



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



“SERVICIOS EMPRESARIALES MUNICIPALES ORIENTADOS A LA PROMOCIÓN DE
LAS MYPES DE INICIATIVA LOCAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL
DISTRITO DE MACHUPICCHU-CUSCO 2019”

Tesis para optar el Título profesional de:

Licenciado en Administración

Presentado por:

Bach. Andia Chino Claudia.

Bach. Ore Mancilla Sergio.

Asesora:

Lic. Maria Del Carmen León Casafranca

CUSCO-PERÚ

2022



PRESENTACIÓN

**SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.**

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y Contables, ponemos a vuestra distinguida consideración la tesis titulada “SERVICIOS EMPRESARIALES MUNICIPALES ORIENTADOS A LA PROMOCIÓN DE LAS MYPES DE INICIATIVA LOCAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE MACHUPICCHU-CUSCO 2019”, con el objeto de optar al título profesional de Licenciado en Administración.

Bach. Andia Chino Claudia.

Bach. Ore Mancilla Sergio.



AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios, por permitirnos realizar nuestro sueño y ayudarnos en cada paso de nuestras vidas.

Agradecemos a nuestra “Universidad Andina del Cusco” por haber sido nuestro segundo hogar, a nuestros docentes quienes nos impartieron sus conocimientos.

Y un agradecimiento especial a nuestra asesora Lic. Maria del Carmen León Casafranca, por haber sido nuestra guía, consejo y apoyo en la realización de nuestra investigación. Por su profesionalismo y por habernos brindado la oportunidad de recurrir a sus conocimientos. Gracias por su tiempo y paciencia para lograr el fin de nuestro trabajo de investigación.

También agradecemos a los microempresarios del Distrito de Machupicchu, quienes nos brindaron su colaboración, apoyo y tiempo para la recolección de información, gracias por su predisposición y amabilidad.

Finalmente queremos dar un agradecimiento a nuestras familias por el apoyo incondicional y amigos por darnos ánimos para seguir adelante en cada uno de nuestros pasos.

Los tesisistas



DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios y a la Virgen del Carmen por acompañarme y derramar sus bendiciones sobre mi familia y amigos. Y ser mi guía en el camino hacia mis maravillosos sueños.

A mis padres, Valentina por darme la vida, por su valentía, por empoderarme y enseñarme a ser una mujer fuerte y libre. A Julián por darme sabios consejos y enseñarme a no rendirme.

A mis hermanas, Sandra por su fortaleza y ejemplo, por su firme defensa por el feminismo y ser mi crítica constante. A Valeria por su perseverancia, paciencia y amor. A mí querido sobrino Leonardo por ser la alegría y motivación de la familia. Gracias familia por ser el regalo de Dios.

A mis padrinos, Doris y Mario por inculcarme valores, cuidarme y estar pendientes de mí. A Maria, Ronny, José Luis y Karin, por sus consejos y darme un gran ejemplo de vida.

A José Alberto mi amor y amigo, por su confianza, cariño y amor incondicional. Por ayudarme a concluir este sueño. Gracias por ser un hombre de valores, maravilloso y respetuoso.

A todas las personas únicas y hermosas en el mundo, que tenemos VITILIGO a seguir amándonos y valorarnos, dejando de lado el estrés. Les deseo mucha energía positiva.

Y por último a las víctimas del COVID19, al personal en primera línea y a las personas que están atravesando por alguna enfermedad. Que resistan, tengan fuerza y pronta recuperación.

Dios los bendiga.

Bach. Claudia Andia Chino



DEDICATORIA

A Dios, que me permite cumplir mis objetivos, a los apus de mi pueblo y mis antepasados por el legado que construyeron.

A mi madre, que me dejó hace muy poco, pero que la llevaré siempre conmigo.

A mi padre, que cuida y guía mis pasos desde el cielo, en memoria de las enseñanzas de tenacidad, perseverancia y humildad para seguir adelante con cada reto que me presenta la vida.

Con tu ejemplo fuiste la primera inspiración de querer mejorar la realidad social en la que vivimos, las palabras son limitadas para expresar mi amor hacia ti y el legado que corre por mis venas, atravesando mis pensamientos, expresado en mis sentimientos y resultado en mis acciones.

Bach. Sergio Ore Mancilla



INDICE

PRESENTACIÓN.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN	XII
ABSTRACT.....	XIII
CAPITULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	4
1.2.1. <i>Problema general.</i>	4
1.2.2. <i>Problemas Específicos.</i>	4
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.3.1. <i>Objetivo general.</i>	4
1.3.2. <i>Objetivos específicos.</i>	4
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1. <i>Relevancia social.</i>	5
1.4.2. <i>Implicancias prácticas.</i>	5
1.4.3. <i>Valor teórico.</i>	5
1.4.4. <i>Utilidad metodológica.</i>	5
1.4.5. <i>Viabilidad o factibilidad.</i>	5
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.	6
1.5.1. <i>Delimitación temporal.</i>	6
1.5.2. <i>Delimitación espacial.</i>	6
1.5.3. <i>Delimitación conceptual.</i>	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.	7
2.1.1. <i>Antecedentes internacionales.</i>	7
2.1.2. <i>Antecedentes nacionales.</i>	10
2.1.3. <i>Antecedentes locales.</i>	13
2.2. BASES LEGALES.	17
2.3. BASES TEÓRICAS.....	17
2.3.1. <i>La Municipalidad.</i>	17
2.3.1.1. El Municipio.	18
2.3.1.2. El Consejo Municipal.	18
2.3.1.3. Misión de la Municipalidad.	18
2.3.1.4. La autonomía Municipal.	20
2.3.1.5. Tipos de municipalidad.	21
2.3.1.6. Desarrollo local.	21
2.3.1.7. Roles y retos de la Municipalidad para el desarrollo económico local.	22
2.3.2. <i>La Municipalidad de Machupicchu</i>	23



2.3.2.1.	Visión institucional.....	23
2.3.2.2.	Misión Institucional.....	24
2.3.3.	<i>Subgerencia de Turismo y Desarrollo Económico</i>	24
2.3.3.1.	Línea de autoridad.....	24
2.3.3.2.	Estructura orgánica de la subgerencia de turismo y desarrollo económico.....	25
2.3.4.	<i>Servicios empresariales Municipales</i>	25
2.3.5.	<i>Servicios financieros Municipales</i>	25
2.3.5.1.	Líneas de créditos MYPES.....	26
2.3.5.2.	Factores que una MYPE debe tener en cuenta antes de pedir un crédito:.....	28
2.3.5.3.	Aval para el crédito.....	29
2.3.5.4.	Subvenciones.....	30
2.3.5.5.	Convenios con bancos y financieras.....	31
2.3.6.	<i>Servicios de asesoría empresarial municipal</i>	31
2.3.6.1.	Los rasgos de la consultoría.....	31
2.3.6.2.	Fases del proceso de consultoría.....	32
2.3.6.3.	Métodos de consultoría.....	33
2.3.6.4.	Capacitación.....	35
2.3.6.5.	Asesoría en tecnología.....	35
2.3.6.6.	Alianzas estratégicas.....	36
2.3.6.7.	Sociedades en participación.....	37
2.3.6.8.	Difusión.....	37
2.3.6.9.	Organización de eventos.....	37
2.3.7.	<i>Servicios de especialización productiva municipal</i>	38
2.3.7.1.	Diversificación de los productos/ servicio de iniciativa local.....	39
2.3.7.2.	Tipos de diversificación.....	39
2.3.7.3.	Apoyo para la adquisición de activos.....	40
2.3.7.4.	Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes sociales.....	40
2.3.8.	<i>Desarrollo empresarial Municipal</i>	40
2.3.9.	<i>Manejo eficiente de recursos</i>	42
2.3.10.	<i>Organización racional en el uso de materias primas</i>	42
2.3.11.	<i>Recursos de la empresa</i>	44
2.3.12.	<i>Crecimiento sostenible</i>	46
2.3.13.	<i>Empresa</i>	51
2.3.13.1.	Pequeña empresa.....	53
2.3.13.2.	MYPES.....	54
2.3.13.3.	Contextualización de la MYPES.....	54
2.3.13.4.	Características de la microempresa:.....	55
2.3.13.5.	Importancia de las MYPES.....	56
2.3.13.6.	Elementos del entorno de acción directa de una MYPE.....	57
2.3.13.7.	Elementos del entorno de acción indirecta de una MYPE.....	59
2.4.	MARCO CONCEPTUAL.....	62
2.4.1.	<i>Empleo</i>	62
2.4.2.	<i>Recursos Tecnológicos</i>	62
2.4.3.	<i>Recursos humanos</i>	62
2.4.4.	<i>Recursos Financieros</i>	63
2.4.5.	<i>Alianzas Estratégicas</i>	63
2.4.6.	<i>Sociedad en Participación</i>	63
2.4.7.	<i>Productividad</i>	63
2.4.8.	<i>Eficiencia</i>	63
2.4.9.	<i>Promoción</i>	63
2.5.	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	64
2.5.1.	<i>Hipótesis General</i>	64



2.5.2.	<i>Hipótesis Específicas</i>	64
2.6.	VARIABLES DE ESTUDIO	64
2.6.1.	<i>Variable I: Servicios empresariales municipales</i>	64
2.6.2.	<i>Variable II: Desarrollo empresarial</i>	64
2.6.3.	<i>Operacionalización de variables</i>	67
CAPÍTULO III		68
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN		68
3.1.	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	68
3.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	68
3.3.	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	68
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	68
3.4.1.	<i>Población</i>	68
3.4.2.	<i>Muestra</i>	68
3.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	69
3.5.1.	<i>Técnica</i>	69
3.5.2.	<i>Instrumento</i>	69
3.6.	PROCESAMIENTO DE DATOS	69
CAPÍTULO IV		70
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		70
4.1.	PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO.....	70
4.1.1.	<i>Presentación del instrumento</i>	70
4.1.2.	<i>Fiabilidad del instrumento</i>	71
4.2.	SERVICIOS EMPRESARIALES MUNICIPALES ORIENTADOS A LA PROMOCIÓN DE LAS MYPES DE INICIATIVA LOCAL	72
4.2.1.	<i>Resultados de las dimensiones de la variable servicios empresariales</i>	72
4.2.2.	<i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable servicios empresariales</i>	76
4.2.3.	<i>Resultados de la variable servicios empresariales</i>	78
4.3.	DESARROLLO EMPRESARIAL.....	79
4.3.1.	<i>Resultados de las dimensiones de la variable desarrollo empresarial</i>	79
4.3.2.	<i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable desarrollo empresarial</i>	83
4.3.3.	<i>Resultados de la variable desarrollo empresarial</i>	84
4.4.	PRUEBAS DE HIPÓTESIS	85
4.4.1.	<i>Resultados para la relación entre las dimensiones de la variable servicios empresariales y la variable desarrollo empresarial</i>	86
4.4.2.	<i>Resultados para la relación entre la variable servicios empresariales y la variable desarrollo empresarial</i>	89
CAPÍTULO V		91
DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS		91
5.1.	DESCRIPCIÓN DE HALLAZGOS MÁS RELEVANTES	91
5.2.	LIMITACIONES DEL ESTUDIO	92
5.3.	COMPARACIÓN CON LA LITERATURA EXISTENTE.....	92
5.4.	IMPLICANCIAS DEL ESTUDIO.....	95
CONCLUSIONES		96
RECOMENDACIONES		97



BIBLIOGRAFÍA.....	99
ANEXOS.....	109



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Conceptualización de las variables</i>	66
Tabla 2 <i>Operacionalización de las variables</i>	67
Tabla 3 <i>Distribución de los ítems del cuestionario</i>	70
Tabla 4 <i>Descripción de la Baremación y escala de interpretación</i>	71
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad</i>	72
Tabla 6 <i>Servicios financieros municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	73
Tabla 7 <i>Servicios de asesoría empresarial municipal orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	74
Tabla 8 <i>Servicios de especialización productiva municipal orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	75
Tabla 9 <i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable servicios empresariales</i>	76
Tabla 10 <i>Servicios empresariales municipales orientados a la Promoción de las MYPES de iniciativa local en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	78
Tabla 11 <i>Manejo eficiente de recursos en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	79
Tabla 12 <i>Recursos de la empresa en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	81
Tabla 13 <i>Crecimiento sostenible en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	82
Tabla 14 <i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable Desarrollo empresarial</i> ...	83
Tabla 15 <i>Desarrollo Empresarial en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	84
Tabla 16 <i>Servicios financieros municipales y desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu -Cusco. 2019</i>	86
Tabla 17 <i>Servicios de asesoría empresarial municipal y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu -Cusco. 2019</i>	87
Tabla 18 <i>Servicios de especialización productiva y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu -Cusco. 2019</i>	88
Tabla 19 <i>Los Servicios empresariales municipales orientados a la Promoción de las MYPES de iniciativa local con el Desarrollo empresarial en el Distrito de Machupicchu –Cusco 2019</i>	90



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Estructura orgánica de la subgerencia de turismo y desarrollo económico</i>	25
Figura 2. <i>Los stakeholders que influyen en las organizaciones</i>	50
Figura 3. <i>PERÚ Stock de miles de empresas, 2015-2017 (en miles)</i>	55
Figura 4. <i>Servicios financieros municipales</i>	73
Figura 5. <i>Servicios de asesoría empresarial municipal</i>	74
Figura 6. <i>Servicios de especialización productiva municipal</i>	75
Figura 7. <i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable Servicios empresariales</i>	76
Figura 8. <i>Servicios empresariales</i>	78
Figura 9. <i>Manejo eficiente de recursos</i>	80
Figura 10. <i>Recursos de la empresa</i>	81
Figura 11. <i>Crecimiento sostenible</i>	82
Figura 12. <i>Comparación promedio de las dimensiones de la variable desarrollo empresarial</i>	83
Figura 13. <i>Desarrollo empresarial</i>	85



RESUMEN

La presente investigación se realizó en el distrito de Machupicchu – Cusco tuvo como objetivo general establecer la relación entre los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las Mypes de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019. En cuanto a la metodología, el enfoque es cuantitativo, diseño no experimental y de alcance correlacional. Para la recopilación de información, se consideró como instrumento el cuestionario el cual fue aplicado a 169 micro y pequeños empresarios que son originarios del distrito de Machupicchu, referente al análisis de los datos de la presente investigación se efectuó mediante el programa estadístico SPSS; en cuanto a los resultados acorde al objetivo general, con $p = 0.000 < 0.05$, en la prueba chi cuadrado, se puede afirmar que existe relación significativa entre los servicios empresariales municipales y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 75.7%, con lo que se puede afirmar que cuanto mejores sean los servicios empresariales que brinda la municipalidad distrital de Machupicchu, mayor será el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu. Asimismo, existe relación significativa entre los servicios financieros municipales y el desarrollo empresarial y finalmente los servicios de especialización productiva municipal se relacionan significativamente con el desarrollo empresarial.

Palabras claves: Servicios empresariales y desarrollo empresarial.



ABSTRACT

This research was carried out in the District of Machupicchu - Cusco, its general objective was to establish the relationship between municipal business services oriented to the promotion of local initiative MSEs with business development in the District of Machupicchu - Cusco 2019. Regarding the methodology, the quantitative approach, non-experimental design and correlational scope. For the collection of information, the questionnaire was considered as an instrument, which was applied to 169 micro and small entrepreneurs who are originally from the district of Machupicchu, referring to the analysis of the data of this research was carried out through the statistical program SPSS; Regarding the results according to the general objective, with $p = 0.000 < 0.05$, in the chi-square test, it can be affirmed that there is a significant relationship between municipal business services and business development in the district of Machupicchu - Cusco 2019, where the degree of relationship through the Spearman correlation is 75.7%, which means that the better the business services provided by the District Municipality of Machupicchu, the greater the business development in the district of Machupicchu. Likewise, there is a significant relationship between municipal financial services and business development, there is also a significant relationship between municipal business advisory services and business development and finally municipal production specialization services are significantly related to business development.

Keywords: Business services and business development.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema.

La globalización es un proceso histórico imparables que afecta a las organizaciones en todo ámbito alrededor del planeta; en busca de su sobrevivencia y desarrollo, instituciones y empresas se ven en la necesidad de replantear su actuar; particularmente en el ámbito de la administración pública la nueva situación internacional ha generado un cambio sustantivo en las estrategias de desarrollo, siendo un componente clave en los procesos de descentralización dirigidos hacia la modernización de los estados, con el fin de hacer más eficiente la gestión pública y redefinir el marco de la inversión social (Rojas, 2006).

Una municipalidad es una institución del Estado, con personería jurídica, facultada para ejercer el gobierno de un distrito o provincia promoviendo la satisfacción de las necesidades de la población y el desarrollo de su ámbito (García, 2010); localizada en un territorio específico se mantiene cercana a la población es por ello que su influencia es decisiva en el logro del bienestar social local que tiene como tarea principal; de acuerdo a la Ley Orgánica de municipalidades, Ley N.º 27972, artículos 35 y 36 en los que se señala que los gobiernos locales promueven el desarrollo económico de su circunscripción territorial y la actividad empresarial local.

Por otra parte, el desarrollo empresarial, está relacionado con varios factores, como crecer sobre la base de una unidad económica, crecer generando otras unidades económicas; mejorar la economía, eficiencia, efectividad, productividad, mejora continua y competitividad; también con la obtención de mejores niveles de liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad. (Koontz & O'Donnell, 2013).

El pueblo de Machupicchu es mejor conocido como Aguas calientes es la última estación de los trenes a Machupicchu, tiene un poco más de 6000 habitantes, que reciben alrededor de 3000 visitantes cada día (Boleto Machupicchu, 2018), está ubicado estratégicamente a 30 minutos de la ciudad sagrada de Machupicchu principal atractivo turístico de categoría mundial; Desde la década de los 80, esta localidad ha experimentado



una rápida transformación debido a tres ejes básicos: La estación de tren, el Santuario de Machupicchu y la central hidroeléctrica de Machupicchu; con su urbanización la población que inicialmente fue migrante, se ha asentado y se calcula que en la actualidad más de la mitad reside en forma permanente en el distrito, siendo la actividad turística y conexos dinamizadores de la economía y empleo en esa localidad, en especial hoteles, restaurantes y actividades de comercio cuyo giro principal es el de artesanía proveniente de los centros productores del país.

En general el desarrollo empresarial es una aspiración que toda comunidad espera alcanzar por ser generador de ingresos, promueve una mejor calidad de vida de sus pobladores, asegura el empleo y fortalece el aparato institucional. En Machupicchu es notoria la existencia de empresas que atienden las necesidades de los cada vez más numerosos visitantes; alrededor de la estación del tren se encuentran restaurantes, bodegas, hoteles, venta de artesanía entre las más numerosas, cuya propiedad es en su mayoría de capitales foráneos, en contraste las empresas de iniciativa local existentes en Machupicchu no son numerosas, entre ellas se tiene:

Las que están dedicadas al transporte que gozan de un tratamiento especial por parte del Municipio que concedió al pueblo organizado representado por la empresa CONSETTUR Machupicchu S.A.C, a su vez está formada por la empresa Pachacutec, empresa Tramusa y empresa Wayna Picchu y otras invitadas, para tener el monopolio del uso de la trocha carrozable que une Machupicchu pueblo con el santuario.

Las otras empresas de comercialización en artesanía, de hospedaje y de servicio de alimentos atienden una pequeña proporción del mercado debido probablemente a que no cuentan con los recursos de conocimiento, ni capital para competir con las empresas de capitales nacionales e internacionales que coexisten en Machupicchu y que prácticamente tienen copado el mercado, tales empresas serán motivo del presente estudio.

Los productos que ofrecen las empresas de iniciativa local son similares a los de la competencia, observándose carencia de creatividad y de algún valor agregado, no se ha lanzado un producto o servicio diferenciado ni diversificado de los existentes lo que resta posibilidades de venta y afecta el crecimiento sostenible de las mismas que se mantienen



activas pero con limitadas posibilidades de desarrollo; A pesar de que se han producido iniciativas empresariales locales a lo largo del tiempo, éstas no han obtenido mayor éxito.

Se ha observado desperdicio de materias primas que se acumulan en forma desordenada produciéndose gran cantidad de residuos sólidos que contaminan el ambiente, no se reutilizan los residuos y los almacenes funcionan en forma desordenada, observándose hacinamiento, falta de higiene e improvisación no cuentan con un buen manejo, así mismo se ha observado desperdicio de agua y las instalaciones eléctricas son precarias y no se encuentran en buen estado, por lo que el manejo de los recursos no sería eficiente.

En apariencia y pese a lo estipulado en la normativa vigente que a la letra señala “Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico local , con incidencia en las micro y pequeña empresas a través de planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo; así como el desarrollo social, el desarrollo de capacidades y la equidad en sus respectivas circunscripciones” (PRP, 2003, pág. 4), la municipalidad distrital de Machupicchu, no estaría cumpliendo su rol promotor del desarrollo económico, en particular dirigido a la promoción de empresas de iniciativa local, por lo que, de continuar ésta situación en Machupicchu, centro turístico de singular importancia al que llegan miles de turistas que esperan encontrar ofertas de productos y servicios diferenciados de alta calidad. Existe el peligro de que se mantenga una desventaja de las empresas de iniciativa local frente a la competencia que cuenta con importantes capitales e incluso desaparecer, por lo cual es necesario generar estrategias que permitan el fortalecimiento y desarrollo de las capacidades en las empresas existentes así como la promoción de otras nuevas, por el presente estudio se busca establecer la relación entre el rol de promoción y asistencia empresarial que debe cumplir la municipalidad y la actual situación de las empresas de iniciativa local en esa localidad, por lo que se plantea el siguiente problema de investigación.



1.2. Formulación del problema.

1.2.1. *Problema general.*

¿Cómo se relacionan los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019?

1.2.2. *Problemas Específicos.*

- PE.1 ¿Cómo se relacionan los servicios financieros municipales con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco?
- PE.2 ¿Cómo se relacionan los servicios de asesoría municipal con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco?
- PE.3 ¿Cómo se relacionan los servicios de especialización productiva municipal con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco?

1.3. Objetivos de la investigación.

1.3.1. *Objetivo general.*

Establecer la relación entre los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu- Cusco 2019.

1.3.2. *Objetivos específicos.*

- OE.1: Establecer la relación de los servicios financieros municipales con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.
- OE.2: Establecer la relación de los servicios de asesoría empresarial municipal con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.
- OE.3: Establecer la relación de los servicios de especialización productiva municipal con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu- Cusco.



1.4. Justificación de la investigación.

1.4.1. Relevancia social.

El presente estudio tiene como fundamento la utilidad de la información a obtenerse proporcionando mayores conocimientos acerca del rol de la municipalidad de Machupicchu en la promoción empresarial, para su posterior uso en la toma de decisiones en beneficio de los micros y pequeños empresarios locales y la comunidad.

1.4.2. Implicancias prácticas.

La información producto de la investigación brindará elementos certeros para su posterior uso en la toma de decisiones en beneficio de la promoción de las micro y pequeñas empresas locales con perspectiva del desarrollo de la comunidad y fomento a las iniciativas y actividad comercial propias.

1.4.3. Valor teórico.

La investigación utilizará conceptos y teorías relevantes y coherentes con la realidad estudiada que pudieran ser empleadas en futuras investigaciones.

1.4.4. Utilidad metodológica.

La presente investigación tiene utilidad metodológica porque para su medición se ha elaborado un instrumento debidamente validado que podrá servir para otras investigaciones similares.

1.4.5. Viabilidad o factibilidad.

La realización del estudio planteado es factible porque los investigadores tienen acceso a las fuentes de información; Cuentan con los recursos materiales económicos y de tiempo necesarios.



1.5. Delimitación de la investigación.

1.5.1. Delimitación temporal.

La investigación se realizó durante el período del año 2019.

1.5.2. Delimitación espacial.

La investigación se realizó en el ámbito del distrito de Machupicchu, provincia Urubamba de la región Cusco.

1.5.3. Delimitación conceptual.

El presente estudio ha fijado sus parámetros conceptuales referidos a los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local y al desarrollo empresarial, correspondientes al campo de la Administración, área de la gestión del desarrollo social.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes de la investigación.

2.1.1. Antecedentes internacionales.

Antecedente 1:

Bravo, (2012). *Implementación de la política de fomento en Chile.: una aproximación a partir de la experiencia de las unidades de desarrollo económico a nivel municipal*. Universidad de Chile.

El principal objetivo del estudio de caso, fue el de lograr una aproximación al proceso de implementación de la política de fomento productivo, explorando en sus dificultades y oportunidades desde el punto de vista local.

Las entrevistas efectuadas a nivel municipal, fueron develando los diversos factores que afectan la puesta en marcha de las políticas gubernamentales. Los más relevantes, tienen que ver con la capacidad institucional y con el interés de los gobiernos locales por llevar a cabo acciones que promuevan el emprendimiento y desarrollo productivo de la comuna. Sin embargo, juega un papel determinante la forma en que los lineamientos de política son comunicados desde el nivel central y se adaptan a la dinámica local.

La política de fomento productivo en Chile, se desarrolla sobre la base de una institucionalidad pública dependiente de diversos ministerios. Los principios rectores de la política obedecen a una lógica de corrección de fallas de mercado, horizontalidad de las intervenciones y subsidio a la demanda. La gestión de los instrumentos de fomento, sigue una estructura de tres pisos o niveles. En el primero, se encuentran las empresas y consultores privados que constituyen la oferta de servicios de asistencia técnica para las Pymes. En el segundo se hallan los agentes operadores intermedios, y en el tercero se sitúa los ministerios y corporación de fomento, como responsables del diseño operativo y la reglamentación de los instrumentos. La corporación de fomento además se encarga



de la asignación y traspaso de los subsidios aprobados para los programas y la evaluación de la marcha de los mismos.

Este esquema, centrado en la atención de los aspectos instrumentales y de diseño operativo, desatiende de algún modo, la articulación de las empresas con otros actores institucionales, en particular locales, tales como municipios u otras entidades que, en experiencias internacionales exitosas, han desempeñado un papel clave en el desarrollo de redes y conglomerados empresariales. También son aspectos relevantes, la falta de una visión integral y coordinada por parte de las instituciones de fomento y la carencia de una estrategia de comunicación que oriente las modalidades de llegada al público objetivo, y a la vez permita una mayor visibilidad del accionar institucional.

La ausencia de los aspectos institucionales y territoriales, contrasta sin embargo, con las dinámicas que se han ido generando en algunos municipios del país. El origen de este fenómeno encuentra explicación en un conjunto de factores: la incorporación del fomento productivo como una de las tareas de los municipios en la ley orgánica municipal, los efectos generados por las crisis económicas sobre el empleo, (la asiática en una primera instancia y la de la deuda como un hecho más reciente), el impulso de leyes, tales como la 19.749 sobre microempresa familiar, y el conocimiento de experiencias nacionales e internacionales de gestión municipal del desarrollo económico entre otros.

En la actualidad, se observan diversas estructuras para la promoción del desarrollo productivo que presenta a su vez diferentes denominaciones, como por ejemplo, oficinas de desarrollo económico local, centros de empleo y emprendimiento, etc., así como estatus y niveles de dependencia. En relación al tipo de acciones, estas se centran en tres aspectos: (i) informar a los empresarios de los diferentes programas e instrumentos de fomento disponibles, (ii) canalizar la oferta de capacitación y empleo y (iii) coordinar acciones vinculadas al fomento productivo de la comuna.



Los casos examinados, permiten determinar un rol clave por parte de la municipalidad en la coordinación de la gestión del fomento productivo, pero será importante tener claridad en torno a los siguientes aspectos:

Definir el papel de los municipios en el sistema de fomento, esto implica además institucionalizar canales activos de comunicación entre los oferentes, el municipio como intermediario y/o ejecutor, y los empresarios.

Generar una mayor participación de los municipios en las decisiones, e incorporar la dimensión territorial en la política de fomento. Al respecto, será importante profundizar en las posibilidades que ofrece la Ley 20.416 de 2010, que fija normas especiales para las empresas de menor tamaño, y da origen al Consejo Consultivo público-privado de las empresas de menor tamaño.

Articular la ejecución de los programas y proyectos para el fomento productivo con las iniciativas que en el área ejecutan los municipios, así como evaluar los resultados de cada programa y transmitirlos la municipalidad.

En relación a los municipios es crucial que estructuren y consoliden una estrategia de fomento económico local, así como la incorporación en la gestión municipal de nuevas capacidades relevantes, tales como:

El reconocimiento de los problemas específicos del tejido empresarial local

La creación de redes de trabajo que permitan actuar de forma concertada con los diferentes actores sociales territoriales, a fin de dar respuestas adecuadas la problemática detectada.

Transformar la información disponible (recogida a través del trabajo con las empresas) en una demanda efectiva y articulada a la oferta disponible en materia de fomento.

Es importante destacar, por último, que el número de instrumentos de fomento y su compleja gestión (a través de una serie de ventanillas sectoriales), dificulta el acceso de los emprendedores y empresarios locales. En este sentido, las



municipalidades ofrecen un punto de contacto común que favorece la implementación. La experiencia de las municipalidades de Santiago.

2.1.2. *Antecedentes nacionales.*

Antecedente 1:

Valencia, (2017) *Gestión municipal y desarrollo local en el distrito de Chavín de Huantar*. Universidad Cesar Vallejo.

Primera: Se ha establecido que la gestión municipal tiene relación directa ($r = ,985$) y de manera significativa ($p\text{-valor}=,000 < 0.01$) con el desarrollo local del distrito de Chavín de Huantar al 2017. En consecuencia, se probó la con un nivel medio la hipótesis planteada.

Segunda: Se ha establecido que la gestión municipal tiene relación directa ($r = ,631$) y significativamente ($p\text{-valor}=,000 < 0.01$) con el desarrollo económico del distrito de Chavín de Huantar al 2017. En consecuencia, se probó con un nivel medio la hipótesis planteada.

Tercera: Se ha establecido que la gestión municipal tiene relación directa ($r = ,853$) y significativamente ($p\text{-valor}=,000 < 0.01$) con el desarrollo sociopolítico del distrito de Chavín de Huantar al 2017. En consecuencia, se probó con un nivel alto la hipótesis planteada.

Cuarta: La gestión municipal tiene una relación directa ($r = ,7.60$) y significativamente ($p\text{-valor}=,000 < 0.01$) con el desarrollo ambiental del distrito de Chavín de Huantar al 2017. En consecuencia, se probó con un nivel alto la hipótesis planteada.



Antecedente 2:

Romero, (2017) *Gestión municipal y desarrollo local del distrito de Irazola, Padre Abad*. Universidad Nacional de Ucayali.

La relación es negativa baja y significativa entre la gestión municipal y el desarrollo local, del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017, en razón de haber obtenido el valor de relación de (-0.378), y de significancia de 0.005, por lo que se determina que la gestión municipal, influye positivamente en el desarrollo local, del distrito de Irazola, los resultados nos manifiestan que la población está de acuerdo con la forma que viene gestionando la municipalidad en el desarrollo de la localidad.

El nivel alcanzado de la variable gestión municipal es alto, representa el 58.49%, información que se obtuvo de los trabajadores de la municipalidad distrital de Irazola, Padre Abad, 2017. Determinándose que los trabajadores de la municipalidad, están comprometidos con la gestión, sin embargo, todavía falta mucho para obtener el nivel óptimo, ósea el 100% del nivel alto.

El nivel alcanzado de la variable desarrollo local es bajo, representa el 56.60%, información proporcionada por los pobladores del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017, información respaldada por el 52.83% de nivel intermedio de la dimensión sociocultural, 52.83% de nivel bajo de la dimensión económica, 58.49% de nivel bajo de la dimensión ambiental y 62.26% de nivel bajo de la dimensión política.

La relación es negativa baja y significativa entre la planeación y el desarrollo local del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017, en razón de haber obtenido el valor de relación de (-0.397), y de significancia de 0.003, por lo que se determina que la planeación que realiza la municipalidad de Irazola, influye positivamente en el desarrollo local del distrito, estableciéndose que la población del distrito de Irazola, empatiza con los planes que propone la municipalidad.

La relación es negativa moderada y significativa entre la organización y el desarrollo local, del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017, en razón de haber



obtenido el valor de relación de (-0.430), y de significancia de 0.001, por lo que se determina que la manera de organización que maneja la municipalidad de Irazola, influye positivamente en el desarrollo local del distrito, estableciéndose que la población del distrito de Irazola, empatiza con la organización de la municipalidad.

La relación es negativa baja y significativa entre la dirección y el desarrollo local, del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017, en razón de haber obtenido el valor de relación de (-0.321), y de significancia de 0.019, por lo que se determina que la forma como se dirige la municipalidad de Irazola, influye positivamente en el desarrollo local del distrito, estableciéndose que la población del distrito de Irazola, empatiza con la dirección de la municipalidad.

La relación es negativa baja y no significativa entre el control y el desarrollo local, del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017, en razón de haber obtenido el valor de relación de (-0.220, y de significancia de 0.114, por lo que se determina que el control que realiza la municipalidad de Irazola, no influye positivamente en el desarrollo local del distrito, estableciéndose que la población del distrito de Irazola, no empatiza con el control que realiza la municipalidad.

Antecedente 3:

Vare, (2017) *Gestión municipal y desarrollo local en el distrito de Supe, 2017*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

La una tendencia ilustra que a mayor eficiencia la gestión local mayor la percepción de desarrollo en Supe.

De la prueba realiza la hipótesis central podemos evidenciar que:

Primera: Existe una relación entre la gestión municipal y el desarrollo local en el distrito de Supe, 2017., debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.571, representando una moderada asociación.

Y de las hipótesis específicas llegamos a concluir que:



Segunda: Existe una relación entre los instrumentos de gestión municipal y el desarrollo local en el distrito de Supe, 2017, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.393, representando una baja asociación.

Tercera: No existe una relación entre las acciones de regulación municipal en la localidad y el desarrollo local en el distrito de Supe, 2017, ya que la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.269, representando una muy baja asociación.

Cuarta: No existe una relación entre los recursos físicos municipales y el desarrollo local en el distrito de Supe, 2017, porque la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.237, representando una muy baja asociación.

Quinta: Existe una relación entre los servicios municipales y el desarrollo local en el distrito de Supe, 2017, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.512, representando una moderada asociación.

2.1.3. Antecedentes locales.

Antecedente 1:

Porcel & Loaiza, (2016). *Avances y limitaciones en la implementación de políticas de promoción económica en municipalidades rurales de Cusco y Apurímac: El caso de Pomacanchi y San Salvador en Cusco y Santa María de Chicmo y Aymaraes en Apurímac, en el período 2007 – 2010.* Pontificia Universidad Católica del Perú.

- La descentralización puesta en marcha a partir del año 2003, le encarga la función de promoción del desarrollo económico a los gobiernos subnacionales, lo que obliga a atender las demandas de la población relacionadas con los temas del desarrollo productivo y el empleo de sus territorios, en ese marco las municipalidades rurales, se han visto obligadas a poner en marcha un conjunto de políticas del desarrollo económico local, incorporando a los actores económicos del territorio en su diseño e implementación.



- En los espacios rurales, los gobiernos locales, que son la instancia del Estado más cercana a la población, son también los que reciben la mayor presión y demandas de la población para resolver sus necesidades de apoyo a la producción y la dinamización de la economía, para mejorar la productividad, el empleo y los ingresos, por lo mismo, y en el marco de los nuevos roles y funciones que le fueron asignados, se asume que es la instancia que debe proveer los bienes y servicios, vinculados al desarrollo económico local, con mayor eficiencia que el nivel nacional y regional, no obstante las municipalidades rurales, a pesar de la voluntad política, tienen muchas limitaciones para cumplir de manera eficiente este rol.
- Las características particulares de los territorios donde se ubican las municipalidades estudiadas, que tienen una presencia rural importante, altos índices de pobreza, limitado acceso a servicios básicos y servicios financieros y no financieros para la producción, y un fuerte proceso de migración, determinan un entorno con muchos desafíos para el impulso de procesos de promoción económica eficientes y sostenibles. En ese contexto, las experiencias de diseño e implementación de políticas de promoción económica analizadas, han mostrado diferentes niveles de avance vinculados principalmente a la identificación de sectores económicos competitivos, al desarrollo de capacidades, la constitución de espacios de concertación público privada en torno al desarrollo económico local, la incorporación de tecnologías orientadas a mejorar la productividad, la articulación a mercados, entre otros. Sin embargo, los avances son bastante heterogéneos y no son aún sostenibles, porque muestran debilidades que deben superarse para consolidar el rol de los gobiernos locales en el desarrollo económico local.
- Las políticas de promoción del desarrollo económico local puestas en marcha, facilitaron entre otros los siguientes cambios: desarrollo de capacidades tanto de las propias municipalidades como de los actores económicos, fortalecimiento de las organizaciones de productores y de las instancias de concertación público-privada; mejoras en la producción y productividad de los sectores económicos priorizados; mejora en el acceso a mercados y dinamización de ferias locales,



mejora en los ingresos de las familias beneficiarias de las políticas, entre otros. No obstante, la sustentabilidad de las políticas impulsadas no está garantizada, porque en muchos casos no llegaron a consolidarse y porque hay un alto riesgo de que los cambios de gestión, rompan la continuidad de las mismas, independientemente de cuan buenas o efectivas fueron.

- Algunas de las políticas de promoción económica, a través de las cuales las municipalidades realizaron inversiones, tales como las plantas lecheras en Pomacanchi y Chicmo, o la planta moladora de San Salvador, se encuentran en la frontera entre una municipalidad que asume un rol empresarial (que no le corresponde), y una municipalidad que realiza inversiones para impulsar la acción de los actores privados (productores individuales u organizados). La diferencia está en la forma como fueron planificadas, ejecutadas y sobretodo gestionadas.
- En las experiencias estudiadas, se identificaron algunos factores clave para mejorar la eficiencia en el diseño e implementación de políticas de promoción económica: i) voluntad política de las autoridades para impulsar y liderar procesos de desarrollo económico local; ii) voluntad e interés de los actores económicos del territorio (líderes locales, productores, microempresarios, etc.), para participar en espacios de diálogo y concertación en torno al desarrollo económico local; iii) capacidades de las autoridades y funcionarios responsables; iv) soporte de asesoría técnica especializada que aporte metodologías e instrumentos y acompañe en momentos clave; v) claridad en los roles que les corresponden a los diferentes actores; vi) asignación presupuestaria para planes y proyectos desarrollo económico local, con aportes de todos los actores involucrados en las cadenas o sectores productivos priorizados; vii) establecimiento e implementación de mecanismos de rendición de cuentas.
- Entre las limitantes para la eficiencia y sostenibilidad de las políticas de desarrollo económico local implementadas, se identificaron las siguientes: i) débil capacidad institucional en las municipalidades, tanto a nivel de la organización, como de las competencias de los funcionarios responsables; ii)



limitados recursos económicos de las municipalidades, fundamentalmente en el caso de las municipalidades de Apurímac, que dependen casi exclusivamente de las transferencias del gobierno central, con escasas posibilidades de generación de ingresos propios; iii) escasa oferta de servicios de desarrollo empresarial para el desarrollo de las actividades económicas locales, con limitados servicios de capacitación y asistencia técnica, e inexistencia de servicios de crédito e información; iv) los avances en la generación de una cultura de emprendimiento son aún limitados, y en muchos casos subsisten las visiones asistencialistas, con un débil liderazgo de los productores, para el impulso de la economía, en sus territorios; v) la baja disponibilidad de capital operativo, por parte de los productores, para mantener o ampliar sus emprendimientos.

- La participación de los diferentes actores del territorio, fue un elemento clave en los procesos de desarrollo económico local, tanto para la construcción de una visión común acerca del desarrollo económico del territorio, como para la implementación de las acciones. El fortalecimiento de los espacios de concertación, permitió que se arriben a acuerdos de cooperación concretos, en los cuales si bien las municipalidades tuvieron un rol de liderazgo, por su capacidad de convocatoria y de articulación de la participación de diferentes actores, se hizo evidente que no se trata solo de programas municipales sino de propuestas construidas de manera participativa, donde los productores y sus organizaciones adquieren un rol cada vez más relevante, modificando lentamente (aun cuando en algunos casos persiste), las relaciones de tipo clientelar o paternalista, por relaciones de cooperación y corresponsabilidad.
- El impulso de las políticas de promoción económica local, ha requerido de la voluntad política de las autoridades municipales, para convocar a los diferentes actores y liderar los procesos destinando recursos financieros y técnicos. En los casos estudiados, se observó que la experiencia previa y formación de los Alcaldes tiene influencia en el nivel de importancia que le asignan a la promoción del desarrollo económico al interior de su gestión: por ejemplo, en el caso de San Salvador, si bien la formación del Alcalde es de Abogado, el cumplió previamente funciones de responsable de la oficina proyecto educativo



local de la municipalidad provincial de Calca, mientras que el Alcalde de Santa María de Chicmo, es un empresario de transportes.

- A pesar de que en la mayoría de casos se logró una movilización y participación importante de los actores locales en torno a las mesas temáticas y otros espacios de concertación, sin embargo no podría decirse que se haya logrado generar una cultura emprendedora, puesto que subsiste aún las prácticas asistencialistas y clientelistas por parte de algunos actores económicos en su relación con las municipalidades y ONG. Esto se expresa en las demandas continuas para el financiamiento de sus actividades productivas, pero sin un compromiso claro de su contrapartida y de los resultados que esperan obtener, para contribuir a la dinamización de la economía del territorio.

2.2. Bases legales.

- Constitución Política del Perú.
- Ley N° 27972, Ley orgánica de municipalidades, la presente Ley publicada por el diario oficial “El Peruano” y su modificatoria.
- Leyes y normas que regulan las actividades y funcionamiento del sector público.
- Ley N° 27783 de bases de la descentralización.
- Ley N° 28015, Ley de promoción y formalización de las MYPES, y su modificatoria.
- D.S. N°298-2018-EF, valor de la unidad impositiva tributaria (UIT) aprobado para el año 2019.

2.3. Bases teóricas.

2.3.1. La Municipalidad.

La municipalidad es una institución del estado, con personería jurídica, facultada para ejercer el gobierno de un distrito o provincia, promoviendo la satisfacción de las necesidades de la población y el desarrollo de su ámbito. (Ley orgánica de municipalidades, 2003)



2.3.1.1. El Municipio.

Es considerado como la entidad que agrupa tres componentes interrelacionados: La población, el territorio y la organización local. (Ley orgánica de municipalidades, 2003)

2.3.1.2. El Consejo Municipal.

El consejo municipal es un órgano de gobierno municipal que cumple las funciones normativas y de fiscalización, integrado por el alcalde (sa) y los(as) regidores(as). (Ley orgánica de municipalidades, 2003)

2.3.1.3. Misión de la Municipalidad.

Está contenido en la Ley orgánica de municipalidades Ley N° 27972, (El Peruano, 2003) que establece que su finalidad está definida por tres elementos:

- *Ser una instancia de representación:* Son los ciudadanos y ciudadanas, quienes democráticamente deciden otorgar un mandato para que tanto alcaldes como regidores asuman su representación en la conducción del gobierno local, dicho mandato, está sujeto a un conjunto de reglas, que, si no son cumplidas pueden generar el retiro de la confianza ciudadana y por tanto el resquebrajamiento de la legitimidad para ejercer dicha representación. En ese sentido, cobra importancia el vínculo de ida y vuelta que debe existir entre las autoridades municipales y la población, de tal manera que se permita a la población estar informada, intervenir en los asuntos de la gestión y, a las autoridades municipales ejercer el mandato para el cual fueron elegidas, con eficiencia y transparencia.
- *Ser una instancia promotora del desarrollo integral sostenible:* La municipalidad, en tanto, órgano de gobierno local es la entidad llamada y facultada para liderar la gestión del desarrollo integral de su ámbito, ya sea distrital o provincial. Entendiendo por desarrollo



integral sostenible un proceso de mejora de la calidad de vida de la población, en donde la persona, especialmente aquella en condiciones de pobreza y exclusión, se convierta en el centro de atención de todos los esfuerzos siempre y cuando ello no comprometa la calidad de vida de las poblaciones futuras.

- *Ser una instancia prestadora de servicios públicos:* Entendidos como aquellos servicios brindados por la municipalidad, que permitan a los ciudadanos, individual o colectivamente ser atendidos en determinadas necesidades que tengan carácter de interés público y sirvan al bienestar de todos.

Las municipalidades, Garcia (2003) para que puedan cumplir con sus competencias municipales, que son el conjunto de funciones atribuidas por la Constitución Política del Estado y desarrolladas en la Ley orgánica de municipalidades debe contar con un marco general que toda administración pública, tiende a decidir, libremente o no, determinados asuntos como de orden legal y de administración; como son normas legales y las competencias administrativa, con la finalidad de que cada Municipio se constituya en una institución de garantía; brindando bienestar a los vecinos a través de una adecuada prestación de los servicios públicos locales y la ejecución de obras de infraestructura local para satisfacer las crecientes necesidades de la población.

En el desarrollo de la gestión de los gobiernos locales, se ha detectado la existencia de diferencias y/o desviaciones que inciden negativamente en el cumplimiento de los objetivos y metas. Tales aspectos se tornan repetitivos y el no superarlos oportunamente puede dar lugar a que no solo se agudicen las deficiencias existentes, sino que además ocasionen problemas de mayor magnitud.

Con la utilización de los instrumentos técnicos normativos posibilitará a las municipalidades provinciales y distritales, un buen manejo de los recursos humanos, materiales económicos y financieros; así



como, reflejar con mucha transparencia los resultados de la gestión municipal.

Las municipalidades son instancias descentralizadas correspondientes a los niveles de gobierno local, que emanan de la voluntad popular. Es una persona jurídica de derecho público con autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

2.3.1.4. La autonomía Municipal.

Según, la Ley orgánica de municipalidades N°27972 (El Peruano, 2003). La capacidad de gestión independiente dentro de los asuntos atribuidos como propios de la municipalidad. Es decir, autonomía municipal es la capacidad de decidir y ordenar (autonormarse), dentro de sus funciones y competencias exclusivas que no pueden ser ejercidas por ninguna otra institución.

La autonomía municipal tiene tres dimensiones que consisten en que se le da autoridad para hacer cumplir todos los asuntos que la Ley les ha encomendado para impulsar el desarrollo local.

- *Autonomía política:* Como elemento de la autonomía local, pueden emitir normas con naturaleza de Ley material, como son las ordenanzas, son las que van a decidir, que cosa se va hacer. Entonces las municipalidades, están constitucionalmente facultadas para decidir qué cosa hacer para lograr el desarrollo local.
- *La autonomía administrativa:* Se refleja en la posibilidad de emitir reglamentos, actos administrativos; en la organización interna. En la contratación y Ejecución de las decisiones; estas son varias formas de cómo se manifiesta la autonomía administrativa.
- *La autonomía económica:* Se da en dos aspectos; en la posibilidad de generar sus propios recursos y, en segundo lugar, en disponer de los recursos que tiene. Sobre el primero, uno de los medios más



importantes es la tributación municipal en ejercicio de la potestad tributaria y decidir sobre su presupuesto.

2.3.1.5. Tipos de municipalidad.

Según, la Ley orgánica de municipalidades N°27972, existen tres tipos de municipalidades.

- Municipalidades provinciales, ejercen el gobierno local en las demarcaciones provinciales.
- Municipalidades distritales, ejercen el gobierno local en las demarcaciones distritales.
- Municipalidades de centros poblados, se crean por ordenanza municipal provincial y ejercen funciones delegadas, las que se establecen en la ordenanza que las crea.

Para el cumplimiento de sus funciones las municipalidades provinciales y distritales deben asignarles recursos económicos de manera mensual.

Existen municipalidades que, por sus características particulares, se sujetan a regímenes especiales como la municipalidad de Lima metropolitana, las ubicadas en zonas de frontera y las municipalidades ubicadas en zonas rurales. La Ley orgánica de municipalidades 27972 establece un título especial—el título XI-, con el objeto de promover el desarrollo municipal en zonas rurales. (Congreso de la Republica , 2003)

2.3.1.6. Desarrollo local.

El desarrollo económico local puede definirse, como señala la organización internacional del trabajo, como “un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el



contexto global, con el objetivo final de crear empleo decente y estimular la actividad económica (Rodríguez, 2000). Se distinguióse varias dimensiones:

Económica, en la cual, los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados.

Formación de recursos humanos, en la que los actores educativos y de capacitación conciertan con los emprendedores locales la adecuación de la oferta de conocimientos a los requerimientos de innovación de los sistemas productivos locales.

Socio-cultural e institucional, en la que los valores e instituciones locales permiten impulsar o respaldar el propio proceso de desarrollo.

Político-administrativa, en la que la gestión local y regional facilita la concertación público-privada a nivel territorial y la creación de “entornos innovadores” favorables al desarrollo productivo y empresarial.

Ambiental, que incluye la atención a las características específicas del medio natural local, a fin de asegurar un desarrollo sustentable ambientalmente. (Rodríguez, 2000).

2.3.1.7. Roles y retos de la Municipalidad para el desarrollo económico local.

Lo que indica (Rodríguez, 2000). La municipalidad es el órgano de gobierno local que ejerce sus funciones y competencias en el municipio (territorio = provincia, distrito). La municipalidad, en gran parte de los países de América Latina, tiene las siguientes finalidades con más o menos el mismo fraseo:

- Representar a los vecinos.
- Proveer servicios públicos locales.
- Promover el desarrollo integral concertado y sostenible de la localidad.



En este marco, la finalidad fundamental que coloca a las municipalidades en su rol de gobierno local es la promoción del desarrollo integral. Sin embargo, este rol no ha sido plenamente desarrollado, limitándose a la gestión de servicios públicos locales y enfatizando su accionar en inversión de infraestructura o proyectos de equipamiento local (pistas, losas deportivas, etc.).

Por ello es necesario promover el desarrollo de capacidades en los gobiernos locales que les permitan trascender las tradicionales competencias que la asocian a la idea de una entidad prestadora de servicios públicos (limpieza, ornato, certificación de nacimientos etc.), y asuman un rol promotor del desarrollo integral que incluya la dinamización de la economía local. Esto es lo que se conoce como una gestión territorizada: desarrollo económico y social en el ámbito local, como la ha llamado Francisco Alburquerque.

Este nuevo rol municipal debe estar orientado a impulsar y facilitar procesos sostenibles y sustentables de desarrollo local, coordinando con otros niveles del Estado, facilitando información para mejorar la toma de decisiones para la inversión, estimulando los derechos ciudadanos y facilitando la generación de nuevas capacidades en la población para el emprendimiento. Además, de posibilitar oportunidades, concertar políticas y programas de desarrollo local con la institucionalidad pública y privada local que permitan darle sostenibilidad y sustentabilidad al proceso de desarrollo

2.3.2. La Municipalidad de Machupicchu

La Municipalidad Distrital de Machupicchu, es una institución líder y modelo en gestión pública municipal, orientada a brindar servicios integralmente a la comunidad de Machupicchu, mejorando su calidad de vida y satisfaciendo sus necesidades básicas.

2.3.2.1. Visión institucional.



Un distrito modelo con identidad cultural, aceptable calidad de vida, sustentada en una sólida economía urbana y rural, con servicios básicos y sociales equivalentes, en un medio ambiente saludable, sustentable y sostenible.

Machupicchu Pueblo, consolidada como la Antesala de la ciudad Inca, Machupicchu Santuario, con sus espacios físicos y servicios organizados, ordenados y ornamentados, sin sobredimensionamiento en su crecimiento urbano, protegida contra riesgos de desastres naturales; un lugar seguro, atractivo y confortable para el turismo y para los habitantes, quienes participan activamente en el gobierno del pueblo de manera concertada, armónica, eficiente, transparente, plural y democrática”.

2.3.2.2. Misión Institucional

Administrar el gobierno local con eficiencia y transparencia, mediante procesos participativos permanentes de toda la sociedad civil organizada, en la premisa de que la ejecución de los planes de desarrollo y participativos por resultados, son tarea fundamental de todos los ciudadanos; por ello que el presente plan, debe ser el esfuerzo concertado de todos los habitantes del distrito, con capacidad de fiscalización y ejecutoria en el proceso de gobernabilidad democrática, bajo los principios de, gobierno del pueblo para el pueblo

2.3.3. Subgerencia de Turismo y Desarrollo Económico

Es el encargado de formular los mecanismos y estrategias, para promover el desarrollo productivo en la promoción empresarial y la promoción del turismo en el distrito de Machupicchu, con el objeto de mejorar las condiciones económicas de la población.

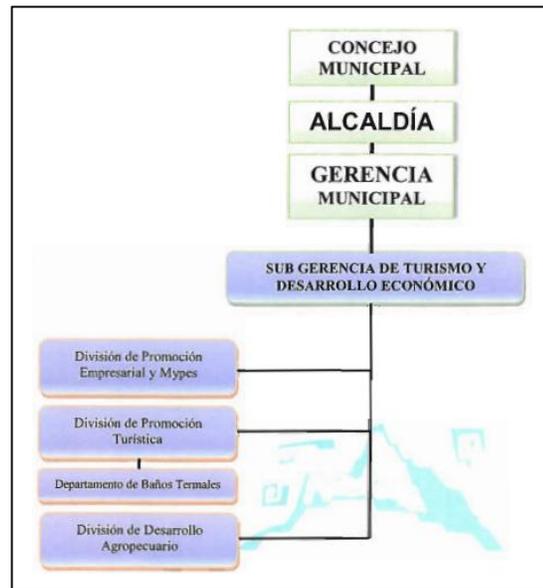
2.3.3.1. Línea de autoridad.

Depende directamente del gerente municipal. Tiene mando directo sobre todo el personal que se le asigne en la subgerencia.

2.3.3.2. Estructura orgánica de la subgerencia de turismo y desarrollo económico.

Figura 1

Estructura orgánica de la subgerencia de turismo y desarrollo económico



Fuente: (Municipalidad Distrital MAchupicchu, 2018)

2.3.4. Servicios empresariales Municipales.

Según Rojas (2006), se denominan servicios empresariales a todos aquellos servicios que ofrece la municipalidad para cumplir con su rol de promoción y acompañamiento a los empresarios locales, están constituidos por: Los servicios financieros, los servicios de desarrollo empresarial y los servicios para la especialización productiva

2.3.5. Servicios financieros Municipales

“El servicio financiero es la transacción necesaria para obtener el bien financiero” (Asmundson, 2011, pág. 46).

Los servicios financieros consideran los siguientes aspectos:



- *Suficiencia financiera:* Las municipalidades tienen derecho a tener recursos suficientes de los cuales podrán disponer libremente en el ejercicio de sus competencias.
- *Autonomía financiera:* Las municipalidades tendrán autonomía para establecer y exigir arbitrios de acuerdo con lo previsto en la Constitución y las leyes, asimismo mantendrán los ámbitos para la fijación de arbitrios establecidos en las legislaciones anteriores y otros que existan al momento de aprobación de la Ley.
- *Normativas fiscales municipales:* La potestad reglamentaria de los municipios en materia fiscal se ejercerá a través de ordenanzas reguladoras de gestión, recaudación e inspección de sus arbitrios.

2.3.5.1. Líneas de créditos MYPES.

Para Gitman (2013), una línea de crédito es un contrato entre un banco comercial y una empresa, en el que se especifica la cantidad del préstamo no garantizado a corto plazo que el banco facilitará a la empresa durante un periodo dado. Por lo general, un contrato de línea de crédito se realiza en un periodo de 1 año y a menudo impone ciertas restricciones al prestatario. No es un préstamo garantizado, pero indica que, si el banco tiene suficientes disponibles, permitirá al prestatario adeudarle hasta una cantidad determinada de dinero. La cantidad de una línea de crédito es la cantidad máxima que la empresa puede deberle al banco en un momento dado (pág. 538).

- *Tasa de interés:* La tasa de interés de una línea de crédito se establece normalmente como una tasa flotante-la tasa preferencial más una prima. Si la tasa preferencial cambia, la tasa de interés que se cobra en el nuevo préstamo, así como en el vigente, cambia automáticamente. La cantidad que se cobra un prestatario por arriba de la tasa preferencial depende de su capacidad crediticia. Cuanto más solvente sea el prestatario, menos será la prima (incremento de interés) sobre la tasa preferencial y viceversa.



- *Restricciones sobre cambios operativos:* En una línea de crédito, un banco puede imponer restricciones sobre cambios operativos, las cuales le dan el derecho de cancelar la línea si ocurren cambios importantes en la condición o en las operaciones de la empresa. Por lo común se pide a la empresa que envíe los estados financieros actualizados, y de preferencia auditados, para una revisión periódica. Además, por lo general el banco necesita estar informado de cambios en el personal administrativo principal o en las operaciones de la empresa antes de que se den los cambios.
- Lo que una MYPE debe tener en cuenta para pedir una línea de crédito

Para German (2018) toda empresa, grande o pequeña, necesita dinero extra en períodos específicos en su ciclo de vida. Una de las alternativas que tiene es acudir a los bancos para solicitar nuevos fondos.

Hay muchas buenas razones para que una pequeña o mediana empresa (MYPE) pida un crédito empresarial o solicite la extensión de su línea de crédito.

Sin embargo, antes de hacer la solicitud es necesario que el dueño de la MYPE evalúe el Estado de varios aspectos de su negocio, ya que la institución financiera le solicitará documentación y pruebas de que la empresa está funcionando bien, como: Estado contable y tributario, resultados anuales, proyecciones de crecimiento, situación del mercado, flujos del negocio.

. El rol financiero que cumple el gobierno municipal, está considerado en el art.86, inciso 3.2 de la Ley de municipalidades que señala como funciones específicas municipales;” Ejecutar actividades de apoyo directo e indirecto a la actividad empresarial en su jurisdicción sobre información, capacitación, acceso a mercados, tecnología, financiamiento y otros campos a fin de mejorar la competitividad” (Congreso de la Republica , 2003, pág. 22), por tanto , si bien los gobiernos municipales tienen un rol financiero destinado a las MYPES,



éste se cumple en forma de intermediación entre los beneficiarios MYPES y aliados estratégicos denominados la cooperación, que son organismos no gubernamentales y gubernamentales dedicados a tal función.

2.3.5.2. Factores que una MYPE debe tener en cuenta antes de pedir un crédito:

Para Gitman (2013) indica:

- *Historial crediticio:* Si el dueño de la MYPE tiene un crédito vigente y lo paga dentro de los plazos estipulados, su “historial de vida financiera” le jugará a favor cuando acuda nuevamente a una institución financiera a solicitar otro préstamo.
- *Crédito vigente:* Las MYPES que ya cuentan con líneas de crédito o tarjetas de crédito de uso empresarial deben evaluar el estado de esos fondos disponibles, las garantías y respaldos asociados, y capacidad de pago antes de solicitar un nuevo préstamo. Normalmente, las empresas acuden al banco cuando ya coparon la tarjeta de crédito o su línea ya no da más, o bien están atrasadas con los pagos de su deuda actual. Si este es el caso, lo primero que hará la institución será evaluar el historial financiero (punto 1) de la empresa y cuántas deudas tienen. En caso de que el banco evalúe considerar la posibilidad de prestarle dinero nuevamente, solicitará nuevas garantías de que podrá pagar el nuevo préstamo. Esto incluye equipos u otros activos de la empresa. Este punto es muy importante: si la MYPE no puede cumplir con las garantías del nuevo préstamo, arriesga un embargo en caso de no pago.
- *Repactación de deuda:* Ciertamente, consolidar la deuda en un solo gran crédito puede reducir la presión por un tiempo, pero no resuelve el problema de raíz. Cabe resaltar que repactar conlleva un encarecimiento de la deuda, puesto que el acreedor normalmente solicita tasas un poco más altas e incurre en nuevos gastos de cobranza por el mayor plazo que le otorga al deudor.



- Claridad en el negocio: Muchas MYPES solicitan un crédito antes de haber hecho un estudio de mercado minucioso. Estos emprendedores se dejan llevar por “modas” o intuición. Incurrir en un compromiso financiero sólo por esto es complicado. Este estudio de mercado debe comprender los riesgos inherentes de su negocio, así como la situación del mercado externo y tendencias. Se recomienda que el emprendedor dedique más tiempo a investigar y evaluar si hay un nicho u oportunidad. Aquí la tarea es 100% responsabilidad de la persona que busca emprender.
- Informarse sobre la tasa de interés del banco: Por eso, antes de hacer una solicitud formal de crédito, la MYPE me debe conocer las tasas con las que está trabajando su banco. Además, el hecho de que haya tasas bajas no significa que sea buen momento para pedir un crédito, sobre todo si el país está en una situación de bajo crecimiento económico.
- *Evitar los impulsos*: Sin embargo, la MYPE me debe primero evaluar si está aprovechando todos los bienes y servicios que ya tiene antes de involucrarse en un nuevo préstamo. Esto incluye revisar el retorno sobre la inversión (ROI) de todas las inversiones que ha hecho a la fecha. Cuando responde a impulsos, la MYPE no hace un aporte de capital suficiente para la compra de esta inversión, y busca financiar todo a través del crédito. Normalmente, esto es evidencia de la mala organización financiera de la empresa.

2.3.5.3. Aval para el crédito.

Para Gitman (2013) indica, el aval es una cláusula escrita en la propia letra por lo cual una persona denominada avalista, garantiza el pago de la misma. En el aval se distinguen dos figuras: avalista y avalado. El avalista firma la letra y se compromete a pagarla en caso de que no lo haga el libro aceptante.



La gran diferencia entre el aval y la fianza es que el tenedor no tiene que demostrar previamente la insolvencia del avalado para dirigirse contra el avalista. En las fianzas ordinarias el fiador goza de los llamados beneficios de orden y excursión. El beneficio de orden es un derecho que la ley otorga al fiador por el que, en caso de incumplimiento, deberá guardarse una orden y primero reclamar al deudor principal y después al fiador. En la fianza ordinaria se obliga al acreedor a que se dirija en primer término contra los bienes del deudor principal antes de reclamar el pago al fiador; además a este no se le puede reclamar nada hasta que se lo haya acreditado la insolvencia del principal obligado y agotado todos los recursos legales para el cobro de la deuda.

El avalista del aceptante es un obligado directo y solidario al pago de la letra, por lo que, si el librado no la reintegra llegado el vencimiento, deberá reembolsarla el avalista. (pág. 343)

2.3.5.4. Subvenciones.

Según Banda (2016); una subvención es una ayuda económica recibida por una persona o por una empresa por parte de una entidad pública o administración. El concepto de subvención implica que el organismo público que proporciona la ayuda tendrá que desembolsar una cantidad económica a través de una transferencia. Comprendemos que el beneficiado en este proceso deberá destinar el apoyo hacia proyectos y actividades que sean de interés público y que puedan aumentar sus fondos propios. Y por supuesto, el destinatario está obligado a cumplimentar la actividad en su totalidad. Normalmente, el objetivo de una subvención es el de abrir o evolucionar los negocios, mejorar el desarrollo de los productos o mejorar los bienes y servicios para el interés de una comunidad.



2.3.5.5. Convenios con bancos y financieras.

Según, Graus (2019), un convenio es un acuerdo entre dos o más partes sobre un asunto en particular. Generalmente, incluye cláusulas o normativas que las partes involucradas declaran conocer y hacer cumplir.

Los alcances y limitaciones de un convenio se establecen en ese mismo documento, así como las implicaciones que habrá en caso de no cumplir lo acordado.

También se conoce como convenio al acuerdo entre un deudor y su acreedor para evitar o renegociar una declaración de quiebra.

2.3.6. Servicios de asesoría empresarial municipal.

Todas aquellas prestaciones que ofrece la municipalidad en favor del fomento, de las iniciativas empresariales locales, capacitación, alianzas estratégicas, realización de eventos tendientes al promover los productos servicios de las MYPES locales (Rojas, 2006)

2.3.6.1. Los rasgos de la consultoría.

- *La consultoría es un servicio independiente.* Se caracteriza por la imparcialidad del consultor no tiene autoridad directa para tomar decisiones y ejecutarlas. Pero debe asegurar la máxima participación del cliente en todo lo que hace de modo que el éxito final se logre en virtud del esfuerzo de ambos.
- La consultoría es esencialmente un servicio consultivo. No se contrata a los consultores para dirigir organizaciones o para tomar decisiones en nombre de directores en problemas. Su papel es actuar como asesores, con responsabilidad por la calidad e integridad de su consejo; los clientes asumen las responsabilidades que resulten de la aceptación de dicho consejo.
- La consultoría es un servicio que proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos. Una



persona llega a ser consultor de empresas en el pleno sentido del término después de haber acumulado una masa considerable de conocimientos sobre los diversos problemas y situaciones que afectan a las empresas y adquirido la capacidad necesaria para identificarlos, hallar la información pertinente, analizar y sintetizar, elegir entre posibles soluciones, comunicarse con personas.

- *La consultoría no proporciona soluciones milagrosas.* Es un error suponer que, una vez contratado el consultor, las dificultades desaparecen. La consultoría es un trabajo difícil basado en el análisis de hechos concretos y en la búsqueda de soluciones originales pero factibles. El empeño decidido de la dirección de la empresa en resolver los problemas de ésta y la cooperación entre cliente y consultor son por lo menos tan importantes para el resultado final como la calidad del consejo del consultor. (GestioPolis.com, 2002)

2.3.6.2. Fases del proceso de consultoría.

Iniciación:

- Primeros contactos con el cliente
- Diagnóstico preliminar de los problemas
- Planificación del cometido
- Propuestas de tareas al cliente
- Contrato de consultoría.

Diagnóstico:

- Análisis del objetivo
- Análisis del problema
- Descubrimiento de los hechos
- Análisis y síntesis de los hechos
- Información de los resultados al cliente



Planificación de medidas:

- Elaboración de soluciones
- Evaluación de opciones
- Propuestas al cliente
- Planificación de aplicación de medidas

Aplicación:

- Contribuir a la aplicación
- Propuestas de ajustes
- Capacitación

Terminación:

- Evaluación
- Informe final
- Establecimiento de compromisos
- Planes de seguimiento
- Retirada (GestioPolis.com, 2002)

2.3.6.3. Métodos de consultoría.

Método genérico de Harvard

- Definir el problema central.
- Hacer una lista de los factores pertinentes.
- Hacer una lista de soluciones alternativas con ventajas y desventajas de cada uno.
- Examinar y analizar las alternativas.
- Hacer una lista de conclusiones.
- Hacer recomendaciones.



Método de procesos

Se conoce como Tecnología de Mapeo a la capacidad de mapear procesos, los mapas son una representación de la situación de un negocio, son recurrencias, interpretación sobre recurrencias

Los mapas:

- Permiten generar acción y poder con mayor eficiencia.
- Son simples y fáciles de utilizar.
- Es importante considerar:
- Debe mapearse lo más relevante.

Los problemas del management son problemas de administración de procesos. Mapear procesos es una manera de descubrir oportunidades y producir cambios. Mapear un proceso existente equivale a reconstruir el sentido común de los miembros de una comunidad de negocios:

- Hace el inventario de quiebres, sus frecuencias, valor económico.
- Distingue los ciclos de trabajos primordiales y secundarios en la estructura del proceso
- Señala los desperdicios y fuentes de oportunidad en la estructura del proceso.
- Señalar los desperdicios en los ciclos de trabajo relevantes: horas hombres, ventas perdidas, expresados en dólares

Métodos de enfoque cualitativo

Mediante la *observación* y la escucha efectiva se pretende establecer la realidad.

Se obtienen juicios algunos sin fundamento y otros con valor.

Identificando emociones y estados de ánimo; prácticas y quiebres.

Cruzando la mirada se acerca a la realidad.



La mirada de los principales actores: propietarios, empleados, clientes (GestioPolis.com, 2002)

2.3.6.4. Capacitación.

La capacitación se convierte en un medio para el desarrollo de competencias que le permiten al individuo adquirir herramientas con las que mejora su capacidad de producción, creación e innovación, y que son también congruentes con los objetivos de la organización. La capacitación se enfoca en el cargo actual y promueve “mejorar las habilidades y capacidades relacionadas con el desempeño inmediato del cargo (Vilaboa Ulloa, 2013).

Según Torres Tello (2005); la capacitación se orienta básicamente al fortalecimiento de la gestión pública dirigido a funcionarios municipales sobre aspectos de gestión municipal; en mucho de los casos estos programas se realizan vía convenios con escuelas especializadas de gestión municipal, o de manera directa a través de organismos no gubernamentales–ONG. Otro de los temas es el referido al manejo de programas sociales y la inclusión de éstos en los planes de desarrollo y el presupuesto participativo.

2.3.6.5. Asesoría en tecnología.

Renier (2017) destaca que: La asesoría tecnológica es un campo que se enfoca en aconsejar a otras empresas o individuos a cómo usar las tecnologías de la información para conseguir sus objetivos empresariales o profesionales. Adicionalmente se estima, gestiona, implementa, instala y administra los sistemas informáticos bajo subcontratación.

Hoy en día la cultura colaborativa, los métodos, técnicas y metodologías masificadas a través de múltiples servicios y aplicaciones permiten planificar, organizar y trabajar desde casi cualquier lugar sin perder el valor u objetivo más importante que busca un cliente, alguien



que le escuche, lo entienda y le ofrezca al menos tres caminos a elegir para transitar y llegar al éxito.

2.3.6.6. Alianzas estratégicas.

Según DFID (2007), la generación de alianzas estratégicas o la conformación de una plataforma interinstitucional local es un criterio a seguir para desarrollar procesos de fortalecimiento organizacional y promoción de iniciativas de desarrollo económico de manera adecuada, generadas a partir y desde las capacidades locales desarrolladas o fortalecidas, donde programas de capacitación pueden ser ampliamente aprovechados para este fin. Es importante seguir promoviendo procesos de desarrollo de capacidades organizacionales en la promoción del desarrollo económico local, tanto en actores públicos como privados, e instancias que pueden catalizar el aprendizaje en espacios territoriales más amplios como la mancomunidad. En este sentido, la generación de alianzas estratégicas entre gobiernos municipales, organizaciones económicas, es fundamental para que a través de iniciativas de fortalecimiento vía asistencia técnica o programas y eventos de capacitación (pág. 53).

Para Van & Wachowicz (2002); a veces las empresas carecen de recursos para alcanzar todos sus objetivos estratégicos mediante adquisición o inversión directa. Las alianzas estratégicas, o los convenios corporativos entre empresas, ofrecen una tercera opción. Las alianzas estratégicas diferentes de las fusiones en el sentido de que los miembros se mantienen como empresas independientes pueden tomar muchas formas e implican a distintos participantes. Se puede dar una colaboración entre proveedores y sus clientes; entre competidores en el mismo sector, o entre competidores con capacidades complementarias (por ejemplo, promotores de salud, hospitales y médicos que cooperan para reducir costos).



2.3.6.7. Sociedades en participación.

Es una clase de alianza estratégica, la sociedad en participación (Joint Venture), dos o más empresas colaboran de tal forma que juntas establecen y controlan una empresa independiente para cumplir los objetivos que tienen establecidos.

2.3.6.8. Difusión.

“La difusión implica propagar algo, una información, dato o noticia, con la misión de hacerlo público y de ese modo ponerlo en conocimiento de una importante cantidad de individuos que lo desconocen hasta ese momento” (Definición ABC, 2017).

2.3.6.9. Organización de eventos.

De acuerdo a (Zaghi, 2019) los eventos corporativos son una excelente oportunidad para llevar a cabo “la venta de sus productos o servicios, ofertas o simplemente actividades para dar a conocer una empresa”.

Guía para la organización de eventos

- *Establecer objetivos:* Los expertos en marketing que establecen metas tienen un 49 % más probabilidades de reportar con éxito sobre ellas. Por ello, lo primero que se debe hacer en la organización de eventos es fijar los objetivos. Es decir, tener una idea clara de lo que se quiere alcanzar.
- *Definir al asistente:* Tener una descripción del tipo de público es una información muy útil en la organización de eventos. Sobre todo, porque de ello dependen muchas otras decisiones como el formato del evento, contenido, lugar, entre otros. Además, “cuando se abordan las necesidades particulares de un segmento, se incrementa la competitividad”



- *Definir formato:* En la organización de eventos los formatos más empleados en las empresas son los desayunos, los cocteles y las conferencias. Los primeros tienen la ventaja de que, al ser por la mañana, evitan que las personas no asistan por retrasos. Los cocteles son ideales para hacer networking con el cliente. Fomentan un ambiente cómodo y relajado para conversar. En la organización de eventos, las conferencias son otra modalidad que no implica grandes inversiones. Además, con los avances de la tecnología, son muy populares las versiones en línea.
- *Enumerar los requerimientos:* Hacer un recorrido mental del evento es una técnica recomendada en la organización de eventos para reconocer los requerimientos. Se deben incluir desde los materiales a entregar a los asistentes hasta los oradores, decoración y transporte (en caso necesario). Así, en la organización de eventos, se define qué puede proporcionar la empresa y qué requiere de un proveedor externo.
- *Manejo de presupuesto:* Una vez establecido lo que se requiere y su costo aproximado, será momento de establecer el presupuesto. Para los proveedores externos, es muy útil cotizar con 2 o 3 opciones. Así se podrá seleccionar la mejor oferta. También es útil en la organización de eventos identificar aquellos costos innecesarios. “Pero atención: es importante saber separar estos costos, para no tener cortes donde la empresa necesita invertir”

2.3.7. Servicios de especialización productiva municipal

Según Soler Planet (2016). La especialización productiva es el conjunto de actividades necesarias para producir un bien o servicio a partir de un recurso determinado, involucrando procesos que deben mejorarse continuamente, gracias a la administración o gestión de dichos recursos, y teniendo como guía, diversos estándares de calidad, que buscan como objetivos; lograr el máximo aprovechamiento de los recursos, satisfacción de las necesidades o requerimientos



del usuario, aumento de la utilidad y garantizando la sostenibilidad de todo el sistema productivo. Aquí encontrarás varios de estos estándares y otros sitios relacionados con la especialización productiva.

2.3.7.1. Diversificación de los productos/ servicio de iniciativa local.

Para Hidalgo, Leiva, & Sosa (2014); es el proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios. El motivo por el que las compañías se diversifican es la búsqueda de sinergias o una reducción del riesgo global de la empresa.

2.3.7.2. Tipos de diversificación.

Existen cuatro tipos de diversificación:

- *Horizontal:* Desarrollo de nuevos productos para satisfacer otras necesidades de clientes similares a los que la empresa ya tiene.
- *Vertical:* Se desarrolla cuando la empresa se integra en el negocio de sus proveedores o clientes.
- *Concéntrica:* Se da cuando la empresa accede a un nuevo mercado con sinergias tecnológicas, comercial o de producción, pero no clientes o productos comunes.
- *Conglomerada:* Se da cuando la empresa accede a mercados sin sinergia con la actividad actual de la empresa.

También se puede diferenciar entre:

- *Diversificación relacionada:* Se da cuando existen similitudes entre los recursos utilizados en el desarrollo de los negocios.
- *Diversificación no relacionada:* No existe relación entre las actividades.

Según Coila (2018); para las empresas, la situación de la diversificación de sus productos, tiene una tendencia a considerarse como un elemento de expansión empresarial, pues la variedad de productos,



permite a éstas incrementar sus posibilidades de alcanzar nuevos mercados, o aumentar el grado de competencia en un mismo mercado especializado, debido a ello, es que los estudios de mercado han considerado usar injerencias o formatos preestablecidos, que en general sirven para determinar la producción de una empresa según su rubro comercial (pág. 86).

2.3.7.3. Apoyo para la adquisición de activos.

Según Zonaeconómica (2018); la adquisición de activos consiste en la compra de activos, en lugar de la compra de acciones. La empresa compradora no desea hacerse con el control de la compañía que vende los activos, sino que desea adquirir sólo ciertos activos que considera valiosos. No se trata de una adquisición de una empresa por otra. Se venden sólo aquellos activos que la compradora desea comprar.

2.3.7.4. Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes sociales.

“Las redes son una ventaja para lograr el crecimiento, por lo tanto, el crear redes comerciales permite aprovechar las ventajas económicas, técnicas y financieras que el mercado ofrece” (Coila, 2018, pág. 62)

“Las redes sociales son plataformas de publicación de contenidos, que permiten a los usuarios pasar a ser medios de comunicación con todo tipo de informaciones y comentarios, marcas y productos” (González Molina, 2016).

2.3.8. *Desarrollo empresarial Municipal*

“El desarrollo empresarial es un proceso en el cual todo empresario adquiere habilidades y destrezas, que favorecen con el manejo eficiente de los recursos de la empresa, innovación de productos y procesos, que ayudan con el crecimiento sostenible de la empresa” (Sandoval, 2017, pág. 17).



Las transferencias de programas sociales y proyectos de inversión productiva, según Ley N° 27783, a partir del ejercicio fiscal 2003, se inicia con la transferencia a los gobiernos regionales y locales de los programas sociales de lucha contra la pobreza y los proyectos de inversión e infraestructura productiva de alcance regional, en función de las capacidades de gestión de cada gobierno regional o local.

El Poder Ejecutivo queda facultado para realizar todas las acciones administrativas, presupuestarias y financieras necesarias en relación a los pliegos y unidades ejecutoras de los programas y proyectos objeto de transferencia.

En cuanto a la distribución de los recursos de la privatización y concesiones, todos los recursos que efectivamente se perciban, como consecuencia de los procesos de privatización y concesiones, constituyen recursos públicos. Los recursos provenientes de los nuevos procesos de privatización y concesiones que realice el gobierno nacional, luego de deducir los gastos imputables directa o indirectamente a la ejecución de los mismos, y las obligaciones asumidas por el Estado para sanear las empresas privatizadas, se distribuirán de la siguiente manera:

- El treinta por ciento (30%) al Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDE).
- El treinta por ciento (30%) al Fondo de Compensación Regional (FONCOR).
- El veintiocho por ciento (28%) al Tesoro Público, para efectos de financiar los gastos establecidos en la Ley Anual de Presupuesto del Sector Público.
- El dos por ciento (2%) al Fondo de Promoción de la Inversión Privada (FOPRI).
- El diez por ciento (10%) al Fondo de Estabilización Fiscal (FEF).

Asimismo, no menos del 50% de los recursos asignados al FIDE y al FONCOR, según los literales a) y b) precedentes, provenientes de cada proceso de privatización y concesiones, deberá destinarse al financiamiento de proyectos de inversión en beneficio de la población de la región donde se encuentra el activo o empresa materia del proceso de privatización o concesión.



Con la finalidad de garantizar el adecuado cumplimiento de lo establecido en los párrafos precedentes, toda disposición que establezca un destino, distribución o mecanismo de similar efecto con respecto a los recursos públicos contenidos en las leyes anuales de presupuesto, queda sin efecto a partir del 1 de enero del año 2003.

2.3.9. Manejo eficiente de recursos

El manejo eficiente de recursos trata de utilizar los recursos racionalmente y aprovechar todos los potenciales existentes. Esto trae consigo una máxima productividad con costes de producción mínimos y una alta rentabilidad en las empresas. Desde hace décadas llevamos dirigiendo todas nuestras actividades hacia esos objetivos.

La utilización racional de todos los recursos es una tarea continua y por tanto debe seguirse a largo plazo. Se debe considerar que, si la eficiencia productiva se integra desde el principio en la estrategia de la empresa, las inversiones o mayores costes iniciales se amortizarán también en poco tiempo.

2.3.10. Organización racional en el uso de materias primas.

- *Organización racional del uso de agua y suministro de energía*

Para Valdez (2013); el uso racional del agua remite al control y gestión del consumo de agua. Es un concepto incluido en las políticas generales de gestión de los recursos naturales renovables y asociado a un desarrollo sostenible que debe permitir el aprovechamiento de los recursos, en este caso del agua, de manera eficiente garantizando su calidad, evitando su degradación con el objeto de no comprometer ni poner en riesgo su disponibilidad futura (págs. 1-2).

El uso racional de la energía eléctrica es el uso consciente para utilizar lo estrictamente necesario. Esto lleva a maximizar el aprovechamiento de los recursos naturales. Recursos naturales que en la actualidad comienzan a escasear en todo el mundo. El uso racional de la energía es un concepto que más que dejar de utilizar la energía, busca hacer un uso eficiente sin que implique el derroche de la misma.



- *Volumen de residuos tóxicos y desperdicios*

Según Loayza (2017); los residuos químicos peligrosos comprenden todos aquellos materiales que, por sus características corrosivas, reactivas, explosivas, tóxicas e inflamables, representan un peligro para la salud humana y el ambiente, cuando son manejados o dispuestos en forma inadecuada. La generación de residuos peligrosos es el resultado del uso intensivo de sustancias químicas en las distintas etapas del ciclo de vida de un producto. Se pueden generar residuos peligrosos en la extracción y en el enriquecimiento de recursos naturales para transformarlos en materias primas, en la transformación de materias primas en productos, en el proceso de consumo de los productos; así como, en el tratamiento de los residuos de postconsumo, como parte de los procesos utilizados para el reaprovechamiento de los residuos o en el acondicionamiento para la disposición final de este tipo de residuos.

- *Utilización y reciclaje de materiales*

Según Careaga (1993); reciclar significa separar o extraer materiales del flujo de desechos; acondicionarlos para su comercialización; usarlos como materia prima en sustitución de materiales vírgenes para manufacturar nuevos productos y utilizar dichos productos hasta que se vuelvan al flujo de los desechos y puedan nuevamente ser reciclados. El reciclaje contribuye también a reducir al mínimo impacto ambiental de la disposición de los desechos sólidos mixtos (olores, emisiones a la atmósfera y producción de lixiviados); a preservar recursos minerales, petroleros y forestales y a conservar agua y energía (pág. 71),

- *Empleo de personal calificado*

“El personal es la clave del éxito de una organización. Es esencial, por tanto, que todo el personal profesional y directivo participe activamente en la búsqueda de personal altamente calificado para llenar las vacantes que se produzcan” (IICA, 2007, pág. 3).



2.3.11. Recursos de la empresa

- *Recursos humanos*

Los recursos humanos son el pilar que sostendrá la rentabilidad de una empresa. Son todos aquellos activos que ofrecen las personas en una organización, son el motor de la actividad laboral. Las personas son las poseedoras del conocimiento y las destrezas necesarias para realizar la producción de nuestro bien o servicio.

Cualquier persona que integra una empresa es la representación de la compañía, por ello es importante permear en ella los valores de la organización, así como su cultura empresarial.

Lo que distingue a una empresa son sus trabajadores, personas que poseen habilidades para usar conocimientos de todas clases. Sólo a través de los recursos humanos es que los demás recursos se pueden utilizar con efectividad.

Los recursos humanos de una empresa se jerarquizan de la siguiente forma: dirección, gerencia y asesoría; y por último se encuentran los técnicos, empleados y obreros. Todas las personas que conforman una empresa constituyen parte fundamental independientemente del rol que desempeñen dentro de la jerarquía.

Lo que hace único y fundamental este tipo de recurso empresarial es que cada persona es diferente y única, lo que aporta diferentes habilidades, conocimientos, actitudes y percepciones que ayudan a diversificar y enriquecer la estructura de una empresa o negocio.

- *Recursos materiales en la empresa*

Los recursos materiales son todos aquellos bienes tangibles que permiten que las personas desarrollen su trabajo en la organización, como instalaciones, edificios, vehículos, maquinaria, etc. De la elección de estos materiales dependerá la calidad de nuestro trabajo.



En los recursos materiales podemos encontrar los siguientes elementos:

- Maquinarias
- Inmuebles
- Insumos
- Productos terminados
- Elementos de oficina
- Instrumentos y herramientas

Este tipo de recursos son de vital importancia para una empresa, ya que son necesarios para ejecutar las operaciones necesarias para la producción de un bien o servicio.

- *Los recursos intelectuales en la empresa*

Los recursos intelectuales son aquellos valores que, hasta hace relativamente poco tiempo, no eran considerados por las empresas. También son conocidos como capital intelectual, el cual se define como el sumatorio consecuente del capital humano más el capital estructural más el capital de mercado. Este tipo de recurso lleva tiempo desarrollar, ya que se refieren al valor de la marca y la imagen.

El capital humano es fundamental dentro del capital intelectual y engloba el conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas de cada una de las personas que conforman el organigrama de la empresa.

El capital estructural se refiere a los conocimientos de todas las organizaciones en donde se entregan los siguientes elementos: marcas registradas, fidelidad del cliente, base de datos de clientes; así como las actividades que se realizaron para obtener los elementos anteriormente mencionados.

La capacidad de innovación también forma parte importante del capital intelectual ya que es la forma de mantener el éxito del negocio a través del desarrollo e innovación de nuevos productos o servicios.



- *Los recursos financieros en la empresa*

Los recursos financieros son esenciales, ya que los demás recursos subsisten de este pilar. El capital es necesario para mantener a las personas que laboran en la organización. De igual manera dan pie a la creación y mantenimiento de las instalaciones y maquinaria.

Este es el más importante dentro de los tipos de recursos de una empresa y lo conforman: las entradas y salidas de la caja, financiamiento, créditos de disponibilidad inmediata o a mediano plazo para solventar los compromisos y gastos de la empresa. Aquí también se engloban las inversiones de terceros y cualquier tipo de efectivo que pase por tesorería o la caja de la empresa.

El estado financiero de una empresa siempre suele tomarse como el reflejo de lo bien o lo mal que le va a una empresa, es a través de este recurso que se mide el cumplimiento de las metas y los objetivos de la empresa.

Contar con el capital suficiente para sostener una empresa es clave, además las oportunidades de negocio pueden darse en cualquier momento. Es vital contar con los recursos financieros suficientes para invertir en la mejora de la empresa.

Por ello, es básico contar con aliados financieros que permitan aprovechar las circunstancias que se susciten en el mercado. Los recursos son claves para que una empresa se diferencie de sus competidores y pueda realmente ofrecer algo de valor al público consumidor.

2.3.12. Crecimiento sostenible

El concepto de desarrollo sostenible Gómez (2002); está asociado a la preocupación creciente existente en la comunidad internacional en las últimas décadas del siglo XX al considerar el vínculo existente entre el desarrollo económico y social y sus efectos más o menos inmediatos sobre el medio natural.

La toma de conciencia, a nivel mundial, sobre el desarrollo económico y el medio ambiente, surgió como una preocupación en las Naciones Unidas, creándose



el organismo de la Comisión de Desarrollo y Medio Ambiente en 1983, la misma que dio a conocer las siguientes propuestas:

- Analizar temas vinculados al desarrollo y el medio ambiente y formular propuestas al respecto.
- Proponer nuevas formas de cooperación internacional capaces de influir en los temas de desarrollo y medio ambiente para alcanzar los objetivos propuestos.
- Promover niveles de comprensión y compromiso con estos objetivos por parte de individuos, organizaciones, empresas, institutos y gobiernos.

Los modelos de crecimiento económico imperantes a nivel mundial, conducen inevitablemente al agotamiento paulatino de los recursos naturales del planeta, a la degradación ambiental y al aumento de la pobreza, reforzando la idea de falta de solidaridad intergeneracional.

Sin embargo, con una intención positiva y conciliadora, el informe consideró que con una distribución más equitativa y racional de los bienes se podría crecer y reducir la pobreza, pero para ello era imprescindible lograr una acción consecuente de los líderes políticos y una participación efectiva de los ciudadanos en integrar los objetivos del desarrollo económico y social con la conservación ambiental, lo cual agrupó en la categoría de desarrollo sostenible.

Desde el punto de vista social, el informe consideró importante analizar el crecimiento demográfico en su vínculo con la disponibilidad de recursos naturales y con los requerimientos de alimentación, recursos energéticos, agua, infraestructura técnica, vivienda y espacio físico. Para enfrentar los retos del presente, y en especial los del futuro, era necesario disponer de una población instruida y sana, aspectos deficitarios a nivel mundial.

En el caso del componente natural o ecológico, el informe alertó sobre la pérdida de biodiversidad y el riesgo de extinción de numerosas especies, así como la intensa degradación o fragmentación de muchos ecosistemas, lo cual compromete los servicios que estos brindan a los seres humanos.



Los recursos naturales marcaban algunas limitaciones al crecimiento económico, particularmente el agotamiento de los recursos no renovables y la capacidad de la biosfera de absorber los efectos de la actividad humana, pero los avances tecnológicos podían permitir su utilización más eficiente, a partir de emplearlos en menor medida, reducir la emisión de desechos.

Los objetivos críticos en una política de desarrollo y medio ambiente que cumplan el concepto de desarrollo sostenible son (Gómez, 2002):

- Cambiar cualitativamente el crecimiento.
- Asegurar un nivel sostenible de población.
- Conservar y reforzar la base de recursos naturales.
- Reorientar la tecnología y el manejo de riesgos.
- Unir los aspectos económicos y ambientales en la toma de decisiones”
- Crecimiento productivo

Para Pozos (2016): el crecimiento en una empresa se establece con referencia a su mayor o menor productividad, y se entiende a la productividad como la habilidad o facultad de producir, lo que lleva implícito el reconocimiento del estado y la manera como fueron utilizados los diversos insumos en el proceso productivo. En este sentido, la productividad condensa el problema central de la economía: hacer un mejor y mayor uso de los recursos disponibles. Así pues, todo sistema económico tendría como objetivo obtener una mayor productividad.

Existen tres criterios comúnmente aplicados a la productividad y que resulta necesario definir para su mejor comprensión: Eficiencia, efectividad y eficacia. La eficiencia se utiliza para dar cuenta del uso de los recursos o cumplimiento de actividades con dos acepciones: la primera, como relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos que se había estimado o programado utilizar; La segunda, como grado en el que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos. Como puede observarse, ambas definiciones están muy vinculadas a una vertiente de la productividad, al uso de recursos; sin embargo,



como ya se mencionó, no da cuenta de la cantidad ni de la calidad del producto o servicio, por lo que expresa solo parte del significado de productividad.

La efectividad es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, y da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos planificados: cantidades que se van a producir, clientes que se espera tener, órdenes de compra por colocar, etc.

La eficacia valora el impacto de lo que se hace, del producto o servicio prestado. No basta producir con 100% de efectividad el servicio o producto fijado, tanto en cantidad como en calidad, sino que es preciso que este sea el adecuado, que logre satisfacer al cliente o impactar en el mercado. Se puede concluir que la eficacia es un criterio muy relacionado con la calidad (ajuste al uso, satisfacción del cliente), por lo que debe utilizarse en conjunción con los dos criterios anteriores.

Consecuentemente, la productividad es pensada como el resultado a corto plazo de un proceso que encierra educación, administración, organización laboral, organización de la producción, investigación en ciencia y tecnología y gestión empresarial.

La importancia de la productividad de una empresa va ligada con su rentabilidad, binomio que se logra a través de la consecución de la máxima calidad, como lo declara Nevado (2006, pág. 21), pero calidad no solo en los procesos de fabricación de productos, sino en toda la dimensión a la que se enfrenta la empresa. Es decir, con todos los stakeholders, como se muestra en la figura 2, con los que esté relacionado, respetando los comportamientos éticos y de responsabilidad social que es necesario para un desarrollo sostenible.

Figura 2

Los stakeholders que influyen en las organizaciones



- *Cambio organizacional*

Cualquier cambio en la gestión de institucional dependerá, ante todo, de transformaciones que deben ocurrir de modo de ver el mundo, de pensar en el desarrollo (Jara C. , 1997, pág. 27).

- *Competitividad*

Según Herrera (2007); la competitividad nace de las empresas, solo las empresas crean riqueza y eso tenemos que tenerlo muy claro. Vemos la competitividad como la interacción de cuatro aspectos principales (pág. 172):

- a) La operación y la estrategia de las empresas que participan en el mercado,
- b) El clima del negocio en el cual esas empresas se desenvuelven,
- c) El contexto de las políticas
- d) El contexto internacional, que pone en perspectiva.

- *Capacidad financiera*

Según (Coila, 2018, pág. 62); este aspecto se torna necesario ya que permite cubrir una serie de necesidades relacionadas con el desarrollo de capacitaciones en temas de gestión empresarial (operaciones, finanzas, recursos humanos, logística, marketing), normas tributarias y laborales, así como en la optimización de procesos



productivos (gestión de calidad, tecnologías, procesos de comercialización, etc.); con la finalidad de garantizar un adecuado posicionamiento de las MYPES.

2.3.13. Empresa.

“La empresa es una realidad socio-económica a estudiar dentro del ámbito de las ciencias sociales, y en particular dentro de la economía” (Gil & Giner, 2007, pág.27)

“La empresa es un conjunto organizado de actividades, bienes patrimoniales y relaciones de hecho bajo la responsabilidad de una persona” (Ruiz del Velazco & Del Valle, 2003,pág.28)

La empresa está definida como un conjunto de factores de producción necesarios para producir factores mercadotécnicos, pues los productos no se venden por sí mismos, y es necesario contar con factores financieros.

Toda empresa considera factores pasivos, los mismos que representan los recursos económicos clásicos (tierra y capital), sujetos a la característica de la escasez o de su disposición limitada. Estos factores se pueden clasificar en:

- Capital financiero o recursos financieros líquidos.
- Capital técnico.
- Tangible
- Inversiones técnicas o bienes de equipo e informáticos.
- Materiales y mercancías (productos elaborados, componentes, etc.).
- Intangible:
- Tecnología y software informático.

Dentro del capital financiero se consideran todos aquellos recursos o medios líquidos con que cuenta la empresa para abordar todas las inversiones necesarias para su normal funcionamiento.

Dentro del capital técnico, se mencionan aquellos elementos en los que se ha materializado el capital financiero de la empresa. Se distinguen entre tangible e intangible siendo el elemento distintivo de pertenencia a uno u otro grupo para los



elementos, la materialidad o inmaterialidad de los mismos. Así, dentro del tangible se incluyen elementos como las máquinas, materias primas, mobiliario, etc., y en el intangible, como vimos en la anterior clasificación, la tecnología, el software, etc.

Los factores activos, también denominados recursos humanos o fuerza de trabajo, se pueden clasificar atendiendo a la diversidad de intereses, puestos y relaciones que los mismos tienen, desarrollan y mantienen con la empresa. Así distinguimos entre:

- Propietarios del capital de la empresa:
- Con ánimo de control.
- Simples inversores financieros.
- Empleados o trabajadores.
- Directivos o administradores. (Garrido Álvarez, 202)

La distinción entre propietarios con ánimo de control o simples inversores financieros surge por la existencia de las denominadas sociedades capitalistas de las que son propietarios todas aquellas personas que suscriben participaciones, acciones (dependiendo del tipo societario), y que no necesariamente tiene porqué estar interesadas en el control o en la gestión de la empresa, siendo su inversión de carácter especulativo. Para terminar, mencionar que en toda empresa u organización además existen un conjunto de relaciones de autoridad, de comunicación y de coordinación de gran relevancia puesto que vertebran y dan cohesión a toda la organización. (Garrido, 2002)

“Los servicios empresariales municipales es el promover el desarrollo económico local, a través de alianza estratégica con diversas instituciones públicas y privadas y la atención a los empresarios y nuevos emprendimientos” (Moreno, 2014).

Según, Candia (2014), los servicios empresariales pueden ser: Acceso a información relevante para el desarrollo de actividades empresariales, capacitación en temas tales como gestión empresarial y gestión tecnológica, entre otros, desarrollo de servicios de consultoría para empresas, apoyo a la innovación



productiva, comercialización y apoyo a la exportación, cooperación empresarial y creación de empresas, asesoramiento financiero.

2.3.13.1. Pequeña empresa

El número total de trabajadores no excede de 100 personas y el valor total anual hasta el monto máximo de 1700 UIT (1 UIT al año 2019 = S/. 4,200) (D.S. N°298-2018-EF)

Para el responsable del proyecto “Observatorio de pymes” del CLACDS-INCAE, Cristián Cortés, mencionado por Espino (2005) “las pymes sin ser consideradas un sector aparte de la economía son importantes para el desarrollo sostenible económico y social del país debido a que le permiten “dar el salto” al país en aspectos de innovación técnica y tecnológica. Entre las principales estrategias que deberían adoptar las pymes están el adoptar un pensamiento de encadenamiento (clúster)”.

Es importante que las pymes deban implantar algunas estrategias como (Colburn, 2011), mencionado por (Espino, 2005):

Modernización de su tecnología, procesos, contratar la asesoría de expertos e investigaciones al interior de la empresa y en la industria, profesionalizar a sus ejecutivos dejando de lado sólo el vínculo familiar o amical, enfocarse en menos negocios o productos para lograr mayor competitividad, buscar nichos de mercado y consolidar alianzas estratégicas con empresas internacionales de clase mundial en busca de ventajas competitivas como acceso a nuevos mercados, a mejor tecnología, a nuevo conocimiento, a beneficiarse de economías de escala en la producción y compra de insumos

Los factores críticos en MYPES pueden ser clasificados en factores internos, propios de la empresa, y factores externos, impuestos por el entorno económico, social y político. Entre estos se consideran:



- Falta de suficiente formación, conocimiento o experiencia por parte del empresario o colaboradores.
- Desconocimiento del manejo del funcionamiento del mercado.
- Errónea previsión de futuro (ventas, márgenes y beneficios).
- Inicio de la actividad con carencia de recursos financieros.

2.3.13.2. MYPES

Los cambios en la economía producidos durante la década de los 80, impactaron en sectores sociales y económicos de las naciones, motivando a la aparición de las micro y pequeñas empresas, con el fin de generar ocupación y producción. Este tipo de organizaciones junto a las microempresas, llegan a ocupar un lugar importante por ser promotores en la generación de empleo (Espino, 2005).

Mediante Ley de promoción y formalización de las micro y pequeña empresa Ley N° 28015, que dispone beneficios al cual pueden acogerse tanto las personas naturales como las personas jurídicas, que desarrollen cualquier tipo de actividad en comercio, manufactura, extracción o prestación de servicios.

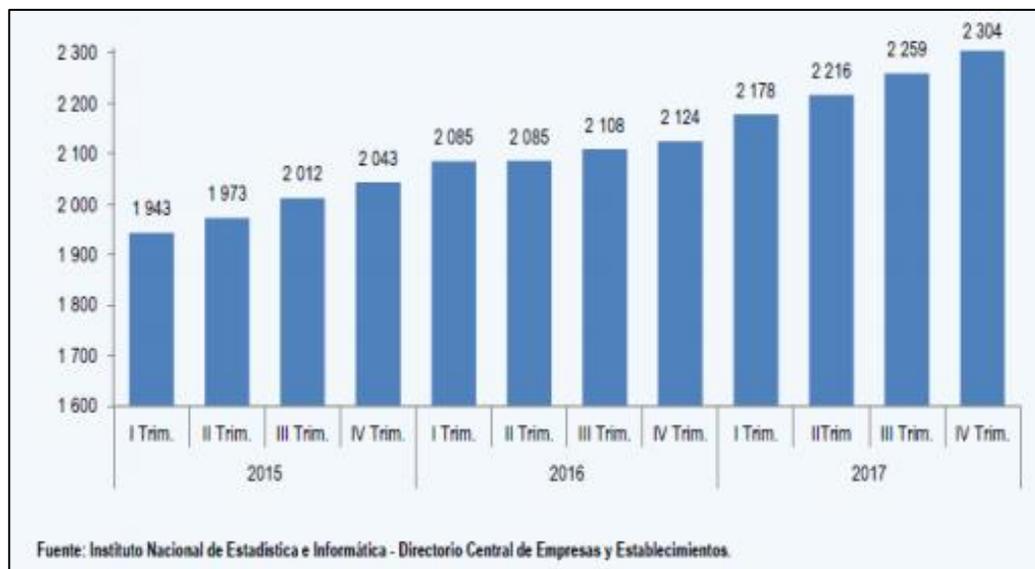
2.3.13.3. Contextualización de la MYPES.

Según Coila (2018), el sector MYPES, es el sector empresarial más activo, que está sujeto a regímenes especiales que lo controlan y fiscalizan. Por ello hablar de MYPES, es hablar del sector privado empresarial casi total, sin perjuicio de excluir a la mediana y gran empresa, que vienen a ser los que ocupan mayor presencia en la demanda y oferta de bienes y servicios, pero que no tratan de forma directa a los consumidores como en el caso de las MYPES. Una gran parte de estas empresas de menor tamaño son los agentes comerciales directos que se encargan de esta función, al relacionarse con el consumidor final, y determinar el nivel de rentabilidad de las grandes empresas en forma indirecta. Por eso el rol de las MYPES, es imprescindible para la economía, para los ciudadanos, y para el Estado.

“Según el Ministerio de la producción la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), dentro de la que se consideran las MYPES, representa el 99.5% del total de empresas peruanas. De ellas, cerca del 86% se dedican a actividades tradicionales como la venta de abarrotes, librerías de barrios, talleres automotrices, entre otros”. Siguiendo este porcentaje actualizado al último trimestre del 2017, según el instituto nacional de estadística e informática, el número de empresas en total asciende a 2'303,662 unidades, como se muestra en la figura 1, siendo esta cifra superior en 8,4% al compararlo con similar periodo del año 2016; de las cuales 2'292,143 serían MYPES (pág. 67).

Figura 3

PERÚ Stock de miles de empresas, 2015-2017 (en miles)



2.3.13.4. Características de la microempresa:

Entre las características de las MYPE:

- El número total de trabajadores no excede de 10 personas, inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT (1 UIT año 2019 = S/. 4,200)



“La micro y pequeña empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (SUNAT, 2018).

Las MYPE son empresas que operan como persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrollan cualquier tipo de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios.

La legislación peruana define a la MYPE como: “La unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Arbulú & José, 2015).

2.3.13.5. Importancia de las MYPES

- En la economía nacional: En países en vías de desarrollo como el Perú, las MYPES cumplen un papel fundamental en la dinámica del mercado, produciendo y ofertando bienes, añadiendo valor agregado y contribuyendo a la generación de empleo. (Arbulú & José, 2015).
- En la actualidad las MYPES representan un estrato muy importante en la estructura productiva del país, tanto por la cantidad de establecimientos como por la generación de empleo, habiendo desarrollado en los últimos años una presencia mayoritaria, constituyéndose en algunas zonas del interior del país como la única forma de organización empresarial existente sobre la cual gira la actividad económica. SUNAT (2001)
- En la producción: Las MYPES representan el 99,5 % del total de empresas del país y son responsables del 49% de la producción



nacional. Según datos de la SUNAT (2001), “las MYPES tienen una participación ampliamente mayoritaria en los sectores productivos más importantes de la economía nacional, representan más del 96% del número total de empresas operando en cada uno de los sectores”.

2.3.13.6. Elementos del entorno de acción directa de una MYPE.

De acuerdo a Biblioteca, UDEP (2001), una mediana, pequeña y microempresa, que está dispuesta a desarrollarse en el ambiente competitivo empresarial, debe saber que actúa en un ambiente dinámico y cambiante, donde factores de diversa índole ejercen influencia que debe ser tomada en cuenta a la hora de diseñar su creación o al momento de definir las estrategias que pretendan mantenerla con vida empresarial.

Estos factores ejercen presión en forma directa e indirecta. Los elementos que se tratarán a continuación serán los de acción directa, elementos del ambiente más próximo a la empresa y cuyos comportamientos afectan su funcionamiento. Los elementos que conforman este entorno son:

- *Competidores:* La competencia se puede manifestar de forma directa o indirecta; es decir, los competidores son aquellas empresas que ofrecen productos/ servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades de nuestro consumidor (competidores directos) y aquellas que pueden suplir estas necesidades con diferentes productos/ servicios, llamados productos sustitutos (competidores indirectos).
- *Clientes:* Son los consumidores y usuarios de los productos/servicios de la empresa; la acción directa se manifiesta en el intercambio de dinero por lo que una empresa ofrece. Clientes se pueden considerar no sólo a individuos sino también a instituciones y empresas que compran o pueden ser inducidas a comprar un producto.



- **Proveedores:** Se les considera a aquellos grupos de personas o empresas que suministran los recursos que una empresa necesita para operar, tanto en sus procesos administrativos como productivos.

Los proveedores lo abastecerán de materias primas, componentes, productos semielaborados y terminados y servicios; la selección de un proveedor dependerá de los precios bajos de sus productos/servicios y de la mejor calidad de éstos, así como del tiempo de demora de las entregas.

- **Gobierno:** El enfoque político-económico de un país denota influencia o efecto en las empresas, pues impone controles, limitaciones o restricciones a las actividades de las mismas, reglas para su constitución, conducción y funcionamiento.

La política arancelaria influye en los productos que podrán ser importados y una estrategia promocional de la industria nacional hará que el consumo de los productos nacionales sufra un incremento, y por ende la producción de la empresa también presentará un aumento considerable siempre y cuando esta política se mantenga en el tiempo.

- **Instituciones financieras:** Esta parte del entorno está conformada por los bancos, financieras y todas aquellas instituciones que suministren fondos para la empresa. Las actividades que una empresa ejerce se llevarán a cabo a razón de los recursos disponibles y necesarios, y entre éstos, fundamental es el dinero.

El financiamiento interno o externo, es vital para la continuidad de las operaciones de la empresa, puesto que es una necesidad obtener fondos de determinadas fuentes para realizar inversiones, sea una empresa ingresante en el mercado como una ya establecida y que tenga necesidades de financiamiento para su expansión, suplir sus necesidades de liquidez y/o poder cumplir con sus deudas y obligaciones.



- *Grupos de interés especial:* Son aquellos grupos de personas y organizaciones que ejercen presión en el comportamiento y funcionamiento de la empresa, puesto que su estructura se establece para supervisar, contradecir, verificar, criticar y hasta observar el cumplimiento de las reglas por parte de la empresa. La organización de grupos que apoyan o facilitan el desenvolvimiento de una empresa también conforma este conjunto, muchos de los cuales mantienen relaciones directas y facilitan recursos monetarios y de información relevante para todos los tipos de MYPES. Entre algunas, como ejemplo, tenemos:
 - Cámara de Comercio del Perú
 - Cámara Hispana de Comercio
 - Cámara de Comercio Internacional
 - Centro de Servicios Internacionales
 - Consultores
 - Asociaciones empresariales

2.3.13.7. Elementos del entorno de acción indirecta de una MYPE

De acuerdo a Biblioteca, UDEP (2001), Está constituido por las condiciones y factores externos que influyen de modo general en el clima donde se desenvuelven las organizaciones sin presentar una relación causa-efecto con el funcionamiento de su empresa.

- *Variables sociales:* Las variables sociales afectan directamente el comportamiento de las personas en una comunidad e indirectamente a las empresas que compiten en el mercado. Éstas se dividen en tres categorías: factores demográficos, estilos de vida y los valores sociales.

Actualmente se vive un proceso de reconstrucción nacional en el que las pequeñas y microempresas tienen un destacado papel a partir de la oferta productiva, en la medida que las economías



domésticas y las unidades económicas familiares tienden a realizar sus propias actividades productivas y comerciales.

- *Variables económicas:* Se entiende que las condiciones económicas de un país intervienen en la estructura de los mercados, variando los comportamientos de los factores de producción, alterando las condiciones de la demanda y de la oferta.

La economía peruana es una economía dependiente que responde a comportamientos externos; la deuda internacional, lo desbalanceada de nuestra balanza comercial y la dependencia a precios internacionales de factores como los energéticos, en los cuales nuestra capacidad de negociación es nula.

Es fundamental que el Estado dicte políticas francas en lo económico, estables y con resultados predecibles para que los empresarios puedan definir escenarios futuros respecto al comportamiento económico y se adelante a probables cambios estructurales o cíclicos que influyen el comportamiento del mercado.

- *Variables Políticas:* Los procesos políticos, normados por rango constitucional, definen la estructura del funcionamiento del país en cuanto al Estado y a la sociedad civil. Definir un marco y estabilizarlo, es fundamental para la competitividad de un país y para la prosperidad de los agentes económicos del mismo. En el Perú, esta variable actúa de manera significativa, pues dentro del contexto nacional el Estado como ente regulador, promotor y normativo debe de ser considerado como un agente protagónico en el desarrollo empresarial del país.

Las micro y pequeñas empresas en el país están reguladas por la Ley N° 27268, promulgada el 26 de mayo de 2000 y publicada el 27 de mayo de ese mismo año, en la cual el rol del Estado Peruano se



manifiesta como ente normativo definiendo políticas para la creación y desarrollo de las MYPES en el Perú. Esta Ley deja en claro que el Estado incentiva el desarrollo de las MYPES impulsando la inversión privada, el acceso al mercado interno como externo, y lo hace además con el apoyo de entidades y organismos internacionales y nacionales dedicados al apoyo de las MYPES. La promoción de las MYPES se lleva a cabo a través de la capacitación, la asistencia técnica, la investigación y desarrollo, la innovación tecnológica, el financiamiento, la comercialización y la información.

- *Variables Tecnológicas:* La innovación en el desarrollo de los procesos, en la manera de gestionar una empresa, en la manera de relacionarse con el entorno, en la forma de vender, comprar y obtener información, marca ahora la diferencia entre una empresa y otra.

La importancia de las variables tecnológicas decidirá en un tiempo no muy largo la vigencia o la desaparición de una empresa del mercado.

Según los estudios realizados por esta agencia, existen cinco principales razones de las MYPES:

- Su importancia para la promoción del desarrollo económico nacional y regional. Las MYPES proveen un medio de movilizar los recursos de un país y fortalecer su capacidad para generar empleo y bienestar en beneficio general de las economías regionales y nacionales.
- Su rol en aliviar la pobreza y asistir a aquellos que están en desventaja. Para muchos donantes el alivio de la pobreza y una distribución más equitativa de los ingresos (y oportunidades) son objetivos claves. Los programas de desarrollo de las MYPES pueden concentrarse en potenciar a grupos específicos de la población, tales como mujeres o aquellos marginados por la sociedad.



- Su importancia en la transición a una economía de mercado. El desarrollo de las MYPES puede desempeñar un rol importante en el desarrollo general del sector privado, incluyendo la promoción de la privatización.
- Su rol en promover la democracia y una sociedad civil. El desarrollo de la MYPES puede ayudar al desarrollo del sector privado y de las instituciones que promueven la participación de los empresarios en los sistemas económicos, políticos y sociales de un país.
- Su rol en promover una estructura económica más flexible, innovadora y competitiva. En algunos sectores, las MYPES tienen considerables ventajas comparativas con relación a empresas más grandes, lo que les permite responder más rápida y efectivamente a las tendencias cambiantes y cada vez más globales.

2.4. Marco Conceptual

2.4.1. Empleo.

“Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario”. (Neffa, Panigo, & Pérez, 2005)

2.4.2. Recursos Tecnológicos.

Es el conjunto de saberes que comprende aquellos conocimientos prácticos, o técnicos, de tipo mecánico o industrial, que posibilitan al hombre modificar las condiciones naturales para hacer su vida más útil y placentera. (Salianas, 1978)

2.4.3. Recursos humanos.

Los recursos humanos son un departamento dentro de las empresas en el que se gestiona todo lo relacionado con las personas que trabajan en ella. Esto incluiría desde el reclutamiento y selección de personal, contratación, on boarding o



bienvenida, formación, promoción, nóminas, contratos y despidos. (Barquero Corrales, 2016)

2.4.4. Recursos Financieros.

Los recursos financieros son los activos, bienes o conjunto de elementos disponibles en una entidad, destinados a sufragar los gastos indispensables para su funcionamiento. (García , 2014)

2.4.5. Alianzas Estratégicas

Convenio entre dos o más firmas independientes de cooperar para lograr algún objetivo comercial (Van & Wachowicz, 2002, pág. 643).

2.4.6. Sociedad en Participación

Empresa de propiedad conjunta y controlada por dos o más compañías independientes. Cada socia continúa existiendo como una firma independiente, y la sociedad en participación representa una nueva compañía (Van & Wachowicz, 2002, pág. 643).

2.4.7. Productividad

Es el resultado de la relación entre los insumos invertidos y los productos obtenidos. Es hacer más con menos (Rodríguez, 2000, pág. 23).

2.4.8. Eficiencia

Maximización del excedente económico dado los recursos productivos y la tecnología existente en una sociedad (Gutiérrez, 2007, pág. 49).

2.4.9. Promoción

Es una herramienta del marketing que tiene como objetivo específico comunicar de manera persuasiva el valor de los atributos de los productos y para generar relaciones con el cliente. La mezcla de varias herramientas de promoción es la publicidad, promoción de ventas, ventas personales y marketing directo (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 354).



2.5. Formulación de Hipótesis

2.5.1. *Hipótesis General*

H.G. Los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019.

2.5.2. *Hipótesis Específicas*

H.E.1. Los Servicios financieros municipales están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.

H.E.2. Los servicios de asesoría empresarial municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.

H.E.3. Los servicios de especialización productiva municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.

2.6. Variables de Estudio

2.6.1. *Variable I: Servicios empresariales municipales*

Conceptualización de la variable

Servicios empresariales municipales: se denominan servicios empresariales a todos aquellos servicios que ofrece la municipalidad para cumplir con su rol de promoción y acompañamiento a los empresarios locales, están constituidos por: los servicios financieros, los servicios de desarrollo empresarial, y los servicios para la especialización productiva (Rojas, 2006).

2.6.2. *Variable II: Desarrollo empresarial*

Conceptualización de la variable



Desarrollo empresarial: es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa (Frédéric, Gilles, & Julien, 2011, pág. 1).



Tabla 1

Conceptualización de las variables

Variable Independiente	Dimensiones	Concepto
<p>Servicios empresariales municipales</p> <p>Se denominan servicios empresariales a todos aquellos servicios que ofrece la municipalidad para cumplir con su rol de promoción y acompañamiento a los empresarios locales, están constituidos por: Los servicios financieros, los servicios de desarrollo empresarial y los servicios para la especialización productiva (Rojas, 2006).</p>	<p>Servicios financieros municipales</p>	<p>Aquellos ofrecimientos financieros a favor de las pequeñas y microempresas (Rojas, 2006).</p>
	<p>Servicios de asesoría empresarial municipal</p>	<p>Todas aquellas prestaciones que ofrece la municipalidad en favor del fomento, de las iniciativas empresariales locales, capacitación, alianzas estratégicas, realización de eventos tendientes al promover los productos servicios de las MYPES locales (Rojas, 2006)</p>
	<p>Servicios de especialización productiva municipal</p>	<p>Servicios especializados en el crecimiento y especialización de las MYPES (Rojas, 2006).</p>
<p>Desarrollo empresarial.</p> <p>Es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa (Frédéric, Gilles, & Julien, 2011, pág. 1).</p>	<p>Manejo eficiente de recursos.</p>	<p>Se refiere a un número de medidas basadas en un sentido común que pueden usar las empresas para mejorar su productividad, obtener ahorros de costos y reducir el impacto ambiental de sus operaciones (Nafti, 2008).</p>
	<p>Recursos de la empresa</p>	<p>Son los elementos, capacidades y factores, tangibles e intangibles que planifican y/o disponen las organizaciones en un momento determinado para la ejecución de diferentes procesos (Blásquez & Mondino, 2012).</p>
	<p>crecimiento sostenible</p>	<p>El proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovido por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo (Blásquez, Dorta, & Verona, 2006).</p>



2.6.3. Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de las variables

Variable I	Dimensiones	Indicadores
Servicios empresariales municipales	Servicios financieros municipales	<ul style="list-style-type: none"> • Líneas de crédito Mypes • Aval para el crédito • Subvenciones • Convenios con banca y financieras
	Servicios de asesoría municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Asesoría en tecnología • Alianzas estratégicas • Difusión. • Organización de eventos
	Servicios de especialización productiva	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de los productos / servicios de iniciativa local. • Apoyo para la adquisición de activos • Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes nacionales. • Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes internacionales
Variable II	Dimensiones	Indicadores
Desarrollo empresarial	Manejo eficiente de recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Organización racional en el uso de materias primas • Organización racional del uso de agua y suministros de energía • Volumen de residuos tóxicos y desperdicios • Utilización del crédito • Utilización y reciclaje de materiales • Empleo de personal calificado
	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Humanos • Físicos o materiales • Financieros • Tecnológicos • De conocimiento e información
	Crecimiento sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento productivo • Cambio organizacional • Capacidad financiera



CAPÍTULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de investigación

Cuantitativo; Es secuencial y probatorio, orden riguroso; Parte de la idea que fue acotándose y una vez delimitada se derivó objetivos y preguntas de investigación, se revisó la literatura y se construyó un marco o perspectiva teórica; Se analizó las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos y se dio conclusiones (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental por ser aquella donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes; Es decir simplemente se observó fenómenos y cómo se producen en su contexto natural para después ser analizados (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

3.3. Alcance de la Investigación

El alcance de la investigación es correlacional; tuvo como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. Este procedimiento consistió en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos o situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc. y proporcionar su descripción (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

3.4. Población y muestra de la investigación

3.4.1. Población

La presente investigación tuvo como población a 300 micro y pequeños empresarios que son originarios del distrito de Machupicchu-Cusco.

3.4.2. Muestra

Se utilizó el muestreo probabilístico al azar necesario para la investigación, la selección de la unidad muestral se realizó de forma aleatoria aplicando la formula estadística para determinar el tamaño de la muestra, teniendo en consideración la



población finita referida a 300 micro y pequeño empresarios que son originarios del distrito de Machupicchu-Cusco.

$N = 300$ Tamaño poblacional

$Z_{1-\alpha}^2 = 1.96$ Valor de la normal estándar al 95% de confiabilidad

$p = 0.5$ Probabilidad de éxito

$q = 0.5$ Probabilidad de fracaso

$E = 0.05$ Error de estimación.

$$n = \frac{NZ_{1-\alpha}^2 pq}{(N-1)E^2 + Z_{1-\alpha}^2 pq}$$
$$n = \frac{300(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(300-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = 168.7 = 169$$

La muestra estuvo conformada por 169 micro y pequeño empresarios que son originarios del distrito de Machupicchu-Cusco.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Técnica

Para el presente estudio, se utilizó la técnica de encuesta.

3.5.2. Instrumento

Se aplicó el cuestionario a la muestra seleccionada

3.6. Procesamiento de datos

Los datos obtenidos mediante el instrumento aplicado fueron analizados y procesados con ayuda del programa SPSS.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para conocer la relación de los Servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019, se aplicó un cuestionario a 169 micros y pequeños empresarios, en el que se considera 33 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 3

Distribución de los ítems del cuestionario

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Servicios Empresariales	Servicios financieros municipales	Líneas de crédito Mypes	1	
		Aval para el crédito	2	
		Subvenciones	3	
		Convenios con banca y financieras	4	
	Servicios de asesoría municipal	Capacitación	5	
		Asesoría en tecnología	6	
		Alianzas estratégicas	7	
		Difusión.	8	
		Organización de eventos	9	
		Diversificación de los productos / servicios de iniciativa local.	10	
	Servicios de especialización productiva	Apoyo para la adquisición de activos	11	
		Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes nacionales.	12	
		Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes internacionales	13	
		Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes internacionales	14	
	Desarrollo Empresarial	Manejo eficiente de recursos	Organización racional en el uso de materias primas	15
			Organización racional del Uso de agua y suministros de energía	16
Volumen de residuos tóxicos y desperdicios			17	
Utilización del crédito			18	



	Utilización y reciclaje de materiales	21
	Empleo de personal calificado	22
Recursos	Humanos	23
	Físicos o materiales	24
	financieros	25
	Tecnológicos	26
	de conocimiento e información	
<hr/>		
	Crecimiento productivo	27
	Cambio organizacional	28
Crecimiento sostenible	Capacidad financiera	29
		30
		31
		32
		33

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de interpretación:

Tabla 4

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

	Promedio	Interpretación de a variable	
		Servicios empresariales	Desarrollo empresarial
Nunca.	1,00 – 1,80	Muy malo	Muy bajo
Casi nunca	1,81 – 2,60	Malo	Bajo
A veces	2,61 – 3,40	Regular	Regular
Casi siempre	3,41 – 4,20	Bueno	Alto
Siempre	4,21 – 5,00	Muy bueno	Muy alto

4.1.2. Fiabilidad del instrumento

Para evaluar la fiabilidad interna del cuestionario que mide la relación de los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019, se aplicó la técnica estadística índice de consistencia interna Alpha de Cronbach, para lo cual se considera lo siguiente:



- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Servicios empresariales	0.944	16
Desarrollo empresarial	0.972	17

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.944 para los ítems considerados en la variable servicios empresariales y 0.972 para los ítems de la variable desarrollo empresarial, por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. Servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local

4.2.1. Resultados de las dimensiones de la variable servicios empresariales

Para describir si de los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019. Se consideró las dimensiones de: servicios financieros municipales, servicios de asesoría empresarial municipal, servicios de especialización productiva municipal. Los resultados se presentan a continuación:

a) Servicios financieros municipales

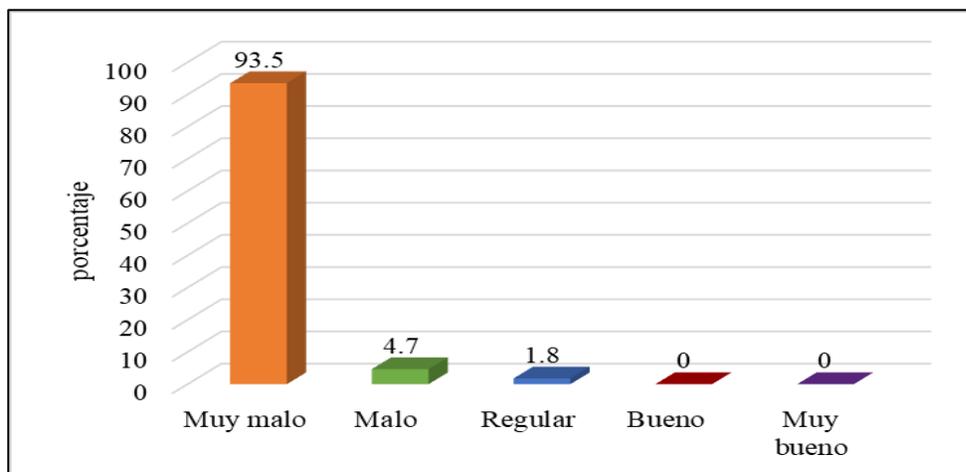
Tabla 6

Servicios financieros municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	%
Muy malo	158	93.5
Malo	8	4.7
Regular	3	1.8
Bueno	0	0.0
Muy bueno	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 4.

Servicios financieros municipales



Interpretación y análisis:

En opinión del 93.5% de los microempresarios, los servicios financieros municipales son muy malos; el 4.7% opino que son malos; el 1.8% opino que son regulares; ninguno los calificó como buenos o muy bueno; resultados que muestran que las acciones de intermediación que realiza la municipalidad distrital de Machupicchu en favor de los microempresarios para cubrir sus necesidades financieras no cubren sus expectativas, son muy superficiales por lo que no cuentan con el apoyo de la municipalidad para obtener sus créditos, no existiendo un trabajo conjunto con el área de turismo y desarrollo para promover el desarrollo productivo y la promoción empresarial, lo que les obliga buscar financiamiento por sus



propios medios limitando el acceso a los mismos cuando el empresario no cuenta con solvencia suficiente.

b) *Servicios de asesoría empresarial municipal*

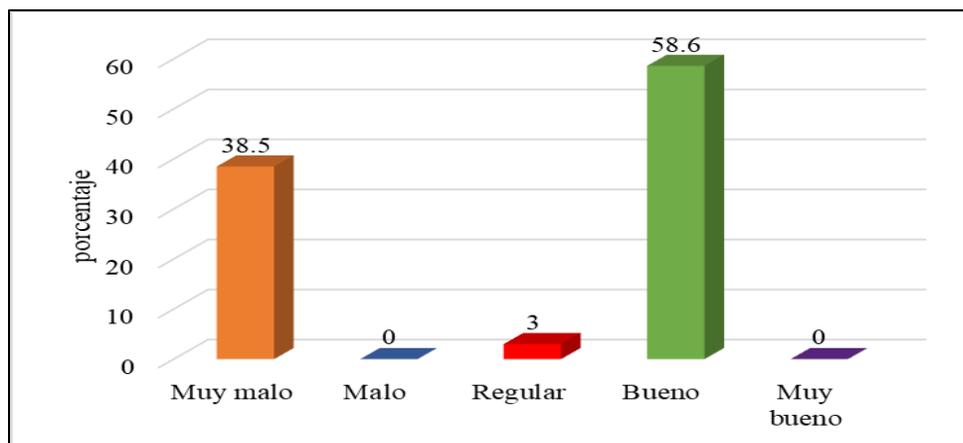
Tabla 7

Servicios de asesoría empresarial municipal orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	%
Muy malo	65	38.5
Malo	0	0.0
Regular	5	3.0
Bueno	99	58.6
Muy bueno	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 5

Servicios de asesoría empresarial municipal



Interpretación y análisis:

Para el 58.6% de los microempresarios , es bueno ; para el 38.5% es muy malo ; para el 3% es regular y ninguno los calificó como malo ni muy bueno , de acuerdo a los resultados se puede afirmar que los servicios de asesoría empresarial consistentes en capacitación , alianzas estratégicas , realización de eventos tendientes a promover los productos o servicios de las MYPES locales, se cumplen en la municipalidad distrital de Machupicchu, sin embargo refieren que éstas se



realizan prioritariamente mediante las redes sociales a la que no todos tienen acceso, así mismo se programan las capacitaciones en horarios a los que no pueden asistir, por ejemplo a la hora de llegada del tren que es cuando ellos tienen la posibilidad de vender, motivo por el cual no asistir a todas las actividades que organiza la municipalidad distrital de Machupicchu, de la misma forma incluir a actividades o reuniones junto a los microempresarios a fin de recibir su opinión. Pudiendo saber su realidad y necesidades y desde ahí obtener estrategias claras de comunicación que le permita llegar de manera rápida y eficaz.

c) Servicios de especialización productiva municipal

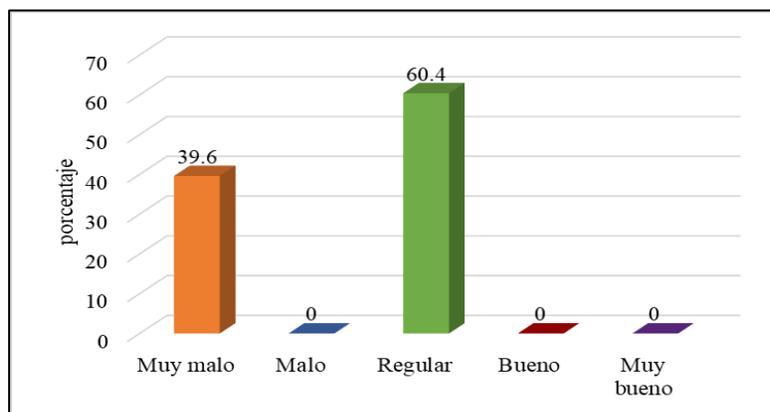
Tabla 8

Servicios de especialización productiva municipal orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	%
Muy malo	67	39.6
Malo	0	0.0
Regular	102	60.4
Bueno	0	0.0
Muy bueno	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 6

Servicios de especialización productiva municipal





Interpretación y análisis:

Para el 60.4% los servicios de especialización productiva municipal , fue regular; para el 39.6% es muy malo ; ninguno los calificó como malo, bueno o muy bueno ; los resultados indican que los servicios de especialización productiva que brinda la municipalidad no cumplen con la función de apoyar la conducción de sus empresas para su desarrollo, no les ofrecen posibilidades de diversificación ni especialización, pese a que existen convenios de cooperación con entidades públicas como la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Ministerio de la Producción, ONG.

4.2.2. Comparación promedio de las dimensiones de la variable servicios empresariales

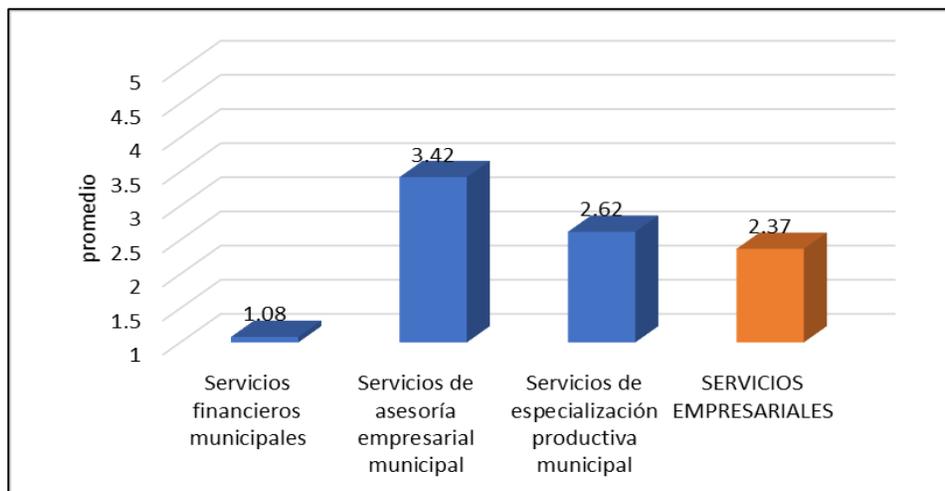
Tabla 9

Comparación promedio de las dimensiones de la variable servicios empresariales

	Promedio	Interpretación
Servicios financieros municipales	1.08	Muy malo
Servicios de asesoría empresarial municipal	3.42	Bueno
Servicios de especialización productiva municipal	2.62	Regular
Servicios empresariales	2.37	Malo

Figura 7

Comparación promedio de las dimensiones de la variable Servicios empresariales





Interpretación y análisis:

Los microempresarios calificaron la variable servicios municipales, como malo alcanzando en promedio 2.37; La dimensión asesoría empresarial municipal, alcanzó un promedio de 3.42, calificada como bueno; los servicios de especialización productiva municipal alcanzaron en promedio 2.62, calificados como regular; los servicios empresariales 2.37 y los servicios financieros municipales obtuvieron en promedio 1.08 que indica que es muy malo. Mostrando así que las acciones de intermediación que realiza la municipalidad distrital de Machupicchu en favor de los microempresarios para cubrir sus necesidades financieras no cubren sus expectativas, por lo que no cuentan con el apoyo de la municipalidad para obtener sus créditos y que los servicios de asesoría empresarial consistentes en capacitación , alianzas estratégicas , realización de eventos tendientes a promover los productos o servicios de las MYPES locales, se cumplen en la municipalidad distrital de Machupicchu, sin embargo refieren que éstas se realizan prioritariamente mediante las redes sociales a la que no todos tienen acceso, así mismo se programan las capacitaciones en horarios a los que no pueden asistir , por ejemplo a la hora de llegada del tren que es cuando ellos tienen la posibilidad de vender , motivo por el cual no asistieron a todas las actividades que organiza la municipalidad distrital de Machupicchu y que los servicios de especialización productiva que brinda la municipalidad no cumplen con la función de apoyar la conducción de sus empresas para su desarrollo, no les ofrecen posibilidades de diversificación ni especialización, pese a que existen convenios de cooperación con entidades públicas como la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Ministerio de la Producción, ONG.

La dimensión asesoría empresarial municipal obtuvo la mayor calificación con 3.42 en promedio y la dimensión servicios financieros municipales obtuvo la menor calificación con 1.08 en promedio, explicándose el resultado a que pese a las pocas acciones de intermediación para la obtención de créditos a favor de los microempresarios; sin embargo, tienen acceso a algunas capacitaciones, alianzas estratégicas y realización de eventos.

4.2.3. Resultados de la variable servicios empresariales

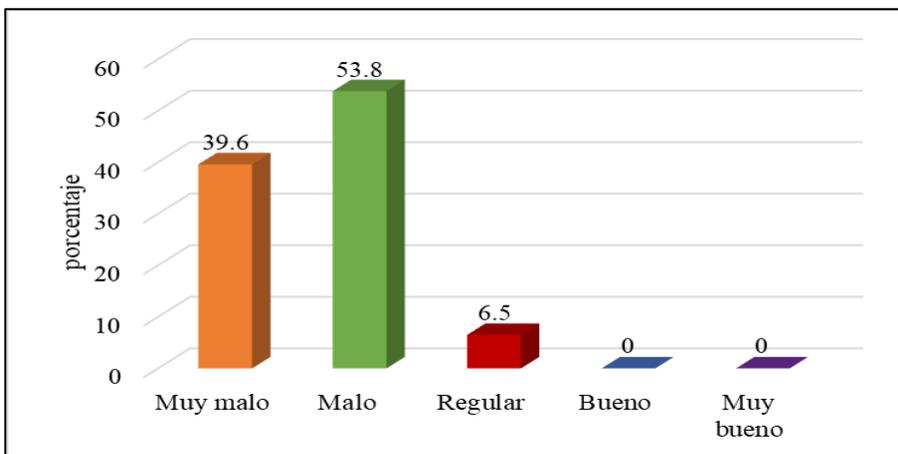
Tabla 10

Servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy malo	67	39.6
Malo	91	53.8
Regular	11	6.5
Bueno	0	0.0
Muy bueno	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 8

Servicios empresariales



Interpretación y análisis:

Como se puede observar el 53.8% de los microempresarios calificaron como malos; el 39.6% calificaron como muy malo, para el 6.5% es regular y ninguno calificó como bueno y muy bueno, Los resultados muestran que los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu–Cusco 2019, en opinión de los microempresarios, no cumplen las funciones apoyar el desarrollo de las MYPES de iniciativa local , tampoco les ofrece las posibilidades de



diversificación, ni especialización y que las acciones de intermediación que realiza la municipalidad no cubre sus expectativas para la obtención de créditos.

4.3. Desarrollo Empresarial

4.3.1. Resultados de las dimensiones de la variable desarrollo empresarial

Para describir el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019. Se consideró las dimensiones de: manejo eficiente de recursos, recursos de la empresa, crecimiento sostenible. Los resultados se presentan a continuación:

a) *Manejo eficiente de recursos.*

- *Organización racional en el uso de materias primas*
- *Organización racional del uso del agua y suministros de energía*
- *Volumen de residuos tóxicos y desperdicios*
- *Utilización del crédito*
- *Utilización y reciclaje de materiales*
- *Empleo personal calificado*

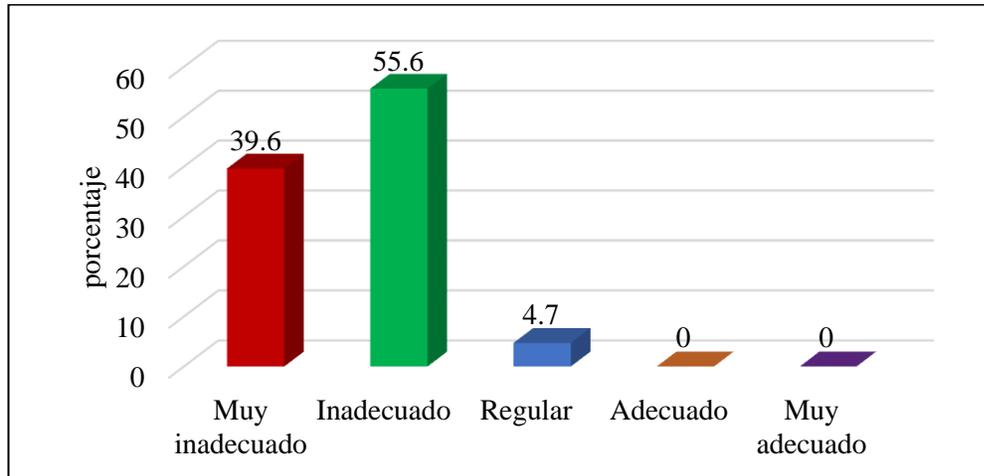
Tabla 11

Manejo eficiente de recursos en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	67	39.6
Inadecuado	94	55.6
Regular	8	4.7
Adecuado	0	0.0
Muy adecuado	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 9

Manejo eficiente de recursos



Interpretación y análisis:

Para el 55.6% de los microempresarios encuestados indicaron que el manejo eficiente de recursos, es inadecuado; para el 39.6% es muy inadecuado; para el 4.7% es regular y ninguno calificó como adecuado y muy adecuado, de acuerdo a los resultados se puede afirmar que la municipalidad distrital de Machupicchu maneja de manera deficiente los recursos afectando al empresario en el proceso de mejorar su productividad; la orientación que brinda para la organización racional en el uso de materias primas, uso del agua, tratamiento de residuos tóxicos y desperdicios, utilización y reciclaje de materiales para reducir el impacto ambiental de sus operaciones se hace de manera irregular, en forma esporádica, no se consulta con los empresarios acerca de sus necesidades para la programación de los cursos; La orientación que se recibe para la correcta utilización de los créditos es superficial.

b) Recursos de la empresa:

- *Humanos*
- *Físicos o materiales*
- *Financieros*
- *Tecnológicos*
- *De conocimiento e información*



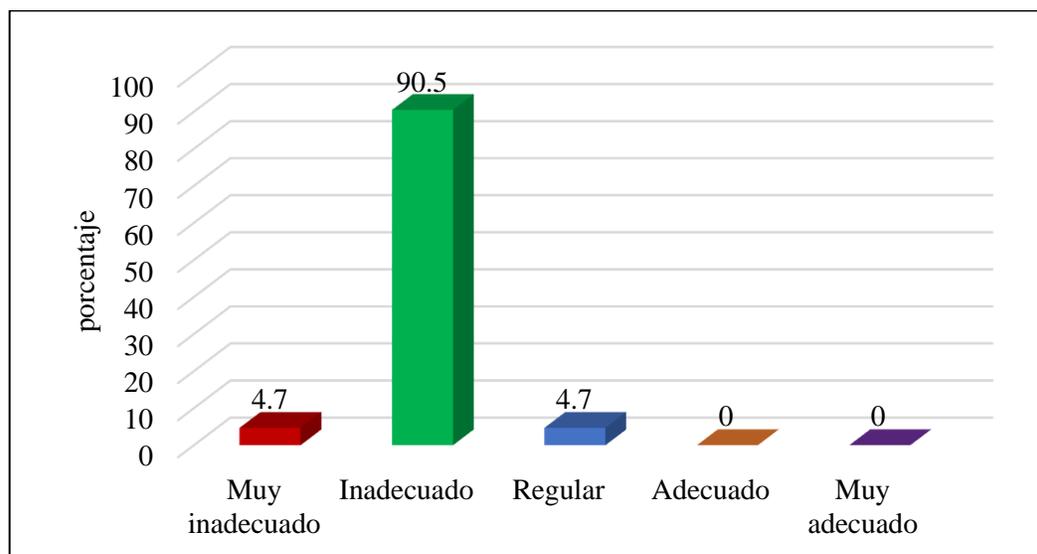
Tabla 12

Recursos de la empresa en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	8	4.7
Inadecuado	153	90.5
Regular	8	4.7
Adecuado	0	0.0
Muy adecuado	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 10

Recursos de la empresa



Interpretación y análisis:

Para el 90.5% de los microempresarios, es inadecuado; el 4.7% contestó que es muy inadecuado y regular; un 4.7% y ninguno calificó como adecuado y muy adecuado, de acuerdo a los resultados se puede afirmar que los recursos de la empresa, son inadecuados, ya que estos elementos, capacidades y factores tangibles e intangibles, debido a que no se cuenta con personal calificado, tratándose de emprendimientos la mayoría de las funciones las desarrolla el propio empresario, los recursos materiales que disponen son limitados, lo que dificulta su desarrollo; utilizan escasos recursos tecnológicos para sus ventas y disponen de poca información para la creación de nuevos productos o servicios; no se ha



diversificado la producción debido a la carencia de orientación especializada que tendría que proporcionarla municipalidad que se cumple en forma irregular, en todo caso ,son gestionados con los recursos de los empresarios , sin intervención de la municipalidad de Machupicchu.

c) *Crecimiento sostenible*

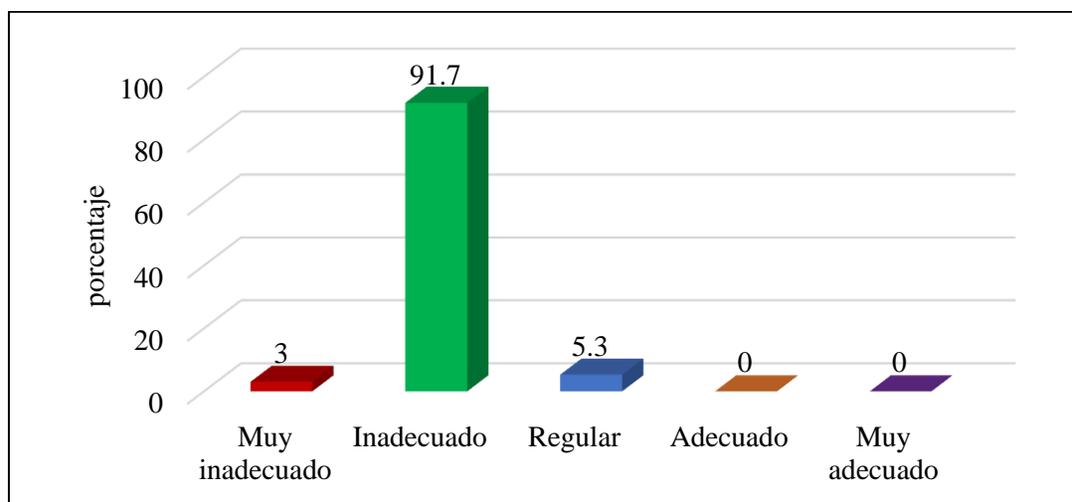
Tabla 13

Crecimiento sostenible en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	%
Muy inadecuado	5	3.0
Inadecuado	155	91.7
Regular	9	5.3
Adecuado	0	0.0
Muy adecuado	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 11

Crecimiento sostenible



Interpretación y análisis:

Para el 91.7% de los microempresarios, es inadecuado; el 5.3% lo calificó como regular; para el 3% es muy inadecuado; y ninguno calificó como adecuado y muy adecuado, de acuerdo a los resultados se puede afirmar que la municipalidad



distrital de Machupicchu no presta ayuda a los microempresarios en el proceso de adaptación, en la innovación de productos o los cambios exigidos en su entorno, no existe un crecimiento sostenible de la empresa que le permita obtener una competitividad perdurable en el tiempo.

4.3.2. Comparación promedio de las dimensiones de la variable desarrollo empresarial

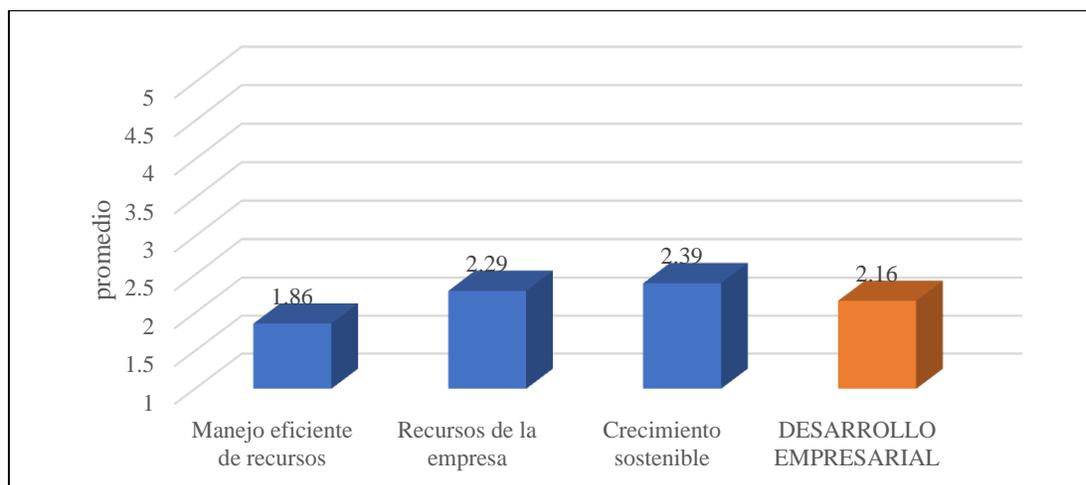
Tabla 14

Comparación promedio de las dimensiones de la variable desarrollo empresarial

	Promedio	Interpretación
Manejo eficiente de recursos	1.86	Inadecuado
Recursos de la empresa	2.29	Inadecuado
Crecimiento sostenible	2.39	Inadecuado
Desarrollo Empresarial	2.16	Inadecuado

Figura 12

Comparación promedio de las dimensiones de la variable desarrollo empresarial



Interpretación y análisis:

Los microempresarios calificaron la variable desarrollo empresarial, como inadecuado alcanzando un promedio 2.16; la dimensión crecimiento sostenible, alcanzó un promedio de 2.39, calificada como inadecuado; los recurso de la empresa alcanzaron un promedio de 2.29, calificados como inadecuado, el



desarrollo empresarial 2,16 y el manejo eficiente de recursos obtuvieron un promedio de 1.86 que indica que es inadecuado; estos resultados muestran que en opinión de los microempresarios que la municipalidad de Machupicchu apoya de manera deficiente al empresario en el proceso de mejorar su productividad; la orientación que brinda para la organización racional en el uso de materias primas, uso del agua, tratamiento de residuos tóxicos y desperdicios, utilización y reciclaje de materiales para reducir el impacto ambiental de sus operaciones se hace de manera irregular; La orientación que se recibe para la correcta utilización de los créditos es superficial; los recursos humanos, físicos o materiales, financieros, tecnológicos y de conocimiento e información de las MYPES locales, son inadecuados ya que estos elementos, capacidades y factores tangibles e intangibles son utilizados por los microempresarios en un momento determinado para la ejecución de diferentes procesos, los mismos que son gestionados con sus propios recursos, sin intervención de la municipalidad de Machupicchu; por lo tanto no existe un crecimiento sostenible de la empresa que le permita obtener una competitividad perdurable en el tiempo.

La dimensión crecimiento sostenible obtuvo la mayor calificación con 2.39 en promedio y la dimensión manejo eficiente de los recursos obtuvo la menor calificación con 1.86 en promedio, explicándose el resultado debido a que pese al mínimo apoyo municipal, los esfuerzos particulares de los empresarios vienen alcanzado relativo crecimiento .

4.3.3. *Resultados de la variable desarrollo empresarial*

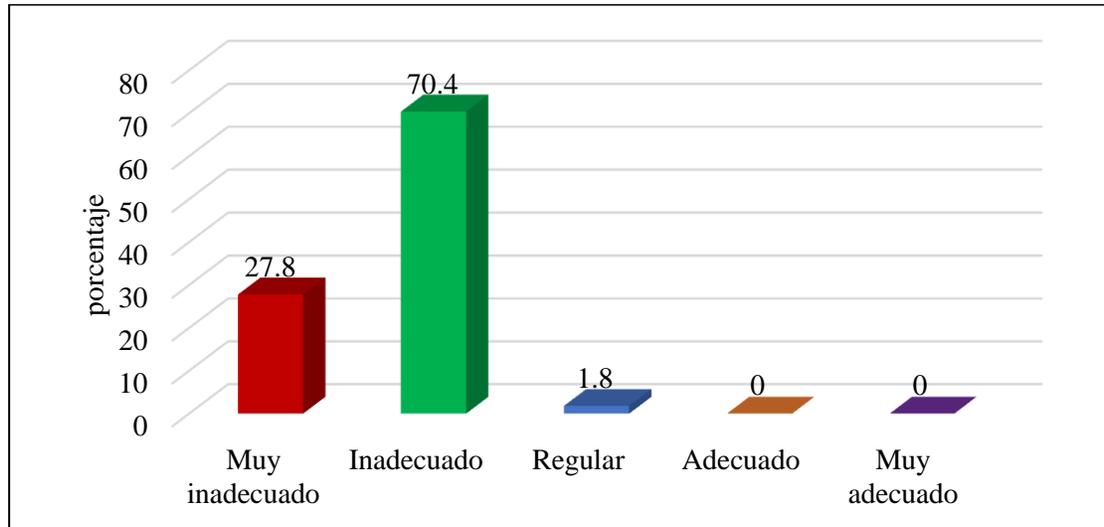
Tabla 15

Desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019.

	<i>f</i>	<i>%</i>
Muy inadecuado	47	27.8
Inadecuado	119	70.4
Regular	3	1.8
Adecuado	0	0.0
Muy adecuado	0	0.0
Total	169	100.0

Figura 13

Desarrollo empresarial



Interpretación y análisis:

Como se puede observar el 70.4% de los microempresarios calificaron como inadecuado; el 27.8% calificaron como muy inadecuado, para el 1.8% es regular y ninguno calificó como adecuado y muy adecuado, los resultados muestran que los servicios empresariales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local en el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019, en opinión de los microempresarios cumple de manera deficiente con el apoyo en el proceso de desarrollo empresarial de las MYPES en el manejo eficiente de recursos para la mejora de su productividad, en la planificación para la ejecución de diferentes procesos y tampoco en desarrollar o ampliar su capacidad productiva y financiera de los microempresarios.

4.4. Pruebas de Hipótesis

Para determinar la relación de los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu –Cusco 2019. Se utilizó la prueba estadística Chi cuadrado. Para la toma de decisiones se considera:

- Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P) > 0.05 se acepta la hipótesis nula.



- Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Asimismo, para determinar grado de relación entre de las dimensiones de servicios empresariales con la variable desarrollo empresarial, se utilizó coeficiente de correlación de Spearman el cual tiene una variación de -1 a 1.

4.4.1. Resultados para la relación entre las dimensiones de la variable servicios empresariales y la variable desarrollo empresarial

a) Servicios empresariales y la variable desarrollo empresarial

Hipótesis nula: Los servicios financieros municipales no están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.

Hipótesis alterna: Los servicios financieros municipales están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.

Tabla 16

Servicios financieros municipales y desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu -Cusco. 2019.

Servicios financieros	Desarrollo Empresarial						Total	
	Muy inadecuado		Inadecuado		Regular		f	%
	F	%	f	%	f	%		
Muy malo	47	27.8%	111	65.7%	0	0.0%	158	93.5%
Malo	0	0.0%	8	4.7%	0	0.0%	8	4.7%
Regular	0	0.0%	0	0.0%	3	1.8%	3	1.8%
Total	47	27.8%	119	70.4%	3	1.8%	169	100.0%
<i>Prueba Chi cuadrado X = 172.380</i>							<i>p = 0.000</i>	
<i>Correlación de Spearman = 0.269</i>							<i>p = 0.000</i>	

Interpretación y análisis:

Como $p=0.000 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 26.9% ; se puede afirmar que los



servicios financieros municipales están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu- Cusco, esto quiere decir que a mejores servicios financieros prestados por la municipalidad, mayor será el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu, los resultados muestran que fueron calificados como muy malos; las líneas de crédito pymes, aval para el crédito, subvenciones, convenios con banca y financieras, se cumplen débilmente en la municipalidad, siendo éstos limitados a cierta orientación que se ofrece a los empresarios, lo que se refleja en el bajo desarrollo empresarial del distrito de Machupicchu

b) Servicio de asesoría municipal y desarrollo empresarial

Hipótesis nula: Los servicios de asesoría empresarial municipal no están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.

Hipótesis alterna: Los servicios de asesoría empresarial municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.

Tabla 17

Servicios de asesoría empresarial municipal y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu -Cusco. 2019.

Servicios de asesoría	Desarrollo Empresarial						Total	
	Muy inadecuado		Inadecuado		Regular		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Muy malo	47	27.8%	18	10.7%	0	0.0%	65	38.5%
Regular	0	0.0%	2.0	1.2%	3	1.8%	5	3.0%
Bueno	0	0.0%	99	58.6%	0	0.0%	99	58.6%
Total	47	27.8%	119	70.4%	3	1.8%	169	100.0%
<i>Prueba Chi cuadrado X = 203.412</i>							<i>p = 0.000</i>	
<i>Correlación de Spearman = 0.727</i>							<i>p = 0.000</i>	

Interpretación y análisis:

Como $p=0.000 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, con el grado de relación mediante la correlación de Spearman de 72.7%, se puede afirmar que los servicios



de asesoría empresarial municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco; cuanto mejores sean los servicios de asesoría empresarial municipal orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local repercutirán directamente en el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019; los resultados muestran que los servicios de asesoría empresarial que ofrece la municipalidad de Machupicchu como son las capacitaciones, asesoría en tecnología , alianzas estratégicas, difusión y organización de eventos se cumplen parcialmente; existen errores en el establecimiento de horarios para realización de jornadas de asesoría ; no se difunden los avisos en forma pertinente lo que está relacionado con el bajo desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu.

c) Servicios de especialización productiva y desarrollo empresarial

Hipótesis nula: Los servicios de especialización productiva municipal no están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu- Cusco.

Hipótesis alterna: Los servicios de especialización productiva municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu- Cusco.

Tabla 18

Servicios de especialización productiva y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu -Cusco. 2019.

Servicios de especialización productiva	Desarrollo Empresarial						Total	
	Muy inadecuado		Inadecuado		Regular		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Muy malo	47	27.8%	20	11.8%	0	0.0%	67	39.6%
Regular	0	0.0%	99	58.6%	3	1.8%	102	60.4%
Total	47	27.8%	119	70.4%	3	1.8%	169	100.0%
<i>Prueba Chi cuadrado X = 99.463</i>							<i>p = 0.000</i>	
<i>Correlación de Spearman = 0.759</i>							<i>p = 0.000</i>	



Interpretación y análisis:

Como $p=0.000 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado y el grado de relación mediante la correlación de Spearman de 75.9 % se puede afirmar que los servicios de especialización productiva municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu- Cusco; a mejores servicios de especialización productiva municipal repercutirán en un mayor crecimiento empresarial en los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local y desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019; los resultados muestran que la diversificación de los productos; apoyo a adquisición de activos, participación y promoción de productos de iniciativa local , en redes nacionales e internacionales, se realiza esporádicamente y la participación de los microempresarios es limitada; lo que está relacionado con el bajo desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu.

4.4.2. Resultados para la relación entre la variable servicios empresariales y la variable desarrollo empresarial

Hipótesis nula: Los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local no están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco. 2019.

Hipótesis alterna: Los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco. 2019.



Tabla 19

Los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019.

Servicios empresariales	Desarrollo Empresarial						Total	
	Muy inadecuado		Inadecuado		Regular		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Muy malo	47	27.8%	20	11.8%	0	0.0%	67	39.6%
Malo	0	0.0%	91	53.8%	0	0.0%	91	53.8%
Regular	0	0.0%	8	4.7%	3	1.8%	11	6.5%
Total	47	27.8%	119	70.4%	3	1.8%	169	100.0%
<i>Prueba Chi cuadrado $X = 141.620$</i>							<i>p = 0.000</i>	
<i>Correlación de Spearman = 0.757</i>							<i>p = 0.000</i>	

Interpretación y análisis:

Como $p=0.000 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco. 2019, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 75.7%; los resultados muestran la tendencia positiva considerable; mejores servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local, mayor desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019; los resultados demuestran que los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local que fueron sido calificados como malos; guardan relación con la calificación bajo, del desarrollo empresarial.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1. Descripción de Hallazgos más Relevantes

Tomando en consideración el objetivo de la presente investigación que es establecer la relación entre los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019, y habiéndose demostrado la relación entre los servicios empresariales municipales y el desarrollo empresarial, con $p = 0.000 < 0.05$ en la prueba Chi cuadrado donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es de 75.7%; los resultados muestran la tendencia positiva, se acepta la hipótesis alterna y se afirma que los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local están relacionadas significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019.

La variable servicios empresariales municipales, alcanzó un promedio de 2.37, considerado malo, donde la dimensión servicios asesoría empresarial municipal fue la mayor calificada con promedio de 3.42 y la dimensión menor calificada fue los servicios financieros municipales con un promedio de 1.86, considerado muy malo; así mismo la variable desarrollo empresarial, alcanzó un promedio de 2.16, considerado inadecuado, donde la dimensión crecimiento sostenible fue la mayor calificada con promedio de 2.39 y la dimensión menor calificada fue el manejo eficiente de recursos con promedio 1.86, considerada inadecuada.

Los resultados muestran que, a pesar que la municipalidad de Machupicchu cumple con ofrecer servicios de asesoría empresarial, promoción de productos y servicios así como con la organización y realización eventos destinados a promover el desarrollo empresarial, estos se brindan en forma inadecuada, pues no tienen la cobertura necesaria ya que muchas de estas actividades son transmitidas solo por redes sociales llegando a pocos, es importante señalar que los microempresarios tienen limitado acceso a internet, otra de las razones es que las actividades se programan en horarios en los que los microempresarios se encuentran atendiendo a sus clientes; por tanto el acceso a los



beneficios de los programas de asesoría empresarial; capacitaciones, posibilidad de participar en alianzas estratégicas promovidas por la municipalidad, ferias y reuniones es limitado. Por otra parte la municipalidad cumple de manera deficiente con las acciones de orientación, intermediación de programas de obtención de créditos para los microempresarios locales, para que estos puedan tener la información adecuada para cubrir sus necesidades financieras, por lo cual los microempresarios deben realizar gestiones en forma individual para lograr un crecimiento sostenible de su empresa y hacerla competitiva; la municipalidad distrital de Machupicchu brinda esporádico apoyo en el proceso de mejorar la productividad, y la organización racional en el uso de materias primas; todo ello incide en el desarrollo empresarial que no tiene un crecimiento óptimo pues actualmente se encuentra sostenido por esfuerzos e iniciativas personales en el cual la participación de la municipalidad aún no tiene liderazgo ni notoriedad como corresponde a un centro comercial de la magnitud de un destino turístico calificado como maravilla del mundo.

5.2. Limitaciones del Estudio

Los limitantes de estudio:

- Falta de estudios previos sobre la investigación
- Falta de antecedentes sobre investigaciones que comprendan ambas variables
- Resistencia inicial de los empresarios de los microempresarios para la recolección de datos
- Desconfianza y temor en los microempresarios para responder a la encuesta
- Todo lo cual fue superado pudiéndose concluir satisfactoriamente el estudio

5.3. Comparación con la Literatura Existente

De la revisión de los antecedentes presentados en el estudio se tiene que, (Bravo, 2012) en la tesis “Implementación de la política de fomento en Chile: una aproximación a partir de la experiencia de las unidades de desarrollo económico a nivel municipal” en la que analiza el proceso de implementación de la política de fomento productivo, explorando en sus dificultades y oportunidades desde el punto de vista local; se concluye que la capacidad institucional tiene que ver con el interés de los gobiernos locales por llevar a



cabo acciones que promuevan el emprendimiento y desarrollo productivo de la comuna. En la actualidad, se observan diversas estructuras para la promoción del desarrollo productivo que presenta a su vez diferentes denominaciones, como, por ejemplo, oficinas de desarrollo económico local, centros de empleo y emprendimiento, así como estatus y niveles de dependencia. En relación al tipo de acciones, estas se centran en tres aspectos: (i) informar a los empresarios de los diferentes programas e instrumentos de fomento disponibles, (ii) canalizar la oferta de capacitación y empleo y (iii) coordinar acciones vinculadas al fomento productivo de la comuna. Lo que coincide con nuestra investigación es que la municipalidad distrital de Machupicchu da un apoyo dentro de los servicios de asesoría empresarial consistentes en capacitación, alianzas estratégicas, realización de eventos para la promoción de productos, pero si este aplicara las acciones mencionadas por (Bravo, 2012) y sobre todo con una voluntad política y con un adecuado plan de acciones están podrían llegar efectivamente a los microempresario tomando en cuenta sus horarios y accesos a redes.

Para (Valencia, 2017) en la tesis “gestión municipal y desarrollo local en el distrito de Chavín de Huantar, 2017” en la que analiza la relación que existe entre la gestión municipal y el desarrollo local del distrito Chavín de Huantar; Sus resultados demuestran la existencia de una relación directa entre gestión municipal y el desarrollo local en el distrito de Chavín de Huantar, así como también existe una relación directa entre la gestión municipal entre las dimensiones desarrollo económico, desarrollo sociopolítico y desarrollo ambiental del desarrollo local. Lo que coincide con los resultados obtenidos de la presente investigación en la cual se afirma que los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es de 75.7%, mostrando así una tendencia positiva; donde los servicios financieros municipales están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco, esto quiere decir que a mejores servicios financieros prestados por la municipalidad, el desarrollo tendrá mayor crecimiento empresarial de igual manera el servicio de asesoría municipal y los servicios de especialización productiva municipal, repercute directamente en el desarrollo empresarial.



Por otra parte, los autores (Porcel & Loaiza, 2016) en la tesis “Avances y limitaciones en la implementación de políticas de promoción económica en municipalidades rurales de Cusco y Apurímac: El caso de Pomacanchi y San Salvador en Cusco y Santa María de Chicmo y Aymaraes en Apurímac, en el período 2007 – 2010” de la Pontificia Universidad Católica del Perú en la que analiza que las políticas de promoción del desarrollo económico local puestas en marcha, facilitaron entre otros los siguientes cambios: desarrollo de capacidades tanto de las propias municipalidades como de los actores económicos, mejora en el acceso a mercados y dinamización de ferias locales. También se identificaron algunos factores clave para mejorar la eficiencia en el diseño e implementación de políticas de promoción económica: Voluntad política de las autoridades para impulsar y liderar procesos de desarrollo económico local, voluntad e interés de los actores económicos del territorio (líderes locales, productores, microempresarios, etc.) , capacidades de las autoridades y funcionarios responsables, soporte de asesoría técnica especializada que aporte metodologías e instrumentos y acompañe en momentos clave. Entre las limitantes para la eficiencia y sostenibilidad de las políticas del desarrollo económico local implementadas, se identificaron las siguientes: escasa oferta de servicios de desarrollo empresarial para el desarrollo de las actividades económicas locales, con limitados servicios de capacitación y asistencia técnica, e inexistencia de servicios de crédito e información. lo propuesto por los autores coinciden con el trabajo , afirmación que demuestra la importancia de la participación municipal en el desarrollo local; en la presente investigación los microempresarios opinan que la municipalidad no cumple en su totalidad las funciones de apoyo a la conducción de sus empresas para el desarrollo de las MYPES de iniciativa local, como los servicios de asesoría empresarial consistentes en capacitación , realización de eventos, ya que estas se realizan prioritariamente mediante las redes sociales a la que no todos tienen acceso, así mismo se programan las capacitaciones en horarios a los que no pueden asistir y con ello ver la importancia de la estrategia de comunicación para la llegada a los microempresarios.



5.4. Implicancias del estudio

La investigación constituye un aporte de los investigadores para ampliar el conocimiento respecto a los servicios empresariales municipales y el desarrollo empresarial y un referente para otras investigaciones referidas al problema investigado, así mismo la realización de la investigación permitió conocer más sobre los servicios empresariales municipales y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu donde existe la posibilidad de realizar otros estudios relacionados; a la promoción de las Mypes de iniciativa local.



CONCLUSIONES

Culminado el estudio se presenta las siguientes conclusiones:

1. Se ha establecido que existe relación significativa entre los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019 con $p=0.000<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 75.7% por lo que cuanto mejores sean los servicios empresariales que brinda la municipalidad distrital de Machupicchu, mayor será el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu ; los resultados muestran que los servicios empresariales que comprenden; los servicios financieros municipales ; servicios de asesoría municipal y servicios de especialización productiva fueron calificados como muy malos, lo que tiene relación con el desarrollo empresarial calificado como bajo en el distrito de Machupicchu.
2. Se ha establecido que existe relación significativa entre los servicios financieros municipales y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019 con $p=0.000<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 26.9%; demostrando que para los microempresarios la municipalidad distrital de Machupicchu, no favorece a que los servicios financieros prestados por la municipalidad contribuyan a su crecimiento empresarial lo que tiene relación con el bajo desarrollo del distrito de Machupicchu.
3. Se ha establecido que existe relación significativa entre los servicios de asesoría empresarial municipal y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019 con $p=0.000<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante correlación de Spearman es de 72.7%, demostrando que para los microempresarios la municipalidad distrital de Machupicchu, cumple parcialmente en los servicios de asesoría empresarial prestados por la municipalidad repercutiendo directamente en el bajo desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu.
4. Se ha establecido que existe relación significativa entre los servicios de especialización productiva municipal y el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu – Cusco 2019 con $p=0.000<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es de 75.9%, demostrando que para la municipalidad distrital de Machupicchu realiza esporádicamente y con limitada participación de los microempresarios, lo que está relacionado con el bajo desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu.



RECOMENDACIONES

1. A los responsables de la municipalidad distrital de Machupicchu considerando el rol que le es conferido en la ley orgánica de municipalidades N°27972 en relación a la promoción del desarrollo local y siendo las MYPES de iniciativa local uno de los elementos dinamizadores más importantes, deberán al interno potenciar políticas de fomento al desarrollo de las MYPES, asignar, los presupuestos y recursos para implementarlas en los rubros de su competencia directa y buscar aliados estratégicos que ofrezcan a los microempresarios la posibilidad de financiación, diversificación, especialización y otros servicios, conjuntamente con la subgerencia de turismo y desarrollo económico con el área de división de promoción empresarial y Mypes, formulando mejores mecanismos y estrategias, y así promover el desarrollo productivo en la promoción empresarial, y de esta manera mejorando las condiciones y calidad de vida de los microempresarios
2. A los responsables de la municipalidad distrital de Machupicchu, impulsar la gestión financiera con nuevos aliados estratégicos, como la cooperación internacional, Banco mundial, Bancos y financieras nacionales para crear una mesa de asesoría financiera y alianzas estratégicas con el fin de promover la inversión, y hacer convenios con, organizaciones con las cuales el gobierno municipal actuaría como mediador de la misma manera compartir experiencias de promoción económica entre municipios y a la vez dar capacitación en temas financieros y con ello brindar al microempresario las herramientas necesarias para la mejora de su servicios.
3. Respecto a los servicios de asesoría municipal prestados por la municipalidad en el distrito de Machupicchu se debe planificar un programa de asesoría sostenido en coordinación con los empresarios a fin de cubrir sus expectativas y necesidades, así mismo se debe emplear mecanismos que permitan la difusión oportuna y de mayor alcance; es muy importante gestionar una mayor cobertura del internet que permitirá una mayor audiencia y asistencia, a todo ello en los cursos y talleres brindado por los especialistas incluir los temas financieros sin dejar de lado los temas de formalización de las Mypes, tramites con la municipalidad y manejo de residuos sólidos.



4. Los servicios de especialización prestados por la municipalidad en el distrito de Machupicchu, deberá apoyar de manera constante a los microempresarios en la conducción de sus empresas para su desarrollo, en el proceso de mejorar su productividad, ofreciéndoles diversificación, especialización y promoción de sus productos y puedan participar en redes nacionales e internacionales, mediante convenios de cooperación con diversas entidades como empresas, Universidades, Colegios profesionales para un mayor crecimiento empresarial.



BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, A. (13 de Abril de 2013). *anur.blogspot.pe/2012/04/que-es-valor-diferencial.html*.
Obtenido de *anur.blogspot.pe/2012/04/que-es-valor-diferencial.html*
- Albuquerque, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local*. Buenos Aires.
- Arbulú, J., & José, O. J. (2015). Concentración de las Mypes y su impacto en el crecimiento económico. *Quipukamayoc revista de la facultad de ciencias contables*, 30.
- Asmundson, I. (Marzo de 2011). *¿Qué son los servicios financieros?* Obtenido de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Banda, J. (19 de Setiembre de 2016). *subvención*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/subvencion>
- Barbosa, L. (18 de Diciembre de 2015). *Como Calcular El Periodo De Pago*. Obtenido de Como Calcular El Periodo De Pago: http://ehowenespañol.com/calcular-periodo-pago-como_460997/
- Barquero Corrales, A. (2016). Administración de recursos humanos. En A. Braquero Corrales, *Administración de recursos humanos* (pág. 230). Mexico: Universidad estatal a distancia.
- Becerra, M. A. (2008). *Aspectos Basicos De Marketing Para La Micro Y Pequeña Empresa*. Lima: Primera Edicion.
- Bernardez, M. (2007). *Desempeño Organizacional*. Estados Unidos: Author House.
- Berry, B. (2003). *Calidad de servicio, una ventaja para Instituciones Financieras*. Madrid: Dias de Santos S.A.
- Biblioteca UDEP*. (2001). Obtenido de <http://www.biblioteca.udep.edu.pe>
- Blásquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas.
- Blázquez, & Mondino. (15 de Enero de 2012). *Recursos Organizacionales, Calsificación e Indicadores*. Obtenido de blazquezmiguel.com.ar/wp-content/uploads/2010/09/11CORPRICADENAG.pdf: blazquezmiguel.com.ar/wp-content/uploads/2010/09/11CORPRICADENAG.pdf
- Boletto Machupicchu. (13 de 02 de 2018). *Machu Picchu Pueblo / Aguas Calientes*. Obtenido de boletomachupicchu.com: <https://www.boletomachupicchu.com/machu-picchu-pueblo/>
- Bonta, P. (2002). *199 Preguntas sobre Marketing y publicidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Bowie, & Buttle. (2010). *Hospitality Marketing*. Mejico : ELSEVIER.



- Brachfield Alsina, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro*. Barcelona: Publicaciones PROFIT Editorial.
- Bravo, S. M. (2012). Mag.en gestión y políticas Públicas. *Implementación de la política de fomento en Chile: una aproximación a partir de la experiencia de las unidades de desarrollo económico a nivel municipal*. Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Candia Silva, R. (2014). *Incorporación de las municipalidades en la institucionalidad pública para el mejoramiento de competitividad*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36640/1/S2014043_es.pdf
- Capriotti, P. (12 de 2007). *La Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas españolas*. Obtenido de http://www.analisisdemedios.com/2007_ZER_23.pdf: http://www.analisisdemedios.com/2007_ZER_23.pdf
- Careaga, J. A. (1993). *Manejo y reciclaje de los residuos de envases y embalajes*. México: Publicaciones SEDESOL.
- Carrasco Diaz, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación* . Lima : UNSM.
- Carrera, M. (2012). *Factores que intervienen en el Desarrollo de las MYPES del sector Manufacturero en cinco Municipios del Area metropolitana de Monterrey*. Mejiro: Monterrey.
- Chiavenato, I. (2006). *Introduccion A La Teroria General De La Administracion*. Mexico: McGraw-Hill.
- Coila, R. A. (2018). *Determinación De Estabilidad Empresarial Para Mypes De La Región De Arequipa Que Usan La Estrategia De Diversificación De Productos, Vía Análisis Beneficio/Costo. Caso Curma Perú E.I.R.L."*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6285/ECcollra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Congreso de la Republica , P. (6 de mayo de 2003). Obtenido de <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0015/3-ley-organica-de-municipalidades-1.pdf>: <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0015/3-ley-organica-de-municipalidades-1.pdf>
- Cueto, A. (18 de Diciembre de 2015). *Cobertura De Mercado*. Obtenido de Cobertura De Mercado: <http://anibalcueto.blogspot.com/2012/05cobertura-de-mercado.html>
- Definicion ABC. (2017). *Difusión*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/difusion.php>
- DFID. (2007). *Municipalidades, mostrando el camino*. Ecuador: Publicaciones Soluciones Prácticas.



- Diez, C. (1993). *Distribución Comercial*. Mexico: Mcgraw-Hill.
- Donantes, C. A. (1997). *Servicios de Desarrollo empresarial para PyMes*.
- Donantes, C. d. (1997). *Servicios de Desarrollo eempresarial para PyMes*.
- El Peruano. (26 de Mayo de 2003). Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972. *Normas Legales Actualizadas Diario Oficial el Peruano.*, págs. 1-36. Obtenido de <https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0015/3-ley-orgonica-de-municipalidades-1.pdf>
- Espino, P. (2005). Doctor en Economía para las pymes en el Perú. *Estrategia de la inserción en la nueva economía para las pymes en el Perú*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.
- Espinosa, R. (24 de Junio de 2016). <http://robertoepinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>. Obtenido de <http://robertoepinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>
- Estrada Cuno, S. (2019). Maestro en Gestión Pública y desarrollo regional. *Gestión municipal factor determinante en el desarrollo de la municipalidad provincial de Cotabambas: 2013 - 2016*. Universidad San Antonio Abad del Cusco, Cusco.
- Feigenbaum, A. (2009). *Control Total de la Calidad* . Mejico: Compañía Editorial Continental .
- Ferrel, & Hartlline. (2012). *Estrategia de Marketing* . Mejico : CENGAGE.
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2006). *Estrategia De Marketing*. Mexico: Thomson.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: Mc Graw- Hill.
- Frédéric, Gilles, & Julien. (31 de Mayo de 2011). https://es.over-blog.com/Que_es_el_desarrollo_empresarial-1228321767-art173750.h. Obtenido de https://es.over-blog.com/Que_es_el_desarrollo_empresarial-1228321767-art173750.h
- García , V. M. (2014). Introducción a las finanzas. En V. M. García , *Introducción a las finanzas* (pág. 325). Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Garcia, A. J. (2003). Enomista . *Ley orgánica de municipalidades* . Contraloría General de la Republica , Lima.
- Garcia, A. J. (2010). Obtenido de <https://apps.contraloría.gob.pe>
- Garrido Álvarez, T. (202). *Introducción al Concepto de Empresa*. Obtenido de <http://www4.ujaen.es/~tgarrido/>: <http://www4.ujaen.es/~tgarrido/Tema%201%20OYMT%20I.htm>
- Garrido, T. (Enero de 2002). *Universidad Jaen España*. Obtenido de <http://www4.ujaen.es/~tgarrido/Tema%201%20OYMT%20I.htm>



- German. (6 de Marzo de 2018). *Factores que una PYME debe considerar para un crédito*. Obtenido de <https://www.conletragrande.cl/mi-empresa/lo-que-una-pyme-debe-tener-para-pedir-un-credito>
- GestioPolis.com. (04 de Diciembre de 2002). *¿Qué es consultoría?* Obtenido de [www.gestiopolis.com](https://www.gestiopolis.com/que-es-consultoria/): <https://www.gestiopolis.com/que-es-consultoria/>
- Gil Estallo, M., & Giner de la Fuente, F. (2007). *Cómo Crear y Hacer Funcionar una Empresa*. Madrid: Publicaciones ESIC.
- Gitman, L. (2013). *Principios de administración financiera*. México : Publicaciones Pearson Educación.
- Gomez. (18 de Diciembre de 2015). *Administración De Cuentas Por Cobrar*. Obtenido de [Administración De Cuentas Por Cobrar: http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/38/cxc3.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/38/cxc3.htm)
- Gómez, C. (2002). Doctor . *Crecimiento económico y desarrollo sostenible*. Universidad de Alcalá de Henares , Madrid .
- Gomez, D. (11 de Junio de 2013). <http://bienpensado.com/author/david/>. Obtenido de <http://bienpensado.com/author/david/>
- González Molina, P. (2016). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales* . Argentina: Publicaciones Editorial Tutor Formación .
- González, P. (2016). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Argentina: Publicaciones Editorial Tutor Formación.
- Graus. (22 de Abril de 2019). *convenios*. Obtenido de <https://www.significados.com/convenio/>
- Guillen Parra, M. (2006). confianza. En M. Guillen Parra, & J. Posadas (Ed.), *Ética en la organizaciones. Contruyendo confianza*. (pág. 334). Madrid, España: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Gutiérrez, P. (2007). *Curso de Hacienda Pública*. España: Publicaciones Ediciones Universidad Salamanca.
- Hernandez, F. y. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: MacGraw - Hill.
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2014). *Metodología d la investigación* . Mejico : Mc Graw Hi.
- Herrera, D. (2007). *Memoria del seminario regional, Mercados, apertura y desarrollo*. Costa Rica: Publicaciones IICA.
- Hidalgo. (6 de 6 de 2015). <https://marcandoanálisis.com/2012/11/16/diferenciacion-e-innovacion-como-factores-de-exito>. Obtenido de



<https://marcandoanalis.com/2012/11/16/diferenciacion-e-innovacion-como-factores-de-exito>

Hidalgo A., B., Leiva, M., & Sosa, S. (Enero de 2014). *Estudio de mercado para la diversificación y comercialización de otros productos*. Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/5401/1/Estudio%20de%20mercado%20para%20la%20diversificaci%C3%B3n%20y%20comercializaci%C3%B3n%20de%20otros%20productos%20para%20las%20peque%C3%B1as%20empresas%20dedicadas%20a%20l~1.pdf>

Hidalgo, B., Leiva, M., & Sosa, S. (Enero de 2014). *Estudio de mercado para la diversificación y comercialización de otros productos*. Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/5401/1/Estudio%20de%20mercado%20para%20la%20diversificaci%C3%B3n%20y%20comercializaci%C3%B3n%20de%20otros%20productos%20para%20las%20peque%C3%B1as%20empresas%20dedicadas%20a%20l~1.pdf>

http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/marcas.pdf. (15 de Junio de 2017). http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/marcas.pdf. Obtenido de http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/marcas.pdf

Huerta, P. (18 de Diciembre de 2015). *Canales De Distribución*. Obtenido de Canales De Distribución:

<https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&frm=1&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjAB&url=https%3A%2F%2FfisraValenzuela.files.wordpress.com%2F2008%2F052Ftema-3-canales-de-distribucic3b3n-asignacion.ppt&ei=7fv6VKbkDYqkNurjgYAO&usg>

IICA. (2007). *Como Operamos En El IICA Reclutamiento Y Nombramiento Del Personal*. Costa Rica: Publicaciones IICA.

Jacks S Lambin, J. (2006). *Marketing Estratégico*. Mexico: McGRAW-HILL.

Jara, C. (1997). *Desarrollo Sostenible Local Experiencia De Pernambuco,, Brasil*. Costa Rica: Publicaciones IICA.

Jara, D. (2006). *Fundamentos Del Marketing Empresarial En La Nueva Economía*. Lima.

koontz, & O'Donell. (2013). *Administración Moderna*. Mexico : Litográfica Ingramex S.A.

Kotler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos De Marketing*. Mexico: PEARSON.

Kotler, & keller. (2015). *Dirección de Marketing*. Mejico: Pearson Educacion.

Kotler, P. (2001). *Dirección De Mercadotecnia*. Perú: PEARSON.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos De Marketing*. Mexico: PEARSON.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos De Marketing*. MEXICO: PEARSON.



- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. México : Pearson Educación.
- Kurtz, D. (2011). *Marketing Contemporáneo*. México D.F.: Cengage learning.
- Kurtz, D. L. (2011). Marketing relacional. En D. L. Kurtz, *Marketing Contemporáneo* (pág. 310). México: CENGAGE Learning.
- Lamb, & Mc. Daniel, C. (2011). *Marketing*. México: Learning.
- Lamb:Hair, Daniel, M., & Armstrong. (2013). *Marketing*. México: Pearson Education.
- Latinos.US. (10 de Diciembre de 2015). *Descuentos*. Obtenido de Descuentos: <http://www.descuentos.us/>
- Loayza, J. (Diciembre de 2017). *Gestión integral de residuos químicos peligrosos*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-634X2007000400009
- Lopez-Pinto, Mas, & Viscarri. (2008). *Los pilares del Marketing*. Barcelona: EDICIONES UPC. Obtenido de www.edicionesupc.es.
- Luecke, R. (2007). *Herramientas De Marketing*. España: DEUSTO.
- Martinez, & Lorenzo. (11 de Abril de 2014). <http://www.oocities.org/turismehelp/merchandising.pdf>. Obtenido de <http://www.oocities.org/turismehelp/merchandising.pdf>
- Martinez, G. (17 de Abril de 2010). <http://georginamartinez.blogspot.pe/2010/04/publicidad.html>. Obtenido de <http://georginamartinez.blogspot.pe/2010/04/publicidad.html>
- MCDaniel, L. H. (2011). *Marketing*. México: Learning.
- Monferrer. (2011). *Fundamentos De Marketing*. UNIVERSITAT JAUME.
- Moreno, M. (Agosto de 2014). *Centro Municipal de Servicios Empresariales - CEMSE*. Obtenido de <http://cemse.blogspot.com/>
- Municipalidad Distrital MACHUPICCHU. (01 de Marzo de 2018). *Subgerencia de turismo y desarrollo económico*. Obtenido de munimachupicchu.gob.pe: <https://munimachupicchu.gob.pe/turismo/>
- Muñiz, R. (Noviembre de 2013). *Marketing en el Siglo XXI*. España: UDIMA.
- Nafti, R. (Mayo de 2008). *P3U-Programa Piloto para la Promoción del control Ambiental en el Sector Privado de Países en Desarrollo*.



- Neffa, J. C., Panigo, D., & Pérez, P. (2005). Actividad, empleo y desempleo: conceptos y definiciones. En P. Pérez, *Actividad, empleo y desempleo: conceptos y definiciones* (pág. 117). Texas: Ceil-Piette Conicet.
- Oberlander, R. (Mayo de 2015). <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/viewFile/269/252>. Obtenido de [file:///C:/Users/Compudayback/Downloads/269-1-1051-1-10-20150824%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Compudayback/Downloads/269-1-1051-1-10-20150824%20(2).pdf)
- PAREDES NUÑEZ, J. E. (2008). *Manual para la Investigacion Cientifica*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.
- Pelaez, R. (2010). *Marketing*. Arequipa: AURA.
- Pérez, & Perez. (2006). http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45089/componente45087.pdf. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45089/componente45087.pdf
- Porcel, B., & Loaiza, A. (2016). Mag. en Gerencia Social. *Avances y limitaciones en la implementación de políticas de promoción económica en municipalidades rurales de Cusco y Apurímac: El caso de Pomacanchi y San Salvador en Cusco y Santa María de Chicmo y Aymaraes en Apurímac, en el período 2007 - 2010*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Porter, M. (2007). *Estrategias competitiva*. Mejico : Pirámide.
- Poveda, J. (18 de DICIEMBRE de 2015). *Introducción A La Mercadotecnia*. Obtenido de *Introducción A La Mercadotecnia*: <http://monografias.com/trabajos47/administración-operaciones/administracion-operaciones2.shtm1#ixzz3Thla5Fbf>
- Pozos, D. (Junio de 2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810/9526>
- PRESS, W. (20 de DICIEMBRE de 2015). *Tipos De Canales De Distribución*. Obtenido de *Tipos De Canales De Distribución*: <http://www.tiposde.org/escolares/384-tipos-de-canales-distribucion/>
- PRP. (06 de Mayo de 2003). Ley 27972-ley Organica de Municipalidades-Presidencia de la República. Lima, Lima, Perú: El Peruano.
- PYMES. (15 de Junio de 2017). *Estrategias de marca y posesionamiento*. Obtenido de [pymesonline.com: http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/marcas.pdf](http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/marcas.pdf)
- Renier. (12 de Julio de 2017). *¿Qué hace un asesor tecnológico?* Obtenido de <https://medium.com/@RenierChico/qu%C3%A9-hace-un-asesor-tecnol%C3%B3gico-9e810c2a32d7>



- Ries, & Trout. (2002). *Posicionamiento*. Mejioco : Mc, Graw Hill.
- Rivera, & De Garcilan, M. (2007). *Dirección De Marketing*. ESPAÑA: ESIC.
- Rodriguez, A. (2006). *Principios Y Estrategias Del Marketing*. España: UOC.
- Rodríguez, C. (2000). *El nuevo escenario: la cultura de calidad y productividad en las empresas*. México: Publicaciones ITESO.
- Rojas, L. (2006). Economista. *Gestión Municipal del desarrollo Economico*. Oficina sub regional para los paises Andinos, Lima.
- Romero Arzapalo, J. S. (2017). Lic. en Administración. *Gestión municipal y desarrollo local del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017*. Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa.
- Romero, J. S. (2017). Lic. en Administración. *Gestión municipal y desarrollo local del distrito de Irazola, Padre Abad, 2017*. Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa.
- Romo Rojas, R. A. (2016). Mag. en Administración. *Gestión municipal y su incidencia en el desarrollo local del distrito de Huancayo - Junin*. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Ruiz de Velasco, A. (2007). *Manual de derecho mercantil (3° ed.)*. Madrid: Publicaciones Comillas.
- Ruiz del Velazco, & Del Valle, A. (2007). *Manual de derecho mercantil (3° ed.)*. Madrid: Publicaciones Comillas.
- Sainz De Vicuña, J. (2009). *El Plan De Marketing En La Pyme*. España: ESIC.
- Salianas, B. (1978). Tecnología apropiada: concepto, aplicacion y estrategias. En B. Salinas, *Tecnología apropiada: concepto, aplicacion y estrategias* (pág. 71). Mexico: Universidad de Indiana.
- Sandoval, L. (2017). *Planeamiento estrategico y el desarrollo empresarial*. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7218/SANDOVAL_BL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Soler Planet. (2016). *Especialización productiva*. Obtenido de <https://www.solerplanet.com/especializacion-productiva>
- Stanton, Etzel, & Walker. (2007). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Mejioco: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- SUNAT. (2018). *Micro y Pequeña Empresa*. Obtenido de <http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype>
- Thompson. (18 de Diciembre de 2015). *Los Canales De Distribución*. Obtenido de Los Canales De Distribución: <http://promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.htm>



- Torres Tello, M. (Mayo de 2005). *Diagnostico de la gestión municipal*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/documentac/DiagnosticodelaGestionMunicipal.pdf
- Trigoso, A. (18 de Diciembre de 2015). *¿Que Es Un Inventario Y Cuales Son Sus Tipos?* Obtenido de *¿Que Es Un Inventario Y Cuales Son Sus Tipos?*: <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/43/inventario.htm>
- Trout, J., & Ries, A. (2014). *Psicionamiento , la Batalla por su mente; Como ser percibido en un mercado super poblado*. NY-USA: MAHSTEAM SYSTEM.
- UNID. (15 de 9 de 2016). http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf. Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ADI/AO/AO01/AOPP01Lectura1.pdf
- Valdez, R. (Enero de 2013). *Uso racional de agua y energía*. Obtenido de <http://www.itlp.edu.mx/imgDep/SIG/Triptico%20agua.ener.ITLP.pdf>
- Valencia, C. A. (2017). Maestro en Gestión Pública. *Gestión municipal y desarrollo local en el distrito de Chavín de Huantar, 2017*. Universidad Cesar Vallejo, Chavín de Huantar.
- Van, J., & Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. México: Publicaciones Pearson Educación.
- Vare Polo, E. R. (2017). Lic. en Sociología. *Gestión municipal y desarrollo local en el distrito de Supe, 2017*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Lima.
- Vare, E. R. (2017). Lic. en Sociología. *Gestión municipal y desarrollo local en el distrito de Supe, 2017*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Lima.
- Vásquez, A. (1988). *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*. Madrid .
- Ventura, S. (18 de DICIEMBRE de 2015). *Bonificaciones En Marketing*. Obtenido de *Bonificaciones En Marketing*: <http://www.gestion.org/marketing/estrategias-ventas/3456/las-bonificaciones/>
- Vilaboa Ulloa, R. (24 de Junio de 2013). *La capacitación municipal: propuesta de gestión de la educación no formal para la elaboración de un plan para el fortalecimiento del talento humano en la Municipalidad de Aserrí*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/10632-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15483-1-10-20130701.pdf>
- Zaghi, M. (2019). Medios digitales pra la organización y difución de eventos . *Destino Negocio*.
- Zeithaml, B. (2000). *Marketing de Servicios* . Mejico : Mc. Graw Hill.



ZONA ECONOMICA. (17 de Abril de 2021). *Adquisicion de activos*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/adquisicion-de-activos>



ANEXOS



ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

SERVICIOS EMPRESARIALES MUNICIPALES ORIENTADOS A LA PROMOCIÓN DE LAS MYPES DE INICIATIVA LOCAL CON EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE MACHUPICCHU-CUSCO. 2019

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
¿Cómo se relacionan los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019?	Establecer la relación de los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019.	Los servicios empresariales municipales orientados a la promoción de las MYPES de iniciativa local están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco 2019.	VARIABLE I SERVICIOS EMPRESARIALES	Servicios financieros municipales Servicios de asesoría empresarial municipal Servicios de especialización productiva municipal	Tipo de investigación Básica Enfoque Cuantitativo Nivel de investigación Descriptiva - correlacional Diseño No experimental
PROBLEMAS ESPECIFICOS PE1.- ¿Cómo se relacionan los servicios financieros municipales con el desarrollo empresarial en el distrito	OBJETIVOS ESPECIFICOS OE.1 Establecer la relación de los servicios financieros municipales con el desarrollo empresarial en el distrito	HIPOTESIS ESPECIFICAS HE1.-Los servicios financieros municipales están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-		Manejo eficiente de recursos.	POBLACION Y MUESTRA: Población: 300 empresarios Muestra 169 empresarios



<p>de Machupicchu-Cusco?</p> <p>PE2.- ¿Cómo se relacionan los servicios de asesoría municipal se relacionan con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco?</p> <p>PE3.- ¿Cómo se relacionan los servicios de especialización productiva municipal con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco?</p>	<p>de Machupicchu-Cusco</p> <p>OE-2 Establecer la relación de los servicios de asesoría empresarial municipal con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.</p> <p>OE-3 Establecer la relación de los Servicios de especialización productiva municipal con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.</p>	<p>Cusco.</p> <p>HE2.-Los Servicios de asesoría empresarial municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.</p> <p>HE3.- Los Servicios de especialización productiva municipal están relacionados significativamente con el desarrollo empresarial en el distrito de Machupicchu-Cusco.</p>	<p>VARIABLE II</p> <p>DESARROLLO EMPRESARIAL</p>	<p>Recursos de la empresa</p> <p>Crecimiento sostenible</p>	<p>TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>
--	---	--	--	---	---



ANEXO 2: MATRIZ DEL INSTRUMENTO

“SERVICIOS EMPRESARIALES MUNICIPALES ORIENTADOS A LA PROMOCIÓN DE LAS MYPES DE INICIATIVA LOCAL CON EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE MACHUPICCHU-CUSCO 2019”

Variable I	Dimensiones	Indicadores	Peso	No de ítems	Indicador de reactivos	Criterio de calificación				
						TD	D	I	A	TA
SERVICIOS EMPRESARIALES MUNICIPALES	Servicios financieros municipales	<ul style="list-style-type: none"> • Líneas de créditos MYPES • Aval para el crédito • Subvenciones • Convenios con banca y financieras 	30%	5	1.-La municipalidad otorga líneas de crédito para las Mypes					
					2.-La Municipalidad ofrece la posibilidad de avalar los créditos solicitados por los empresarios locales					
					3.-La Municipalidad subvenciona inversiones para los empresarios locales					
					4.-Los empresarios pueden acogerse a los convenios con bancos y financieras que gestiona la municipalidad					
					5.- La municipalidad gestiona fondos para la inversión de los empresarios locales					
	Servicios de asesoría municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Asesoría en tecnología • Alianzas estratégicas • Difusión. Organización de eventos 	30%	5	6.-La Municipalidad investiga las necesidades de capacitación de los empresarios locales					
					7.-Se organizan cursos de capacitación					
					8.-La municipalidad brinda servicios de asesoría en tecnología para los empresarios locales.					
					9.-La municipalidad gestiona alianzas estrategias en beneficio de los empresarios locales					
	Servicios de	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de 				10.-La municipalidad fomenta la organización de ferias y eventos de promoción para los empresarios locales				
						11.-La Municipalidad promueve la diversificación de productos o servicios				



		personal calificado								
	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Humanos • Físicos • materiales • financieros • Tecnológicos • De conocimiento e información 	20%	4	23.-Su empresa cuenta con los recursos humanos suficientes					
24.-Su empresa cuenta con los recursos materiales que permiten su desarrollo										
25.-Utiliza recursos tecnológicos para sus ventas										
26.-Dispone de información para la creación de nuevos productos o servicios										
	Crecimiento sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento productivo • Cambio organizacional • Capacidad financiera 	45%	7	27.- Su empresa ha diversificado su producción a partir de la asesoría de la Municipalidad					
28.- Ha establecido mejoras en la administración de su empresa de acuerdo con la orientación recibida por parte de la municipalidad										
29.-Las ventas en su empresa han crecido										
30.-la capacidad financiera de su empresa es mayor										
31.-Su empresa tiene la capacidad de competir con éxito frente a otras de la competencia.										
32.-Tiene necesidad de establecer nuevos puntos de venta										
33.-Tiene planeado contratar personal especializado.										
			100%	17						



ANEXO 3: MATRIZ DE VARIABLES

VARIABLE I	DIMENSIONES	INDICADORES
SERVICIOS EMPRESARIALES MUNICIPALES	Servicios financieros municipales	<ul style="list-style-type: none"> • Líneas de crédito pymes • Aval para el crédito • Subvenciones • Convenios con banca y financieras
	Servicios de asesoría municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Asesoría en tecnología • Alianzas estratégicas • Difusión. • Organización de eventos
	Servicios de especialización productiva	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de los productos / servicios de iniciativa local. • Apoyo para la adquisición de activos • Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes nacionales. • Participación y promoción de productos de iniciativa local en redes internacionales
VARIABLE II	DIMENSIONES	INDICADORES
DESARROLLO EMPRESARIAL	Manejo eficiente de recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Organización racional en el uso de materias primas • Organización racional del uso de agua y suministros de energía • Volumen de residuos tóxicos y desperdicios • Utilización del crédito • Utilización y reciclaje de materiales • Empleo de personal calificado
	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Humanos • Físicos o materiales • Financieros • Tecnológicos • De conocimiento e información
	Crecimiento sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento productivo • Cambio organizacional • Capacidad financiera



ANEXO 4: PROCEDIMIENTO DE LA BAREMACIÓN

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Nunca.	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

Construcción de la Baremación:

	Promedio	Interpretación de a variable	
		Servicios empresariales	Desarrollo empresarial
Nunca.	1,00 – 1,80	Muy malo	Muy inadecuado
Casi nunca	1,81 – 2,60	Malo	Inadecuado
A veces	2,61 – 3,40	Regular	Regular
Casi siempre	3,41 – 4,20	Bueno	Adecuado
Siempre	4,21 – 5,00	Muy bueno	Muy adecuado



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente encuesta ha sido realizada con fines académicos, agradeceremos su colaboración **por favor marque con (x) la afirmación que considere correcta**

SERVICIOSEMPRESARIALES MUNICIPALES		TD	D	I	A	TA
SERVICIOS FINANCIEROS MUNICIPALES						
1	LA MUNICIPALIDAD OTORGA LÍNEAS DE CRÉDITO PARA LAS MYPES					
2	LA MUNICIPALIDAD OFRECE LA POSIBILIDAD DE AVALAR LOS CRÉDITOS SOLICITADOS POR LOS EMPRESARIOS LOCALES					
3	LA MUNICIPALIDAD SUBVENCIONA INVERSIONES PARA LOS EMPRESARIOS LOCALES					
4	LOS EMPRESARIOS PUEDEN ACOGERSE A LOS CONVENIOS CON BANCOS Y FINANCIERAS QUE GESTIONA LA MUNICIPALIDAD					
5	LA MUNICIPALIDAD GESTIONA FONDOS PARA LA INVERSIÓN DE LOS EMPRESARIOS LOCALES					
SERVICIOS DE ASESORIA MUNICIPAL						
6	LA MUNICIPALIDAD INVESTIGA LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DE LOS EMPRESARIOS LOCALES					
7	SE ORGANIZAN CURSOS DE CAPACITACIÓN					
8	LA MUNICIPALIDAD BRINDA SERVICIOS DE ASESORÍA EN TECNOLOGÍA PARA LOS EMPRESARIOS LOCALES.					
9	LA MUNICIPALIDAD GESTIONA ALIANZAS ESTRATEGIAS EN BENEFICIO DE LOS EMPRESARIOS LOCALES					
10	LA MUNICIPALIDAD FOMENTA LA ORGANIZACIÓN DE FERIAS Y EVENTOS DE PROMOCIÓN PARA LOS EMPRESARIOS LOCALES					
SERVICIOS DE ESPECIALIZACION PRODUCTIVA						
11	LA MUNICIPALIDAD PROMUEVE LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS EMPRESARIOS LOCALES					
12	LOS EMPRESARIOS LOCALES RECIBEN APOYO PARA LA ADQUISICIÓN DE ACTIVOS.					
13	LA MUNICIPALIDAD PROMUEVE LOS PRODUCTOS DE INICIATIVA LOCAL EN REDES INTERNACIONALES					
14	LA MUNICIPALIDAD PROMOCIONA LOS PRODUCTOS DE INICIATIVA LOCAL EN REDES NACIONALES					
15	LA MUNICIPALIDAD AUSPICIA LA PRODUCCIÓN LOCAL MEDIANTE LA DIFUSIÓN EN MEDIOS VIRTUALES					
16	LOS EMPRESARIOS LOCALES SON FAVORECIDOS CON EL APOYO QUE LE BRINDA LA MUNICIPALIDAD					



DESARROLLO EMPRESARIAL						
MANEJO EFICIENTE DE RECURSOS						
17	HA CONSEGUIDO DISMINUIR NOTORIAMENTE EL DESPERDICIO DE MATERIAS PRIMAS A PARTIR DE LA CAPACITACIÓN QUE RECIBE DE LA MUNICIPALIDAD					
18	HA CONSEGUIDO DISMINUIR EL USO DEL AGUA Y SUMINISTROS DE ENERGÍA DESPUÉS DE LA ORIENTACIÓN BRINDADA POR LA MUNICIPALIDAD					
19	EL VOLUMEN DE RESIDUOS TÓXICOS Y DESPERDICIOS HA DISMINUIDO CON LAS CAPACITACIONES DE LA MUNICIPALIDAD					
20	LOS CRÉDITOS QUE OBTIENE SON DESTINADOS EXCLUSIVAMENTE PARA SU EMPRESA					
21	RECICLA LOS MATERIALES SOBRANTES PERMANENTEMENTE					
22	EL PERSONAL CON EL QUE TRABAJO CUENTA CON ALGUNA ESPECIALIZACION					
	RECURSOS HUMANOS, FÍSICOS O MATERIALES, FINANCIEROS , TECNOLÓGICOS; DE CONOCIMIENTO E INFORMACIÓN					
23	SU EMPRESA CUENTA CON LOS RECURSOS HUMANOS SUFICIENTES					
24	SU EMPRESA CUENTA CON LOS RECURSOS MATERIALES QUE PERMITEN SU DESARROLLO					
25	UTILIZA RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA SUS VENTAS					
26	DISPONE DE INFORMACIÓN DE MERCADO PARA LA MEJORA O CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS					
CRECIMIENTO SOSTENIBLE						
27	SU EMPRESA HA DIVERSIFICADO SU PRODUCCIÓN A PARTIR DE LA ASESORÍA DE LA MUNICIPALIDAD					
28	HA ESTABLECIDO MEJORAS EN LA ADMINISTRACIÓN DE SU EMPRESA DE ACUERDO CON LA ORIENTACIÓN RECIBIDA POR PARTE DE LA MUNICIPALIDAD					
29	LAS VENTAS EN SU EMPRESA HAN CRECIDO					
30	LA CAPACIDAD FINANCIERA DE SU EMPRESA ES MAYOR					
31	SU EMPRESA TIENE LA CAPACIDAD DE COMPETIR CON ÉXITO FRENTE A OTRAS DE LA COMPETENCIA.					
32	TIENE NECESIDAD DE ESTABLECER NUEVOS PUNTOS DE VENTA					
33	TIENE PLANEADO CONTRATAR PERSONAL ESPECIALIZADO.					



TABLAS DESCRIPTIVAS

Variable servicios empresariales

	Muy malo		Malo		Regular		Bueno		Muy bueno	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.-La municipalidad otorga líneas de crédito para las Mymes	158	93.5%	8	4.7%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
2.-La Municipalidad ofrece la posibilidad de avalar los créditos solicitados por los empresarios locales	158	93.5%	8	4.7%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
3.-La Municipalidad subvenciona inversiones para los empresarios locales	158	93.5%	8	4.7%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
4.-Los empresarios pueden acogerse a los convenios con bancos y financieras que gestiona la municipalidad	158	93.5%	8	4.7%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
5.- La municipalidad gestiona fondos para la inversión de los empresarios locales	158	93.5%	8	4.7%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
6.-La Municipalidad investiga las necesidades de capacitación de los empresarios locales	67	39.6%	0	0.0%	3	1.8%	99	58.6%	0	0.0%
7.-Se organizan cursos de capacitación	65	38.5%	0	0.0%	3	1.8%	101	59.8%	0	0.0%
8.-La municipalidad brinda servicios de asesoría en tecnología para los empresarios locales.	65	38.5%	0	0.0%	94	55.6%	10	5.9%	0	0.0%
9.-La municipalidad gestiona alianzas estrategias en beneficio de los empresarios locales	65	38.5%	91	53.8%	5	3.0%	8	4.7%	0	0.0%
10.-La municipalidad fomenta la organización de ferias y eventos de promoción para los empresarios locales	65	38.5%	0	0.0%	3	1.8%	8	4.7%	93	55.0%
11.-La Municipalidad promueve la diversificación de productos o servicios ofrecidos por los empresarios locales	67	39.6%	8	4.7%	3	1.8%	0	0.0%	91	53.8%
12.-Los empresarios locales reciben apoyo para la adquisición de activos.	67	39.6%	99	58.6%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
13.-La municipalidad promueve los productos de iniciativa local en redes internacionales	67	39.6%	99	58.6%	3	1.8%	0	0.0%	0	0.0%
14- La Municipalidad promociona los productos de iniciativa local en redes nacionales	67	39.6%	91	53.8%	3	1.8%	8	4.7%	0	0.0%
15.-La municipalidad auspicia la producción local mediante la difusión en medios virtuales	67	39.6%	0	0.0%	3	1.8%	8	4.7%	91	53.8%
16.- Los empresarios locales son favorecidos con el apoyo que le brinda la municipalidad	67	39.6%	0	0.0%	3	1.8%	99	58.6%	0	0.0%



Variable desarrollo empresarial

	Muy inadecuado		Inadecuado		Regular		Adecuado		Muy adecuado	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
17. Ha conseguido la organización racional en el uso de materias primas a partir del apoyo que recibe de la municipalidad	64	37.9%	6	3.6%	0	0.0%	8	4.7%	91	53.8%
18.-Ha conseguido usar en forma racional el agua y suministros de energía después de la orientación brindada por la municipalidad	67	39.6%	3	1.8%	0	0.0%	8	4.7%	91	53.8%
19.-El volumen de residuos tóxicos y desperdicios ha disminuido con las capacitaciones de la municipalidad	67	39.6%	3	1.8%	0	0.0%	8	4.7%	91	53.8%
20.-Ha logrado utilizar los créditos en forma más favorable para su empresa	67	39.6%	3	1.8%	0	0.0%	8	4.7%	91	53.8%
21.-Recicla los materiales sobrantes permanentemente	21	12.4%	3	1.8%	2	1.2%	52	30.8%	91	53.8%
22.-El personal que trabaja con Ud. es calificado	58	34.3%	6	3.6%	2	1.2%	103	60.9%	0	0.0%
23.-Su empresa cuenta con los recursos humanos suficientes	8	4.7%	42	24.9%	0	0.0%	12	7.1%	107	63.3%
24.-Su empresa cuenta con los recursos materiales que permiten su desarrollo	8	4.7%	0	0.0%	0	0.0%	54	32.0%	107	63.3%
25.-Utiliza recursos tecnológicos para sus ventas	8	4.7%	42	24.9%	4	2.4%	99	58.6%	16	9.5%
26.-Dispone de información para la creación de nuevos productos o servicios	46	27.2%	10	5.9%	0	0.0%	97	57.4%	16	9.5%
27.- Su empresa ha diversificado su producción a partir de la asesoría de la municipalidad	55	32.5%	12	7.1%	0	0.0%	94	55.6%	8	4.7%
28.- Ha establecido mejoras en la administración de su empresa de acuerdo con la orientación recibida por parte de la municipalidad	57	33.7%	5	3.0%	0	0.0%	97	57.4%	10	5.9%
29Las ventas en su empresa han crecido	51	30.2%	2	1.2%	2	1.2%	13	7.7%	101	59.8%
30.- la capacidad financiera de su empresa es mayor	8	4.7%	2	1.2%	3	1.8%	55	32.5%	101	59.8%
31.-Su empresa tiene la capacidad de competir con éxito frente a otras de la competencia.	5	3.0%	2	1.2%	4	2.4%	57	33.7%	101	59.8%
32.- Tiene necesidad de establecer nuevos puntos de venta	2	1.2%	2	1.2%	7	4.1%	148	87.6%	10	5.9%
33.-Tiene planeado contratar personal especializado.	2	1.2%	5	3.0%	4	2.4%	148	87.6%	10	5.9%