trab. (N=5)	9 trab. (N=6)	Tiene varias sucursales (N=17)	P
Capital humano	108.0± 0.0	91.6± 26.9	98.4± 25.2	88.6± 28.0	83.6± 28.3	90.4± 18.4	90.4± 18.5	77.0± 20.1	79.2± 32.3	0.146
Conocimiento	30.0± 0.0	25.6± 7.3	27.5± 7.2	25.0± 7.8	23.7± 8.0	25.2± 5.7	24.2± 5.1	21.8± 5.9	22.5± 8.8	0.196
Creatividad	40.0± 0.0	33.8± 10.1	36.7± 9.6	32.6± 10.3	31.1± 10.7	33.2± 6.4	33.2± 6.2	28.7± 7.3	29.1± 11.9	0.118
Experiencia laboral	38.0± 0.0	32.2± 9.8	34.2± 8.9	30.9± 10.2	28.8± 9.9	32.0± 6.6	33.0± 7.4	26.5± 7.0	27.6± 11.8	0.154
Competitividad en la MYPES	97.0± 0.0	81.2± 22.4	85.7± 20.7	77.9± 23.3	73.4± 24.1	82.0± 17.5	79.8± 16.0	65.7± 16.6	71.9± 28.4	0.140
Innovación	42.0± 0.0	33.6± 9.7	36.0± 9.4	33.5± 10.9	30.9± 10.6	33.8± 6.7	32.8± 6.5	27.8± 7.5	30.1± 12.9	0.213
Productividad	12.0± 0.0	9.4± 2.8	9.9± 2.6	8.6± 2.7	8.2± 3.0	9.2± 2.7	9.4± 2.3	7.5± 2.3	7.8± 3.1	0.025
Competencia	43.0± 0.0	38.3± 10.2	39.8± 9.2	35.8± 9.9	34.3± 10.6	39.0± 8.4	37.6± 7.7	30.3± 6.7	34.0± 12.6	0.112