

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ECONOMIA



T E S I S

**Planeamiento estratégico y desarrollo empresarial de las MYPES en el
distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025**

Para optar el título profesional de:
Economista

Autores:

Bach. David Cristian MERLO MONAGO

Bach. Ruth Sara VITOR RIOS

Asesor:

Mg. Percy Fredi HERRERA PINEDA

Cerro de Pasco – Perú – 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ECONOMIA



T E S I S

**Planeamiento estratégico y desarrollo empresarial de las MYPES en el
distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Ángel TORRES VÁSQUEZ
PRESIDENTE

Dr. Oscar LÓPEZ GUTIERREZ
MIEMBRO

Dr. Esteban LAVADO VÁSQUEZ
MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias Económicas y Contables
Unidad de Investigación

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 16-2026-UNDAC-UI-FACEC

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con el software antiplagio Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por
VITOR RIOS RUTH SARA

MERLO MONAGO DAVID CRISTIAN

Escuela Profesional
Economía

Tipo de trabajo
Tesis

Titulado
Planeamiento estratégico y desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025

Asesor:
Mg. Percy Fredi HERRERA PINEDA

Índice de similitud
8%

Calificativo
APROBADO

Se adjunta al presente el reporte de evaluación del software antiplagio

Cerro de Pasco, 13 de Julio del 2026



Firmado digitalmente por PAREDES
HUERE Marino Teofilo FAL
2023.08.03 10:00 a.m.
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 13.07.2026 10:00:00 -05:00

Documento firmado por
MARINO TEOFILO PAREDES HUERE
Jefe
Unidad de Investigación
Ciencias Económicas y Contables

2021303031-1

1851303050-2

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo de investigación a nuestros queridos padres, por su amor incondicional, sacrificio constante y apoyo permanente a lo largo de nuestra formación profesional. Gracias por ser nuestra fuente de inspiración, fortaleza y motivación para alcanzar nuestras metas. Este logro es también el reflejo de sus esfuerzos, enseñanzas y confianza depositada en nosotros.

Dedicamos este trabajo de investigación a los docentes de la Escuela Profesional de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, por compartir generosamente sus conocimientos, experiencias y valores durante nuestra formación académica. Su orientación, compromiso y vocación de enseñanza han contribuido significativamente a nuestro crecimiento profesional y personal. A ellos, nuestro profundo reconocimiento y gratitud.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro más profundo agradecimiento a Dios, por brindarnos la vida, la salud, la fortaleza y la sabiduría necesarias para culminar con éxito esta investigación. Su guía constante nos permitió superar los desafíos presentados durante nuestra formación académica y alcanzar una de nuestras metas profesionales más importantes.

Nuestro sincero reconocimiento a nuestros queridos padres, por su amor incondicional, esfuerzo, sacrificio y apoyo permanente a lo largo de nuestra vida y formación universitaria. Gracias por inculcarnos valores, principios y perseverancia, los cuales han sido fundamentales para alcanzar nuestros objetivos y hacer posible la culminación de este trabajo de investigación.

Expresamos nuestro especial agradecimiento al Mg. Percy Fredi Herrera Pineda, asesor de la presente investigación, por su valiosa orientación académica, dedicación, experiencia profesional y constante apoyo durante el desarrollo de este estudio. Sus conocimientos, observaciones y recomendaciones fueron fundamentales para fortalecer la calidad científica de la investigación y lograr la culminación satisfactoria de este trabajo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. La investigación fue de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, método hipotético-deductivo, diseño no experimental, nivel correlacional y de corte transversal. La población estuvo conformada por 384 micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de Yanahuanca, según información del INEI – Censos Nacionales 2017: XII de Población y VII de Vivienda, de las cuales se seleccionó una muestra probabilística de 192 MYPES. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario estructurado con escala tipo Likert, cuya confiabilidad fue determinada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0.914, considerado excelente. Para la contrastación de las hipótesis se empleó el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

Los resultados de la hipótesis general evidenciaron una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial, obteniéndose un coeficiente de $\rho = 0.710$ y un nivel de significancia de $p = 0.000$, valor inferior a 0.05. Estos resultados demuestran que las MYPES que desarrollan prácticas relacionadas con el direccionamiento estratégico, análisis estratégico, formulación estratégica e implementación y control estratégico presentan mayores niveles de crecimiento económico, competitividad empresarial, gestión organizacional y sostenibilidad empresarial. En consecuencia, se aceptó la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula, concluyéndose que el planeamiento estratégico constituye un factor fundamental para fortalecer el desarrollo empresarial de las MYPES del distrito de Yanahuanca.

Palabras clave: planeamiento estratégico, desarrollo empresarial, crecimiento económico, competitividad empresarial, gestión organizacional, sostenibilidad empresarial, MYPES.

ABSTRACT

The overall objective of this study was to determine the relationship between strategic planning and business development among micro and small enterprises (MSEs) in the district of Yanahuanca, Pasco, by 2025. This was an applied study with a quantitative approach, using a hypothetical-deductive method, a non-experimental design, and a cross-sectional, correlational framework. The population consisted of 384 micro and small enterprises (MSEs) in the district of Yanahuanca, according to information from the INEI – 2017 National Censuses: XII Population Census and VII Housing Census, from which a probabilistic sample of 192 MSEs was selected. Data collection utilized a survey technique, employing a structured questionnaire with a Likert-type scale. The questionnaire's reliability was determined using Cronbach's alpha coefficient, yielding a value of 0.914, considered excellent. Spearman's Rho correlation coefficient was used to test the hypotheses.

Testing the general hypothesis revealed a strong and statistically significant positive correlation between strategic planning and business development, with a correlation coefficient of $\rho = 0.710$ and a significance level of $p = 0.000$, which is less than 0.05. These results demonstrate that MSMEs that engage in practices related to strategic direction, strategic analysis, strategic formulation, and strategic implementation and control exhibit higher levels of economic growth, business competitiveness, organizational management, and business sustainability. Consequently, the alternative hypothesis was accepted and the null hypothesis was rejected, concluding that strategic planning constitutes a fundamental factor in strengthening the business development of MSMEs in the district of Yanahuanca.

Keywords: strategic planning, business development, economic growth, business competitiveness, organizational management, business sustainability, MSMEs.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: Planeamiento estratégico y desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025, el estudio se desarrolló según las normas de grados y títulos de la universidad.

En un contexto económico caracterizado por constantes cambios, avances tecnológicos y una creciente competencia en los mercados, las micro y pequeñas empresas (MYPES) desempeñan un papel fundamental en la generación de empleo, dinamización de la economía local y mejora de las condiciones de vida de la población. Sin embargo, muchas de estas organizaciones enfrentan dificultades relacionadas con la limitada planificación de sus actividades, la gestión empírica de sus recursos y la escasa capacidad para adaptarse a las exigencias del entorno empresarial. Esta situación afecta directamente sus posibilidades de crecimiento, competitividad, sostenibilidad y permanencia en el mercado.

El planeamiento estratégico constituye una herramienta de gestión que permite a las organizaciones definir su rumbo, establecer objetivos, identificar oportunidades y amenazas, formular estrategias adecuadas y evaluar permanentemente los resultados obtenidos. A través de un adecuado direccionamiento estratégico, análisis estratégico, formulación estratégica e implementación y control estratégico, las empresas pueden optimizar el uso de sus recursos, mejorar la toma de decisiones y fortalecer su desempeño organizacional. En ese sentido, el planeamiento estratégico se ha convertido en un elemento indispensable para garantizar la eficiencia y sostenibilidad de las organizaciones en entornos altamente competitivos.

Por otro lado, el desarrollo empresarial representa un proceso integral mediante el cual las empresas fortalecen sus capacidades organizacionales, incrementan su productividad y mejoran su posición competitiva en el mercado. Este desarrollo se manifiesta a través del crecimiento económico, la competitividad empresarial, la gestión organizacional y la

sostenibilidad y proyección empresarial, aspectos que permiten a las MYPES consolidarse, generar valor y contribuir al desarrollo económico de su localidad.

En el distrito de Yanahuanca, provincia Daniel Alcides Carrión, región Pasco, las MYPES constituyen una de las principales fuentes de actividad económica y generación de ingresos para la población. No obstante, gran parte de estos negocios desarrolla sus actividades bajo esquemas de gestión tradicional, con escasa planificación estratégica, limitando sus posibilidades de crecimiento y expansión. Esta realidad evidencia la necesidad de analizar la relación existente entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial, con el propósito de generar información que contribuya al fortalecimiento de las capacidades de gestión de las MYPES y a la mejora de su desempeño empresarial.

En este contexto, la presente investigación se planteó como objetivo general determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Para ello, se evaluó la relación del planeamiento estratégico con cada una de las dimensiones del desarrollo empresarial: crecimiento económico, competitividad empresarial, gestión organizacional y sostenibilidad y proyección empresarial.

Metodológicamente, la investigación corresponde al enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, método hipotético-deductivo, diseño no experimental, nivel correlacional y corte transversal. La población estuvo conformada por 384 MYPES del distrito de Yanahuanca y la muestra por 192 unidades empresariales seleccionadas mediante muestreo probabilístico. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario estructurado con escala tipo Likert, cuya confiabilidad fue validada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach.

El estudio se encuentra estructurado en cinco capítulos. El Capítulo I comprende el planteamiento del problema, formulación de objetivos, hipótesis, justificación y delimitaciones de la investigación. El Capítulo II desarrolla los antecedentes de estudio, las bases teóricas y el

marco conceptual de las variables investigadas. El Capítulo III presenta la metodología utilizada, incluyendo el diseño de investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos. El Capítulo IV expone los resultados obtenidos, su análisis, interpretación y discusión. Finalmente, presenta las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

INDICE

Pagina.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

INDICE

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	4
1.3.	Formulación del problema	6
1.3.1.	Problema general	6
1.3.2.	Problemas Específicos	6
1.4.	Formulación de objetivos.....	6
1.4.1.	Objetivo general.....	6
1.4.2.	Objetivos específicos	7
1.5.	Justificación de la investigación	7
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	11

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1.	Antecedentes de estudio.....	13
------	------------------------------	----

2.2.	Bases teóricas – científicas	18
2.2.1.	Planeamiento Estratégico.....	18
2.2.2.	Desarrollo Empresarial	23
2.3.	Definición de términos básicos	27
2.4.	Formulación de hipótesis	29
2.4.1.	Hipótesis general.....	29
2.4.2.	Hipótesis específicas	29
2.5.	Identificación de variables	30
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores	30

CAPITULO III

METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACION

3.1.	Tipo de investigación	31
3.2.	Nivel de investigación.....	31
3.3.	Métodos de investigación	32
3.4.	Diseño de investigación	32
3.5.	Población y muestra.....	33
3.5.1.	Población.....	33
3.5.2.	Muestra	33
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.7.	Selección y validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	35
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	36
3.9.	Tratamiento estadístico	36
3.10.	Orientación ética filosófica y epistémica	37

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1.	Descripción del trabajo de campo.....	38
4.2.	Presentación, análisis e interpretación de resultados	39
4.3.	Prueba de hipótesis	77
4.4.	Discusión de resultados.....	83

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

	Pagina.
Tabla 1 Variables e Indicadores.....	30
Tabla 2 ¿Su negocio tiene una misión definida que oriente sus actividades?	40
Tabla 3 ¿Su negocio cuenta con una visión clara sobre lo que desea lograr en el futuro?	41
Tabla 4 ¿En su negocio se han establecido valores que orienten la atención al cliente y el trabajo diario?	42
Tabla 5 ¿Su negocio tiene objetivos claros para el presente año?.....	43
Tabla 6 ¿Usted identifica las principales fortalezas de su negocio frente a la competencia? .	44
Tabla 7 ¿Reconoce las debilidades o limitaciones que tiene su negocio?.....	45
Tabla 8 ¿Analiza las oportunidades del mercado para mejorar o ampliar su negocio?	47
Tabla 9 ¿Considera los riesgos externos que pueden afectar el funcionamiento de su negocio?	48
Tabla 10 ¿Su negocio define estrategias para aumentar sus ventas?	49
Tabla 11 ¿Cuenta con planes para mejorar la atención, organización o servicios de su negocio?	50
Tabla 12 ¿Planifica con anticipación el uso del dinero, productos o materiales del negocio?.	51
Tabla 13 ¿Las decisiones importantes del negocio se toman con planificación y no de manera improvisada?.....	53
Tabla 14 ¿Pone en práctica las acciones que planifica para mejorar su negocio?	54
Tabla 15 ¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones que aplica en su negocio? ...	55
Tabla 16 ¿Evalúa si su negocio está cumpliendo los objetivos propuestos?.....	56
Tabla 17 ¿Realiza cambios o correcciones cuando algo no funciona como esperaba en su negocio?	57

Tabla 18 ¿Considera que las ventas de su negocio han mejorado en el último año?	58
Tabla 19 ¿Las ganancias de su negocio han aumentado en el último año?.....	60
Tabla 20 ¿Su negocio ha podido reinvertir en mercadería, equipos o mejoras recientemente?	61
Tabla 21 ¿Su negocio mantiene estabilidad económica para continuar operando normalmente?	62
Tabla 22 ¿Considera que su negocio compite favorablemente frente a otros negocios similares?	63
Tabla 23 ¿La calidad del servicio que brinda ayuda a diferenciar su negocio de otros?	64
Tabla 24 ¿Percibe que sus clientes están satisfechos con la atención y los productos que ofrece?	66
Tabla 25 ¿Su negocio se adapta con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes?	67
Tabla 26 ¿Las actividades dentro de su negocio están organizadas de manera adecuada?.....	68
Tabla 27 ¿Lleva control de compras, ventas y movimiento de productos en su negocio?	69
Tabla 28 ¿Las funciones o responsabilidades dentro de su negocio están claramente definidas?	70
Tabla 29 ¿Su negocio resuelve de manera oportuna los problemas que se presentan en sus actividades diarias?	71
Tabla 30 ¿Considera que su negocio tiene posibilidades de mantenerse en el mercado en los próximos años?	73
Tabla 31 ¿Tiene planes de ampliar su negocio en tamaño, productos o servicios?	74
Tabla 32 ¿Su negocio incorpora nuevas ideas o formas de venta para seguir creciendo?	75
Tabla 33 ¿Considera que su negocio tiene buenas perspectivas de crecimiento a futuro?	76
Tabla 34 Correlaciones del Planeamiento Estratégico y el Desarrollo Empresarial	77

Tabla 35 Correlaciones del Planeamiento Estratégico y el Crecimiento Económico	79
Tabla 36 Correlaciones del Planeamiento Estratégico y la Competitividad Empresarial	80
Tabla 37 Correlaciones del Planeamiento Estratégico y la Gestión Organizacional	81
Tabla 38 Correlaciones del Planeamiento Estratégico y la Sostenibilidad y Proyección Empresarial	82

INDICE DE FIGURAS

	Pagina.
Figura 1 ¿Su negocio tiene una misión definida que oriente sus actividades?	41
Figura 2 ¿Su negocio cuenta con una visión clara sobre lo que desea lograr en el futuro?....	42
Figura 3 ¿En su negocio se han establecido valores que orienten la atención al cliente y el trabajo diario?	43
Figura 4 ¿Su negocio tiene objetivos claros para el presente año?.....	44
Figura 5 ¿Usted identifica las principales fortalezas de su negocio frente a la competencia?	45
Figura 6 ¿Reconoce las debilidades o limitaciones que tiene su negocio?.....	46
Figura 7 ¿Analiza las oportunidades del mercado para mejorar o ampliar su negocio?	47
Figura 8 ¿Considera los riesgos externos que pueden afectar el funcionamiento de su negocio?	48
Figura 9 ¿Su negocio define estrategias para aumentar sus ventas?.....	49
Figura 10 ¿Cuenta con planes para mejorar la atención, organización o servicios de su negocio?.....	50
Figura 11 ¿Planifica con anticipación el uso del dinero, productos o materiales del negocio?	52
Figura 12 ¿Las decisiones importantes del negocio se toman con planificación y no de manera improvisada?.....	53
Figura 13 ¿Pone en práctica las acciones que planifica para mejorar su negocio?	54
Figura 14 ¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones que aplica en su negocio? .	55
Figura 15 ¿Evalúa si su negocio está cumpliendo los objetivos propuestos?.....	56
Figura 16 ¿Realiza cambios o correcciones cuando algo no funciona como esperaba en su negocio?.....	57
Figura 17 ¿Considera que las ventas de su negocio han mejorado en el último año?	59

Figura 18 ¿Las ganancias de su negocio han aumentado en el último año?.....	60
Figura 19 ¿Su negocio ha podido reinvertir en mercadería, equipos o mejoras recientemente?	61
Figura 20 ¿Su negocio mantiene estabilidad económica para continuar operando normalmente?	62
Figura 21 ¿Considera que su negocio compite favorablemente frente a otros negocios similares?	63
Figura 22 ¿La calidad del servicio que brinda ayuda a diferenciar su negocio de otros?	65
Figura 23 ¿Percibe que sus clientes están satisfechos con la atención y los productos que ofrece?.....	66
Figura 24 ¿Su negocio se adapta con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes?	67
Figura 25 ¿Las actividades dentro de su negocio están organizadas de manera adecuada?...68	
Figura 26 ¿Lleva control de compras, ventas y movimiento de productos en su negocio?....69	
Figura 27 ¿Las funciones o responsabilidades dentro de su negocio están claramente definidas?	70
Figura 28 ¿Su negocio resuelve de manera oportuna los problemas que se presentan en sus actividades diarias?	72
Figura 29 ¿Considera que su negocio tiene posibilidades de mantenerse en el mercado en los próximos años?	73
Figura 30 ¿Tiene planes de ampliar su negocio en tamaño, productos o servicios?	74
Figura 31 ¿Su negocio incorpora nuevas ideas o formas de venta para seguir creciendo?	75
Figura 32 ¿Considera que su negocio tiene buenas perspectivas de crecimiento a futuro? ...	76

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

A nivel internacional

En el contexto internacional, las micro y pequeñas empresas (MYPES) representan un componente fundamental en la estructura económica de los países, debido a su contribución al empleo, la generación de ingresos y el desarrollo económico. Sin embargo, a pesar de su importancia, una gran proporción de estas empresas enfrenta dificultades relacionadas con la gestión empresarial, especialmente en lo que respecta al planeamiento estratégico.

A nivel mundial, muchas MYPES operan sin una adecuada planificación estratégica, lo que limita su capacidad para definir objetivos claros, anticiparse a los cambios del entorno y tomar decisiones eficientes. Esta situación se traduce en bajos niveles de competitividad, escaso crecimiento empresarial y alta tasa de mortalidad empresarial en los primeros años de funcionamiento.

Diversos estudios internacionales han evidenciado que la ausencia de herramientas de planeamiento estratégico, como el análisis FODA, la formulación de

misión y visión, y la definición de estrategias, afecta negativamente el desempeño empresarial de las MYPES. Asimismo, se ha identificado que la falta de capacitación en gestión empresarial y la informalidad son factores que agravan esta problemática.

Por otro lado, en economías en desarrollo, las MYPES enfrentan mayores limitaciones debido al acceso restringido a financiamiento, tecnología y asesoría empresarial, lo que dificulta la implementación de estrategias que les permitan sostenerse y crecer en el mercado. En este contexto, el planeamiento estratégico se convierte en una herramienta clave para mejorar la gestión organizacional, incrementar la competitividad y asegurar la sostenibilidad empresarial.

En consecuencia, la problemática del limitado uso del planeamiento estratégico en las MYPES no solo es una realidad local, sino también una situación recurrente a nivel internacional, lo que evidencia la necesidad de promover su aplicación como un factor determinante en el desarrollo empresarial.

A nivel nacional

En el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) constituyen el principal motor de la economía, representando más del 95% del total de unidades empresariales y generando una gran parte del empleo en el país. Sin embargo, a pesar de su relevancia económica, la mayoría de estas empresas presenta serias limitaciones en su gestión empresarial, especialmente en el uso del planeamiento estratégico.

Una de las principales problemáticas a nivel nacional es que muchas MYPES operan de manera empírica, sin una adecuada planificación que les permita establecer objetivos claros, diseñar estrategias y evaluar su desempeño. Esta situación conlleva a una baja productividad, limitada capacidad de crecimiento y dificultades para mantenerse en el mercado.

Asimismo, el alto nivel de informalidad empresarial en el Perú dificulta la implementación de herramientas de gestión estratégica, ya que muchas empresas no cuentan con conocimientos técnicos ni acceso a capacitación especializada. Esto repercute directamente en su competitividad y sostenibilidad.

En este contexto, el planeamiento estratégico se presenta como una herramienta fundamental para mejorar la gestión empresarial de las MYPES, permitiéndoles optimizar sus recursos, adaptarse a los cambios del entorno y fortalecer su desarrollo empresarial.

A Nivel Regional (Pasco)

En la región Pasco, la situación de las MYPES refleja las mismas dificultades observadas a nivel nacional, pero con mayores limitaciones debido a factores geográficos, económicos y sociales propios de la zona.

Las MYPES en Pasco, en su mayoría, se desarrollan en sectores como el comercio, la agricultura y los servicios, caracterizándose por su bajo nivel de formalización y limitada aplicación de herramientas de gestión empresarial. Muchas de estas empresas no cuentan con un planeamiento estratégico definido, lo que afecta su capacidad para crecer y competir en el mercado.

Además, existen restricciones en el acceso a financiamiento, tecnología y capacitación empresarial, lo que dificulta la implementación de estrategias que permitan mejorar su desempeño. La falta de planificación también se traduce en decisiones improvisadas, escasa organización interna y dificultades para enfrentar los cambios del entorno económico.

En consecuencia, la ausencia de una cultura de planeamiento estratégico en las MYPES de la región Pasco limita su desarrollo empresarial, afectando su sostenibilidad y contribución al crecimiento económico regional.

A Nivel Local (Yanahuanca)

En el distrito de Yanahuanca, provincia Daniel Alcides Carrión, la realidad de las MYPES evidencia una problemática aún más marcada en relación al planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial.

Las MYPES del distrito, principalmente dedicadas al comercio y servicios, suelen operar de manera empírica, sin una planificación formal que oriente sus actividades. En muchos casos, los empresarios no cuentan con conocimientos sobre herramientas de gestión como la formulación de misión, visión, análisis FODA o definición de estrategias.

Esta situación genera múltiples dificultades, tales como la falta de organización interna, bajo nivel de competitividad, escaso crecimiento económico y limitada proyección empresarial. Asimismo, la toma de decisiones se realiza de manera improvisada, lo que afecta la eficiencia y sostenibilidad de los negocios.

Adicionalmente, factores como el limitado acceso a capacitación, asesoría empresarial y recursos tecnológicos agravan esta problemática en el ámbito local. Como resultado, muchas MYPES enfrentan dificultades para mantenerse en el mercado y lograr un desarrollo empresarial sostenible.

En este contexto, resulta necesario analizar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, con el fin de identificar estrategias que contribuyan a mejorar su gestión y fortalecer su crecimiento.

1.2. Delimitación de la investigación

Delimitación Espacial

La presente investigación se desarrolló en el distrito de Yanahuanca, ubicado en la provincia Daniel Alcides Carrión, región Pasco, en el Perú. El estudio estuvo

enfocado en las micro y pequeñas empresas (MYPES) que operan dentro de dicha jurisdicción, considerando principalmente aquellas que desarrollan actividades comerciales, de servicios y productivas en el ámbito urbano del distrito.

Asimismo, la investigación abarcó a los propietarios o responsables de las MYPES del distrito de Yanahuanca, quienes constituyen la unidad de análisis, debido a que son los encargados de la toma de decisiones y gestión empresarial.

La delimitación espacial permite centrar el estudio en un contexto geográfico específico, caracterizado por su economía local basada en pequeñas unidades empresariales, lo que facilita el análisis del planeamiento estratégico y su relación con el desarrollo empresarial en dicho entorno.

Delimitación Temporal

La presente investigación se desarrolló en referencia al año 2025, periodo en el cual se recolectó la información necesaria para analizar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco.

Asimismo, el estudio consideró información actual correspondiente a dicho año, con el propósito de reflejar la situación reciente de las MYPES en cuanto a su gestión estratégica y desempeño empresarial.

Delimitación Social

La presente investigación estuvo dirigida a los propietarios, administradores o responsables de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de Yanahuanca, provincia Daniel Alcides Carrión, región Pasco.

En ese sentido, la unidad de análisis estará conformada por los empresarios de dichas MYPES, quienes participan activamente en la gestión y toma de decisiones dentro de sus negocios.

Asimismo, el estudio consideró a las MYPES que desarrollan actividades económicas en los sectores de comercio, servicios y producción, debido a su relevancia en la economía local del distrito.

Esta delimitación permite enfocar la investigación en un grupo social específico, cuyas características y prácticas empresariales son fundamentales para analizar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona en el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025?

1.3.2. Problemas Específicos

¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025?

¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025?

¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025?

¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

1.4.2. Objetivos específicos

Evaluar la relación entre el planeamiento estratégico y el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Determinar la relación entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Verificar la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Analizar la relación entre el planeamiento estratégico y la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

1.5. Justificación de la investigación

Justificación Teórica

El planeamiento estratégico constituye una herramienta fundamental para la gestión empresarial, ya que permite a las organizaciones definir su rumbo, establecer objetivos y diseñar estrategias orientadas al logro de resultados sostenibles. En el caso de las micro y pequeñas empresas (MYPES), su aplicación es aún más relevante debido a las limitaciones de recursos y la necesidad de optimizar su gestión.

Según Fred R. David, el planeamiento estratégico implica la formulación, implementación y evaluación de decisiones que permiten a una organización alcanzar sus objetivos a largo plazo, integrando aspectos internos y externos del entorno empresarial (David, 2021, p. 5).

Asimismo, el planeamiento estratégico facilita la identificación de oportunidades y amenazas del entorno, así como de fortalezas y debilidades internas, contribuyendo a una mejor toma de decisiones. En este sentido, Richard L. Daft sostiene que las organizaciones que aplican estrategias bien definidas logran adaptarse con mayor eficacia a los cambios del entorno competitivo (Daft, 2022, p. 212).

Por tanto, el planeamiento estratégico no solo orienta el accionar empresarial, sino que también se convierte en un elemento clave para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las MYPES, especialmente en contextos locales donde predomina la gestión empírica.

El desarrollo empresarial hace referencia al crecimiento, fortalecimiento y sostenibilidad de una organización en el tiempo, considerando aspectos económicos, organizacionales y competitivos. En el caso de las MYPES, el desarrollo empresarial es esencial para su permanencia en el mercado y su contribución al crecimiento económico local.

De acuerdo con Peter F. Drucker, el desarrollo empresarial implica la capacidad de una organización para innovar, adaptarse y generar valor en un entorno cambiante, lo que permite asegurar su continuidad y crecimiento (Drucker, 2021, p. 98).

Asimismo, el desarrollo empresarial está estrechamente vinculado con la mejora de la gestión organizacional, el incremento de la productividad y la capacidad competitiva. En este sentido, Michael E. Porter señala que las empresas que fortalecen sus capacidades internas y estrategias logran ventajas competitivas sostenibles en el mercado (Porter, 2021, p. 45).

En consecuencia, el desarrollo empresarial de las MYPES depende en gran medida de la implementación de prácticas de gestión adecuadas, entre las cuales destaca el planeamiento estratégico como un factor determinante para su crecimiento, competitividad y sostenibilidad.

Justificación Práctica

La presente investigación se justifica en el ámbito práctico debido a que permitió identificar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el distrito de Yanahuanca,

Pasco, con el propósito de generar información relevante que contribuya a mejorar su gestión empresarial.

En ese sentido, los resultados del estudio servirán como base para que los propietarios y administradores de las MYPES puedan reconocer la importancia de aplicar herramientas de planeamiento estratégico, tales como la definición de objetivos, el análisis del entorno y la formulación de estrategias, con la finalidad de optimizar el funcionamiento de sus negocios.

Asimismo, la investigación permitirá proponer recomendaciones orientadas a fortalecer la toma de decisiones, mejorar la organización interna y aumentar la competitividad de las MYPES, lo cual favorecerá su crecimiento económico y sostenibilidad en el mercado.

De igual manera, los hallazgos podrán ser utilizados por instituciones públicas y privadas, como municipalidades, programas de apoyo empresarial y entidades de capacitación, para diseñar estrategias y acciones que promuevan el desarrollo de las MYPES en el ámbito local.

Por lo tanto, la investigación no solo tendrá un aporte teórico, sino también un impacto práctico, al brindar alternativas de solución frente a la problemática identificada en el distrito de Yanahuanca.

Justificación Metodológica

La presente investigación se justifica metodológicamente debido a que propone el uso de un enfoque cuantitativo que permitió medir y analizar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco.

Asimismo, el estudio empleó un diseño no experimental de tipo correlacional, ya que no se manipularán las variables, sino que se observaron en su contexto natural

para determinar el grado de relación existente entre ellas. Este enfoque permitió obtener resultados objetivos y confiables basados en datos recolectados directamente de los sujetos de estudio.

Para la recolección de información, se utilizó la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de un cuestionario estructurado, elaborado a partir de la operacionalización de las variables. Dicho instrumento estuvo compuesto por ítems que permitieron medir las dimensiones e indicadores del planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial.

Además, el instrumento fue validado mediante la confiabilidad a través de métodos estadísticos, lo que garantizó la calidad de los datos obtenidos. Posteriormente, la información fue procesada y analizada mediante técnicas estadísticas, lo que permitió comprobar las hipótesis planteadas en la investigación.

En este sentido, la investigación aportó un instrumento válido y confiable que podrá ser utilizado en futuros estudios relacionados con la gestión empresarial de las MYPES, contribuyendo así al desarrollo de investigaciones en el ámbito académico.

Justificación Social

La presente investigación se justifica en el ámbito social debido a que las micro y pequeñas empresas (MYPES) cumplen un rol fundamental en la generación de empleo y en el desarrollo económico del distrito de Yanahuanca, Pasco. En ese sentido, el estudio busca contribuir al fortalecimiento de estas unidades empresariales mediante el análisis del planeamiento estratégico y su relación con el desarrollo empresarial.

Asimismo, al identificar las principales debilidades en la gestión de las MYPES, la investigación permitió generar recomendaciones orientadas a mejorar su organización, competitividad y sostenibilidad, lo cual repercutirá directamente en el bienestar de los propietarios, trabajadores y sus familias.

De igual manera, el fortalecimiento de las MYPES contribuirá a dinamizar la economía local, promoviendo mayores oportunidades de empleo, incremento de ingresos y mejora en la calidad de vida de la población del distrito de Yanahuanca.

Por otro lado, los resultados del estudio podrán servir como base para que las autoridades locales y entidades de apoyo empresarial implementen programas de capacitación y asesoramiento en planeamiento estratégico, beneficiando a la comunidad empresarial en general.

En consecuencia, la investigación tendrá un impacto social positivo, al contribuir al desarrollo económico y social del distrito, fortaleciendo el tejido empresarial y promoviendo una gestión más eficiente de las MYPES.

1.6. Limitaciones de la investigación

La presente investigación presenta algunas limitaciones, las cuales se detallan a continuación:

En primer lugar, se identifica una limitación relacionada con la disponibilidad de información, debido a que el registro que se está trabajando no es actualizado y exacto, ya que se tomó como referencia del INEI de los Censos Nacionales del 2017 el número de MYPES en el distrito de Yanahuanca, lo que dificulta la determinación precisa de la población de estudio.

En segundo lugar, se considera una limitación en el acceso a los informantes, ya que algunos propietarios o responsables de las MYPES mostraron poca disposición para brindar información o responder el cuestionario.

Asimismo, se presenta una limitación de tiempo, debido a que la investigación se desarrolló dentro de un periodo académico determinado, lo cual restringe la amplitud del estudio y la posibilidad de realizar un análisis más profundo o longitudinal.

De igual manera, se reconoce una limitación metodológica, dado que el estudio se basa en un enfoque cuantitativo y en la aplicación de encuestas, lo que implica que los resultados dependen de la veracidad y percepción de los encuestados.

Finalmente, se considera una limitación geográfica, ya que la investigación se circunscribe únicamente al distrito de Yanahuanca, por lo que los resultados no podrán generalizarse a otras regiones o contextos diferentes.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de estudio

Internacional

Flores, Vargas, Saavedra y Arellano (2024), en México, desarrollaron el estudio titulado “Efecto de la planeación estratégica en la competitividad de pymes lideradas por mujeres. Caso Hidalgo”, cuyo objetivo fue analizar la relación entre la planeación estratégica y la competitividad empresarial. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y correlacional, aplicándose a 27 pymes del sector restaurantero.

Los resultados, obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman, evidenciaron una correlación positiva alta entre las variables, con un valor de $\rho = 0.729$ y $p = 0.000$, lo que indica una relación significativa. Asimismo, se determinó que la implementación de estrategias es un factor clave en el fortalecimiento de la competitividad empresarial (Flores et al., 2024, p. 15).

Este antecedente es relevante para la presente investigación, ya que demuestra que el planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el desempeño empresarial en las pymes.

Perugachi Cruz, Suárez González y Bonilla Tomalá (2025), en Ecuador, realizaron el estudio denominado “Gestión estratégica y su relación con el desempeño organizacional de las Pymes ferreteras del cantón La Libertad”, con el objetivo de determinar la relación entre la gestión estratégica y el desempeño organizacional.

El estudio fue de tipo cuantitativo, con diseño no experimental y nivel correlacional, aplicándose a 76 pymes. Para el análisis de los datos se utilizó el coeficiente Rho de Spearman, obteniendo una correlación positiva moderada de $\rho = 0.562$, evidenciando una relación significativa entre las variables. Asimismo, se identificaron correlaciones altas en dimensiones como la dirección organizacional ($\rho = 0.897$) y la eficiencia operativa ($\rho = 0.847$) (Perugachi Cruz et al., 2025, p. 8).

Los autores concluyeron que una adecuada gestión estratégica contribuye significativamente al desarrollo y desempeño empresarial de las pymes.

Suárez González y Reyes Tomalá (2024), en Ecuador, desarrollaron el estudio “Plan de responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva en microempresas”, con el objetivo de analizar la relación entre la implementación de estrategias empresariales y la competitividad.

La investigación fue de enfoque cuantitativo, con diseño correlacional, utilizando encuestas aplicadas a microempresas. Los resultados, mediante el coeficiente Rho de Spearman, mostraron una correlación positiva alta de $\rho = 0.776$ con $p < 0.001$, lo que indica una relación significativa entre las variables (Suárez González & Reyes Tomalá, 2024, p. 12).

Este estudio demuestra que la aplicación de estrategias empresariales influye en el fortalecimiento de la competitividad, lo cual se vincula directamente con el desarrollo empresarial.

Nacional

Quispe Huamán (2023), en su investigación titulada “Planeamiento estratégico y gestión empresarial en las MYPES del sector comercial en Lima Metropolitana”, tuvo como objetivo determinar la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión empresarial. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel correlacional, aplicándose a 80 MYPES.

Los resultados, analizados mediante el coeficiente Rho de Spearman, evidenciaron una correlación positiva alta de $\rho = 0.712$ con $p = 0.000$, lo que indica una relación significativa entre las variables (Quispe Huamán, 2023, p. 64).

El autor concluyó que la adecuada aplicación del planeamiento estratégico mejora la gestión empresarial de las MYPES.

Ramos García (2022), en su estudio “Planeamiento estratégico y competitividad en las MYPES del sector servicios en Arequipa”, tuvo como propósito determinar la relación entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial. El estudio fue cuantitativo, correlacional y no experimental, con una muestra de 60 MYPES.

Los resultados obtenidos mediante el Rho de Spearman mostraron una correlación positiva significativa de $\rho = 0.685$ con $p = 0.000$, evidenciando que el planeamiento estratégico se relaciona directamente con la competitividad empresarial (Ramos García, 2022, p. 58).

Se concluyó que las MYPES que aplican estrategias formales logran mayor posicionamiento en el mercado.

Huamán Torres y Salazar Rojas (2024), en su investigación “Gestión estratégica y desarrollo empresarial en las MYPES del sector comercial en Trujillo”, tuvieron como objetivo analizar la relación entre la gestión estratégica y el desarrollo empresarial. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel correlacional, aplicándose a 75 MYPES.

Los resultados obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman evidenciaron una correlación positiva alta de $\rho = 0.743$ con $p = 0.000$, indicando una relación significativa entre las variables (Huamán Torres & Salazar Rojas, 2024, p. 71).

Los autores concluyeron que una adecuada gestión estratégica impulsa el crecimiento y sostenibilidad de las MYPES.

Cárdenas López (2021), en su estudio “Planeamiento estratégico y desempeño empresarial en las MYPES del sector comercial en Chiclayo”, tuvo como objetivo determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el desempeño empresarial. El estudio fue cuantitativo, correlacional y no experimental, con una muestra de 65 MYPES.

Los resultados, mediante el Rho de Spearman, mostraron una correlación positiva moderada de $\rho = 0.651$ con $p = 0.000$, evidenciando una relación significativa entre las variables (Cárdenas López, 2021, p. 52).

Se concluyó que el planeamiento estratégico contribuye a mejorar el desempeño empresarial de las MYPES.

Regional y/o Local

García Rojas (2023), en su investigación titulada “Planeamiento estratégico y desarrollo empresarial en las MYPES del distrito de Yanacancha, Pasco”, tuvo como objetivo determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo

empresarial. El estudio fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel correlacional, aplicándose a 70 MYPES.

Los resultados, obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman, evidenciaron una correlación positiva alta de $\rho = 0.734$ con $p = 0.000$, lo que indica una relación significativa entre las variables (García Rojas, 2023, p. 62).

Se concluyó que la adecuada aplicación del planeamiento estratégico favorece el crecimiento y sostenibilidad de las MYPES en la región Pasco.

López Mendoza (2022), en su estudio “Gestión estratégica y competitividad en las MYPES del sector comercial en Cerro de Pasco”, tuvo como propósito analizar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad empresarial. La investigación fue cuantitativa, correlacional y no experimental, con una muestra de 65 MYPES.

Los resultados mediante el Rho de Spearman mostraron una correlación positiva significativa de $\rho = 0.689$ con $p = 0.000$, evidenciando que la gestión estratégica se relaciona con la competitividad empresarial (López Mendoza, 2022, p. 55).

Se concluyó que la aplicación de estrategias mejora el posicionamiento y desempeño de las MYPES.

Torres Paredes (2024), en su investigación “Planeamiento estratégico y desempeño empresarial en las MYPES del distrito de Huayllay, Pasco”, tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables. El estudio fue de tipo cuantitativo, con diseño no experimental y nivel correlacional, aplicándose a 60 MYPES.

Los resultados, obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman, evidenciaron una correlación positiva moderada de $\rho = 0.658$ con $p = 0.000$, indicando una relación significativa (Torres Paredes, 2024, p. 68).

El estudio concluyó que el planeamiento estratégico influye positivamente en el desempeño empresarial de las MYPES.

Mendoza Quispe (2021), en su estudio “Gestión estratégica y desarrollo empresarial en las MYPES del distrito de Chaupimarca, Pasco”, tuvo como objetivo analizar la relación entre la gestión estratégica y el desarrollo empresarial. La investigación fue cuantitativa, correlacional y no experimental, con una muestra de 55 MYPES.

Los resultados mediante el Rho de Spearman mostraron una correlación positiva de $\rho = 0.671$ con $p = 0.000$, evidenciando una relación significativa entre las variables (Mendoza Quispe, 2021, p. 49).

Se concluyó que la gestión estratégica contribuye al desarrollo empresarial de las MYPES en contextos locales.

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Planeamiento Estratégico

El planeamiento estratégico es un proceso fundamental en la gestión empresarial que permite a las organizaciones definir su dirección futura, establecer objetivos y diseñar estrategias para alcanzarlos. Este proceso implica el análisis del entorno interno y externo, así como la toma de decisiones orientadas al logro de ventajas competitivas sostenibles.

Según Fred R. David, el planeamiento estratégico consiste en la formulación, implementación y evaluación de decisiones que permiten a una organización alcanzar sus objetivos a largo plazo (David, 2021, p. 5). En este sentido, el planeamiento estratégico no solo orienta el rumbo de la empresa, sino que también permite anticiparse a los cambios del entorno.

Asimismo, Richard L. Daft señala que la planificación estratégica es un proceso que ayuda a las organizaciones a adaptarse a un entorno dinámico mediante la definición de metas y estrategias adecuadas (Daft, 2022, p. 210).

El planeamiento estratégico es de gran importancia para las MYPES, ya que les permite mejorar su organización, optimizar el uso de recursos y fortalecer su competitividad. En contextos donde predomina la gestión empírica, la aplicación de estrategias formales contribuye significativamente al desarrollo empresarial.

En este sentido, Michael E. Porter sostiene que las empresas que implementan estrategias bien definidas logran ventajas competitivas sostenibles en el mercado (Porter, 2021, p. 45).

Por su parte, Peter F. Drucker afirma que la planificación permite a las organizaciones identificar oportunidades de crecimiento y adaptarse a los cambios del entorno empresarial (Drucker, 2021, p. 98).

El planeamiento estratégico se compone de diversos elementos que permiten estructurar la gestión empresarial. Entre los principales se encuentran la misión, visión, valores, objetivos y estrategias.

Según Wheelen and Hunger, la misión define la razón de ser de la organización, mientras que la visión establece el futuro deseado, constituyendo la base para la formulación de estrategias (Wheelen & Hunger, 2022, p. 60).

Asimismo, los objetivos estratégicos permiten orientar las acciones de la empresa, mientras que las estrategias constituyen el conjunto de decisiones que facilitan el logro de dichos objetivos.

El proceso del planeamiento estratégico comprende diversas etapas, entre las cuales destacan el análisis del entorno, la formulación de estrategias, la implementación y el control.

En este sentido, Hill and Jones señalan que el proceso estratégico inicia con el análisis interno y externo de la organización, seguido de la formulación de estrategias, su implementación y evaluación continua (Hill & Jones, 2021, p. 12).

Este proceso permite a las empresas adaptarse a los cambios del entorno y mejorar su desempeño organizacional.

En el caso de las micro y pequeñas empresas, el planeamiento estratégico adquiere especial relevancia debido a las limitaciones de recursos y la necesidad de mejorar su competitividad. Muchas MYPES operan sin planificación formal, lo que afecta su crecimiento y sostenibilidad.

Según OECD, la adopción de prácticas de gestión estratégica en pequeñas empresas contribuye significativamente a mejorar su productividad y capacidad de adaptación al mercado (OECD, 2023, p. 34).

En este contexto, el planeamiento estratégico se convierte en una herramienta clave para fortalecer la gestión empresarial y promover el desarrollo sostenible de las MYPES.

Direccionamiento estratégico

El direccionamiento estratégico constituye la base del planeamiento estratégico, ya que define la orientación general de la organización mediante la formulación de la misión, visión, valores y objetivos institucionales. Este componente permite establecer el propósito y el rumbo que guiará las acciones empresariales en el corto, mediano y largo plazo.

Según Fred R. David, el direccionamiento estratégico implica la definición de la misión y visión organizacional, las cuales orientan las decisiones estratégicas y el comportamiento empresarial (David, 2021, p. 42).

Asimismo, Richard L. Daft señala que la visión organizacional permite proyectar el futuro deseado de la empresa, mientras que la misión establece su razón de ser en el mercado (Daft, 2022, p. 58).

Por su parte, Peter F. Drucker sostiene que las organizaciones que definen claramente sus objetivos estratégicos logran mayor coherencia en sus acciones y mejores resultados en su gestión (Drucker, 2021, p. 110).

Análisis estratégico

El análisis estratégico es una etapa fundamental del planeamiento estratégico, ya que permite evaluar el entorno interno y externo de la organización para identificar oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. Este análisis facilita la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias adecuadas.

Según Michael E. Porter, el análisis del entorno competitivo permite a las empresas comprender las fuerzas del mercado y desarrollar estrategias que les otorguen ventajas competitivas (Porter, 2021, p. 78).

Asimismo, Fred R. David señala que el análisis FODA es una herramienta clave para evaluar la situación interna y externa de la organización (David, 2021, p. 83).

Por otro lado, OECD indica que el análisis estratégico permite a las pequeñas empresas adaptarse a los cambios del entorno y mejorar su capacidad de respuesta ante la competencia (OECD, 2023, p. 40).

Formulación estratégica

La formulación estratégica consiste en el diseño de estrategias que permitan a la organización alcanzar sus objetivos, a partir del análisis previo del entorno y de sus capacidades internas. Esta etapa implica la selección de alternativas estratégicas y la definición de acciones concretas para el logro de metas.

Según Hill and Jones, la formulación estratégica implica la selección de estrategias corporativas, competitivas y funcionales que permitan a la empresa alcanzar ventajas sostenibles (Hill & Jones, 2021, p. 135).

Asimismo, Michael E. Porter sostiene que la formulación de estrategias competitivas permite a las empresas posicionarse en el mercado y diferenciarse de sus competidores (Porter, 2021, p. 95).

Por su parte, Richard L. Daft indica que la formulación estratégica implica la toma de decisiones orientadas a maximizar el desempeño organizacional (Daft, 2022, p. 215).

Implementación y control estratégico

La implementación y control estratégico constituyen la fase final del planeamiento estratégico, en la cual se ejecutan las estrategias formuladas y se evalúan los resultados obtenidos. Esta etapa es fundamental para asegurar el cumplimiento de los objetivos y realizar ajustes cuando sea necesario.

Según Fred R. David, la implementación estratégica implica poner en práctica las estrategias mediante la asignación de recursos y la ejecución de acciones planificadas (David, 2021, p. 150).

Asimismo, Hill and Jones señalan que el control estratégico permite evaluar el desempeño organizacional y garantizar que las estrategias se ejecuten de manera efectiva (Hill & Jones, 2021, p. 210).

Por otro lado, OECD indica que el monitoreo y control de las estrategias es clave para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de las empresas, especialmente en el caso de las MYPES (OECD, 2023, p. 52).

2.2.2. Desarrollo Empresarial

El desarrollo empresarial se refiere al proceso mediante el cual las organizaciones fortalecen sus capacidades, mejoran su desempeño y logran crecimiento sostenible en el tiempo. Este concepto abarca aspectos económicos, organizacionales y competitivos que permiten a las empresas mantenerse y expandirse en el mercado.

Según Hisrich, el desarrollo empresarial implica la capacidad de las empresas para innovar, adaptarse y generar valor en entornos cambiantes, fortaleciendo su posición en el mercado (Hisrich, 2021, p. 75).

Asimismo, Scarborough sostiene que el desarrollo empresarial está vinculado al crecimiento sostenido de las organizaciones a través de la mejora de sus procesos y estrategias (Scarborough, 2022, p. 112).

El desarrollo empresarial es fundamental para las MYPES, ya que les permite mejorar su competitividad, generar empleo y contribuir al crecimiento económico local. En contextos como el de las pequeñas empresas, el desarrollo empresarial es clave para asegurar su permanencia en el mercado.

En este sentido, World Bank señala que el fortalecimiento de las pequeñas empresas contribuye significativamente al desarrollo económico y a la reducción de la pobreza (World Bank, 2023, p. 21).

Por su parte, CEPAL indica que el desarrollo empresarial de las MYPES es un factor determinante para mejorar la productividad y competitividad en América Latina (CEPAL, 2022, p. 33).

El desarrollo empresarial depende de diversos factores, entre los cuales destacan la gestión organizacional, la innovación, el acceso a recursos y la capacidad de adaptación al entorno. Estos factores influyen directamente en el crecimiento y sostenibilidad de las empresas.

Según Barringer, las empresas que desarrollan capacidades de innovación y gestión eficiente logran un crecimiento más sostenido en el tiempo (Barringer, 2021, p. 98).

Asimismo, Ireland sostiene que el desarrollo empresarial está estrechamente relacionado con la capacidad de las organizaciones para aprovechar oportunidades y generar ventajas competitivas (Ireland, 2022, p. 140).

En el caso de las micro y pequeñas empresas, el desarrollo empresarial presenta características particulares debido a sus limitaciones de recursos, acceso a financiamiento y capacidades de gestión. Sin embargo, estas empresas tienen un gran potencial para contribuir al desarrollo económico local.

Según OECD, el fortalecimiento de las capacidades empresariales en las MYPES permite mejorar su productividad y sostenibilidad en el mercado (OECD, 2023, p. 60).

En este contexto, el desarrollo empresarial se convierte en un proceso clave para mejorar la calidad de vida de los empresarios y promover el crecimiento económico de las comunidades.

Crecimiento Económico

El crecimiento económico empresarial se refiere al incremento sostenido de las ventas, utilidades y capacidad de inversión de una empresa a lo largo del tiempo. Este crecimiento es un indicador clave del desarrollo empresarial, ya que refleja la capacidad de la organización para generar valor y expandirse en el mercado.

Según Scarborough, el crecimiento de las pequeñas empresas se evidencia en el aumento de ingresos, expansión de operaciones y mejora en la rentabilidad (Scarborough, 2022, p. 145).

Asimismo, World Bank señala que el crecimiento económico de las MYPES contribuye significativamente a la generación de empleo y al desarrollo económico local (World Bank, 2023, p. 28).

Por su parte, Barringer sostiene que las empresas que logran un crecimiento sostenido son aquellas que implementan estrategias orientadas a la innovación y eficiencia en sus procesos (Barringer, 2021, p. 102).

Competitividad empresarial

La competitividad empresarial se refiere a la capacidad de una empresa para posicionarse en el mercado, diferenciarse de sus competidores y satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficiente. Este aspecto es fundamental para el desarrollo empresarial, ya que permite a las organizaciones mantenerse y crecer en entornos competitivos.

Según Grant, la competitividad empresarial se basa en la capacidad de la organización para desarrollar ventajas competitivas sostenibles frente a sus competidores (Grant, 2021, p. 67).

Asimismo, CEPAL indica que la competitividad de las MYPES está vinculada a su capacidad de innovación, calidad de productos y adaptación al mercado (CEPAL, 2022, p. 40).

Por su parte, Ireland sostiene que la competitividad empresarial depende de la habilidad de las empresas para aprovechar oportunidades y responder a los cambios del entorno (Ireland, 2022, p. 152).

Gestión organizacional

La gestión organizacional se refiere al conjunto de procesos administrativos que permiten planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una empresa para

lograr sus objetivos. Una adecuada gestión organizacional es fundamental para el desarrollo empresarial, ya que mejora la eficiencia y el desempeño de la organización.

Según Robbins, la gestión organizacional implica coordinar las actividades y recursos de la empresa para alcanzar los objetivos establecidos de manera eficiente (Robbins, 2021, p. 33).

Asimismo, Coulter señala que una buena gestión organizacional permite mejorar la productividad y la toma de decisiones dentro de la empresa (Coulter, 2022, p. 120).

Por otro lado, OECD indica que las MYPES que fortalecen su gestión organizacional logran mejores niveles de desempeño y sostenibilidad (OECD, 2023, p. 65).

Sostenibilidad y proyección empresarial

La sostenibilidad y proyección empresarial se refiere a la capacidad de una empresa para mantenerse en el mercado a largo plazo, adaptarse a los cambios del entorno y proyectar su crecimiento futuro. Este aspecto es clave en el desarrollo empresarial, ya que garantiza la continuidad y evolución de la organización.

Según Schaltegger, la sostenibilidad empresarial implica la integración de estrategias económicas, sociales y ambientales para asegurar la permanencia de la empresa en el tiempo (Schaltegger, 2021, p. 88).

Asimismo, World Bank señala que las empresas sostenibles son aquellas que logran adaptarse a los cambios del entorno y mantener su competitividad a largo plazo (World Bank, 2023, p. 35).

Por su parte, Hisrich sostiene que la proyección empresarial depende de la capacidad de innovación y planificación estratégica de las organizaciones (Hisrich, 2021, p. 120).

2.3. Definición de términos básicos

- **Planeamiento estratégico**

El planeamiento estratégico es el proceso mediante el cual una organización define sus objetivos a largo plazo y establece las acciones necesarias para alcanzarlos, considerando el análisis del entorno interno y externo. Según Johnson, el planeamiento estratégico permite a las organizaciones establecer una dirección clara y tomar decisiones coherentes frente a los cambios del entorno (Johnson et al., 2021, p. 12).

- **Direccionamiento estratégico**

El direccionamiento estratégico es el conjunto de elementos que orientan el rumbo de la organización, tales como la misión, visión, valores y objetivos institucionales.

De acuerdo con Thompson, el direccionamiento estratégico define el propósito organizacional y guía la toma de decisiones estratégicas (Thompson et al., 2022, p. 25).

- **Análisis estratégico**

El análisis estratégico es el proceso de evaluación del entorno interno y externo de la empresa, con el fin de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Según Rothaermel, el análisis estratégico permite comprender la posición competitiva de la empresa y diseñar estrategias adecuadas (Rothaermel, 2021, p. 44).

- **Formulación estratégica**

La formulación estratégica consiste en el diseño de estrategias que permitan a la organización alcanzar sus objetivos, considerando su situación interna y el entorno competitivo. De acuerdo con Hitt, la formulación estratégica implica

seleccionar alternativas que generen ventajas competitivas sostenibles (Hitt et al., 2022, p. 68).

- **Implementación y control estratégico**

La implementación y control estratégico es la etapa en la cual se ejecutan las estrategias y se evalúan los resultados para asegurar el cumplimiento de los objetivos. Según Dess, esta fase permite monitorear el desempeño organizacional y realizar ajustes necesarios en la estrategia (Dess et al., 2021, p. 102).

- **Desarrollo empresarial**

El desarrollo empresarial es el proceso mediante el cual una empresa mejora su desempeño, incrementa su competitividad y logra sostenibilidad en el tiempo. Según Kuratko, el desarrollo empresarial implica la capacidad de la organización para crecer, innovar y adaptarse a los cambios del entorno (Kuratko, 2021, p. 90).

- **Crecimiento económico**

El crecimiento económico empresarial se refiere al incremento de ingresos, utilidades y capacidad productiva de una empresa a lo largo del tiempo. De acuerdo con Longenecker, el crecimiento empresarial se mide a través del aumento de ventas, expansión del negocio y mejora en la rentabilidad (Longenecker et al., 2022, p. 134).

- **Competitividad empresarial**

La competitividad empresarial es la capacidad de una empresa para diferenciarse de sus competidores y ofrecer valor a sus clientes de manera eficiente. Según Barney, la competitividad depende de los recursos y capacidades que permiten a la empresa obtener ventajas sostenibles (Barney, 2021, p. 55).

- **Gestión organizacional**

La gestión organizacional es el proceso de planificación, organización, dirección y control de los recursos de la empresa para alcanzar sus objetivos. De acuerdo con Bateman, una adecuada gestión organizacional permite mejorar la eficiencia y el desempeño empresarial (Bateman & Snell, 2022, p. 40).

- **Sostenibilidad y proyección empresarial**

La sostenibilidad y proyección empresarial se refiere a la capacidad de la empresa para mantenerse en el mercado y proyectar su crecimiento futuro de manera continua. Según Elkington, la sostenibilidad empresarial implica la generación de valor económico, social y ambiental a largo plazo (Elkington, 2021, p. 77).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

2.4.2. Hipótesis específicas

El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

2.5. Identificación de variables

V. 1

Planeamiento Estratégico

V. 2

Desarrollo Empresarial

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Tabla 1 *Variables e Indicadores*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	MEDICIÓN
V.1. Planeamiento Estratégico	Direccionamiento estratégico	- Misión empresarial - Visión empresarial - Valores organizacionales - Objetivos empresariales	1, 2, 3 y 4	Escala de medición Likert 1.Nunca 2.Casi nunca 3.A veces 4.Casi siempre 5.Siempre
	Análisis estratégico	- Identificación de fortalezas - Identificación de debilidades - Identificación de oportunidades - Identificación de amenazas	5, 6, 7 y 8	
	Formulación estratégica	- Definición de estrategias de venta - Plan de mejora del negocio - Planificación de recursos - Toma de decisiones planificada	9, 10, 11 y 12	
	Implementación y control estratégico	- Ejecución de acciones planificadas - Seguimiento de resultados - Evaluación del cumplimiento de objetivos - Acciones correctivas	13, 14, 15 y 16	
V.2. Desarrollo Empresarial	Crecimiento económico	- Incremento de ventas - Incremento de utilidades - Capacidad de inversión - Estabilidad financiera	17, 18, 19 y 20	
	Competitividad empresarial	- Posicionamiento frente a competidores - Calidad del servicio - Satisfacción del cliente - Capacidad de adaptación al mercado	21, 22, 23 y 24	
	Gestión organizacional	- Organización interna - Control de operaciones - Distribución de funciones - Capacidad de solución de problemas	25, 26, 27 y 28	
	Sostenibilidad y proyección empresarial	- Permanencia en el mercado - Expansión del negocio - Innovación comercial - Proyección futura	29, 30, 31 y 32	

CAPITULO III

METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACION

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada, ya que busca generar conocimientos orientados a la solución de un problema específico relacionado con el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco; asimismo, presenta un enfoque cuantitativo, debido a que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para comprobar las hipótesis y establecer relaciones entre las variables de estudio; además, el diseño es no experimental, puesto que no se manipulan las variables, sino que se observan en su contexto natural. Según Hernández Sampieri, la investigación aplicada busca resolver problemas prácticos, el enfoque cuantitativo utiliza datos numéricos para el análisis de fenómenos, y el diseño no experimental se caracteriza por estudiar las variables sin intervenir en ellas (Hernández Sampieri et al., 2022, pp. 6, 41, 152).

3.2. Nivel de investigación

El nivel de la presente investigación es correlacional, debido a que tiene como propósito determinar la relación existente entre el planeamiento estratégico y el

desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco, sin establecer relaciones de causalidad, sino identificando el grado de asociación entre ambas variables. En este sentido, se busca analizar cómo se comportan conjuntamente las variables de estudio en un contexto determinado. Según José Supo, la investigación correlacional tiene como finalidad medir el grado de relación entre dos o más variables mediante técnicas estadísticas, sin manipularlas (Supo, 2025, p. 78).

3.3. Métodos de investigación

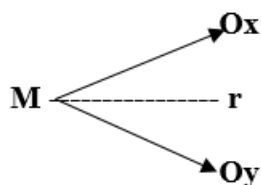
El método de la presente investigación es hipotético-deductivo, ya que parte de la formulación de hipótesis basadas en teorías existentes, las cuales serán sometidas a comprobación mediante la recolección y análisis de datos empíricos, permitiendo aceptar o rechazar dichas hipótesis en función de los resultados obtenidos. Este método implica un proceso lógico que va de lo general a lo particular, utilizando la deducción para contrastar la teoría con la realidad observada. Según Mario Bunge, el método hipotético-deductivo consiste en plantear hipótesis a partir de teorías y someterlas a verificación mediante la observación y experimentación, con el fin de generar conocimiento científico válido (Bunge, 2021, p. 145).

3.4. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación es correlacional de tipo no experimental y de corte transversal, ya que tiene como finalidad determinar la relación existente entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco, sin manipular las variables y recolectando la información en un solo momento del tiempo. Este diseño permite analizar el grado de asociación entre las variables en su contexto natural. Según Tamayo, el diseño correlacional se orienta a establecer el grado de relación entre dos o más variables, sin intervención del

investigador y observándolas tal como se presentan en la realidad (Tamayo, 2021, p. 120).

Representación técnica:



Donde:

Ox = Observación de la variable Planeamiento estratégico

Oy = Observación de la variable Desarrollo empresarial

r = Coeficiente de correlación

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población de la presente investigación está conformada por todas las micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de Yanahuanca, Pasco, considerando a sus propietarios o responsables como unidades de análisis, debido a que son quienes toman decisiones relacionadas con la gestión empresarial. Asimismo, al no contarse con un registro exacto y actualizado del número total de MYPES en dicha jurisdicción, se considera como una población de tamaño desconocido. Según Arias, la población es el conjunto total de elementos o unidades que poseen características comunes y sobre los cuales se desea realizar la investigación (Arias, 2021, p. 81).

Por lo tanto, la población está conformada por 384 mypes según fuente del INEI Censos Nacionales 2017: XII de Población y VII de Vivienda.

3.5.2. Muestra

La muestra de la presente investigación estará conformada por 192 micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de Yanahuanca, Pasco, seleccionadas a partir

de una población de 384 unidades. Para la determinación del tamaño muestral se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, obteniéndose un tamaño representativo que garantiza la confiabilidad de los resultados. Asimismo, se empleará un muestreo probabilístico, el cual permitirá que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados, asegurando la representatividad del estudio. Según Bernal, la muestra es un subconjunto de la población que se selecciona para obtener información y hacer inferencias sobre el total de la misma (Bernal, 2021, p. 164).

El tamaño de la muestra fue calculado a partir de la población finita con un margen de error E de 5%, la distribución estándar Z de 1.96, la tasa de acierto p 0.5 y tasa de fracaso q 0.5; para el cual se utilizó la siguiente fórmula:

Cálculo del Tamaño de Muestra para Población Finita

A continuación, se presenta el cálculo para obtener el tamaño de muestra correspondiente de una población finita de 7768 personas.

Fórmula:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{N E^2 + Z^2 p q}$$

Donde:

N = Población

n = Muestra

Z = Distribución Estándar

E = Margen o probabilidad de error

p = Tasa de acierto en la distribución normal

q = Probabilidad de error en la distribución

Reemplazando valores tendríamos:

$$n = \frac{384 (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{384 (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.05)(0.05)}$$

$$n = \frac{368.7936}{1.9179}$$

n = 192 muestras

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de Recolección de Datos

Es la encuesta

Instrumentos de Recolección de Datos

Es el cuestionario tipo de escala de Likert

3.7. Selección y validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado con escala tipo Likert, el cual permitirá medir de manera objetiva las percepciones de los participantes respecto a las variables de estudio. Con el propósito de garantizar la calidad del instrumento, se evaluó su confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, haciendo uso del software estadístico SPSS. El análisis de los 32 ítems permitió determinar el nivel de consistencia interna del cuestionario. En este sentido, los resultados evidencian un adecuado grado de fiabilidad, lo que respalda su validez para ser aplicado en la presente investigación.

Estadísticas de fiabilidad y confiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,914	,914	32

Nota. Datos obtenidos según 192 muestras de la investigación.

Los resultados del análisis de confiabilidad muestran un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.914, tanto para los elementos originales como para los elementos estandarizados, considerando un total de 32 ítems. Este valor evidencia un nivel de confiabilidad excelente, ya que supera ampliamente el valor mínimo aceptable de 0.70,

lo que indica una alta consistencia interna entre los ítems del cuestionario. En consecuencia, se puede afirmar que el instrumento presenta una adecuada estabilidad y precisión para medir las variables de estudio, garantizando la calidad de los datos obtenidos y su pertinencia para el desarrollo de la presente investigación.

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de los datos recolectados mediante la aplicación del cuestionario, se procedió a la codificación, tabulación y organización de la información en una base de datos, utilizando el programa Microsoft Excel y el software estadístico SPSS, lo que permitió facilitar su análisis e interpretación.

En cuanto al análisis de datos, se empleó la estadística descriptiva, a través de tablas de frecuencia, porcentajes y gráficos, con la finalidad de describir el comportamiento de las variables de estudio. Asimismo, se utilizó la estadística inferencial para la comprobación de hipótesis, aplicando el coeficiente de correlación Rho de Spearman, debido a que los datos son de tipo ordinal y permiten medir el grado de relación entre las variables.

Los resultados obtenidos fueron interpretados considerando el nivel de significancia ($p < 0.05$), lo que permitió determinar la relación estadística significativa entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco.

Según Triola, la estadística descriptiva permite organizar y resumir los datos, mientras que la estadística inferencial facilita la toma de decisiones y la comprobación de hipótesis a partir de una muestra (Triola, 2021, p. 12).

3.9. Tratamiento estadístico

Para el tratamiento estadístico de los datos, la información recolectada mediante el cuestionario fue codificada, tabulada y procesada utilizando el programa Microsoft

Excel y el software estadístico SPSS. En primer lugar, se aplicó la estadística descriptiva, empleando tablas de frecuencia, porcentajes y gráficos, con la finalidad de organizar y describir los datos obtenidos de las variables de estudio. Posteriormente, se utilizó la estadística inferencial para la contrastación de hipótesis, aplicando el coeficiente de correlación Rho de Spearman, debido a que los datos son de tipo ordinal y permiten medir el grado de relación entre las variables. Asimismo, se consideró un nivel de significancia de 0.05 para determinar la existencia de relaciones estadísticamente significativas. Los resultados fueron presentados mediante tablas y figuras, facilitando su interpretación y análisis en función de los objetivos planteados.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

La presente investigación se desarrolló respetando los principios éticos fundamentales, garantizando la confidencialidad, el anonimato y el consentimiento informado de los participantes. En ese sentido, los datos recolectados fueron utilizados únicamente con fines académicos, evitando cualquier tipo de manipulación o uso indebido de la información. Asimismo, se respetó la integridad de los participantes, asegurando que su participación sea voluntaria y sin ningún tipo de coerción. De igual manera, se mantuvo el respeto por la propiedad intelectual, citando adecuadamente las fuentes utilizadas en el desarrollo del estudio. Según American Psychological Association, la investigación debe garantizar el respeto a los derechos, dignidad y bienestar de los participantes, así como el uso responsable de la información obtenida (APA, 2021, p. 3).

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. Descripción del trabajo de campo

El trabajo de campo se desarrolló en el distrito de Yanahuanca, provincia Daniel Alcides Carrión, región Pasco, durante el año 2025, teniendo como población de estudio a las micro y pequeñas empresas (MYPES) que realizan actividades económicas en dicha jurisdicción. Previamente a la aplicación del instrumento, se realizaron las coordinaciones necesarias con los propietarios y administradores de los establecimientos comerciales para informarles sobre los objetivos de la investigación y solicitar su participación voluntaria.

La recolección de datos se efectuó mediante la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario estructurado de 32 ítems elaborado en escala tipo Likert, diseñado para medir las variables planeamiento estratégico y desarrollo empresarial. Antes de su aplicación definitiva, el instrumento fue sometido a un proceso de validación por juicio de expertos y a una prueba de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0.914, considerado excelente para fines de investigación.

La aplicación de las encuestas se realizó de manera presencial a una muestra probabilística de 192 MYPES, seleccionadas de una población de 384 empresas. Durante el proceso se brindó a los participantes las instrucciones necesarias para el correcto llenado del cuestionario, garantizando la confidencialidad de la información y el uso exclusivo de los datos con fines académicos. Posteriormente, la información recopilada fue codificada, tabulada y procesada utilizando los programas Microsoft Excel y SPSS, permitiendo la elaboración de tablas estadísticas, gráficos e indicadores necesarios para el análisis e interpretación de los resultados.

El trabajo de campo se desarrolló en condiciones adecuadas, logrando obtener la totalidad de encuestas previstas y garantizando la calidad, confiabilidad y consistencia de los datos utilizados para la contrastación de las hipótesis y el cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

En el presente capítulo se exponen los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario a una muestra de 192 micro y pequeñas empresas (MYPES) del distrito de Yanahuanca, Pasco. La información recopilada fue procesada mediante el software estadístico SPSS, permitiendo la elaboración de tablas de frecuencia, porcentajes y pruebas estadísticas para el análisis de las variables estudiadas.

En una primera etapa, se presentan los resultados descriptivos de cada uno de los indicadores correspondientes a las dimensiones de las variables planeamiento estratégico y desarrollo empresarial. Para ello, se elaboraron tablas de distribución de frecuencias y gráficos estadísticos que permitieron identificar las percepciones de los propietarios y administradores de las MYPES respecto a la aplicación de prácticas de planeamiento estratégico y su influencia en el desarrollo de sus negocios.

Posteriormente, se realizó el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, contrastándolos con los objetivos específicos planteados en la investigación. Este análisis permitió identificar fortalezas y debilidades en aspectos relacionados con el direccionamiento estratégico, análisis estratégico, formulación estratégica, implementación y control estratégico, así como en las dimensiones de crecimiento económico, competitividad empresarial, gestión organizacional y sostenibilidad y proyección empresarial.

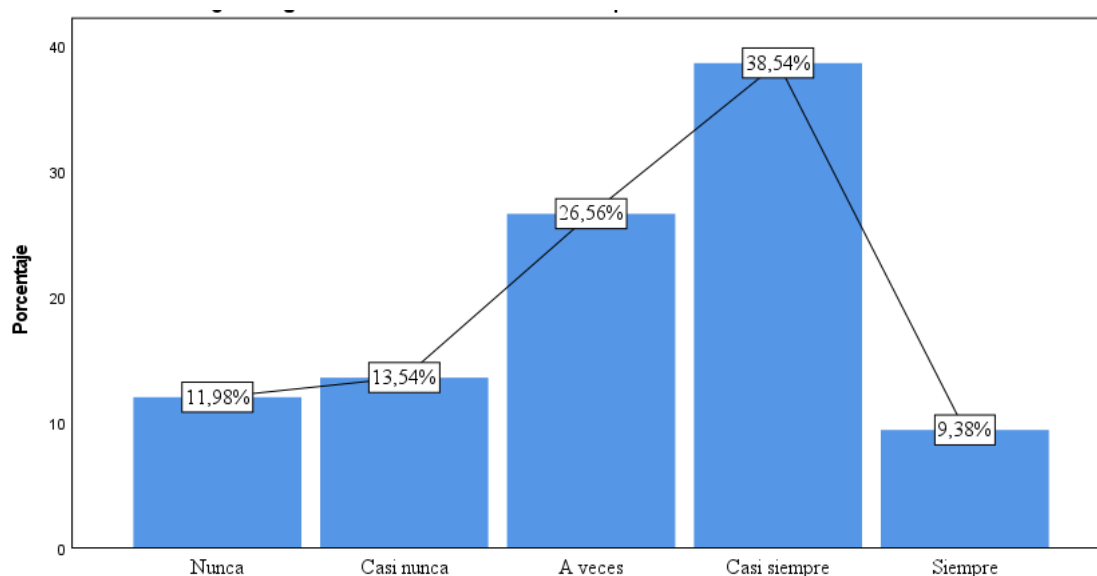
Finalmente, para la contrastación de las hipótesis de investigación se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, debido a la naturaleza ordinal de los datos obtenidos mediante la escala Likert. Los resultados permitieron determinar el grado de relación existente entre las variables y sus respectivas dimensiones, estableciendo la significancia estadística correspondiente. De esta manera, se logró verificar el cumplimiento de los objetivos de la investigación y generar evidencia científica respecto a la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Tabla 2 *¿Su negocio tiene una misión definida que oriente sus actividades?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	12,0	12,0	12,0
	Casi nunca	26	13,5	13,5	25,5
	A veces	51	26,6	26,6	52,1
	Casi siempre	74	38,5	38,5	90,6
	Siempre	18	9,4	9,4	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 1 *¿Su negocio tiene una misión definida que oriente sus actividades?*



Interpretación: Los resultados muestran que el 38,5% indicó que casi siempre cuenta con una misión definida, constituyendo el porcentaje más alto. Asimismo, el 9,4% señaló que siempre, por lo que en conjunto el 47,9% manifiesta una orientación frecuente hacia la definición de una misión empresarial. Por otro lado, el 26,6% respondió a veces, lo que evidencia que una parte importante de los negocios presenta una orientación estratégica parcial o poco consolidada. Además, el 13,5% indicó casi nunca y el 12,0% nunca, sumando un 25,5% que refleja ausencia o escasa definición de una misión organizacional.

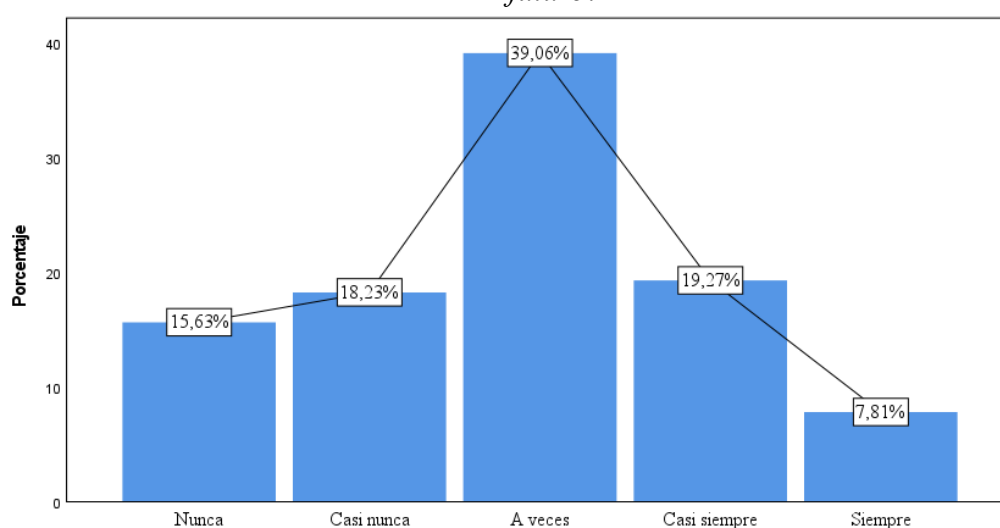
Conclusión: Los resultados permiten concluir que, aunque una proporción considerable de negocios cuenta con una misión definida que guía sus actividades, todavía existe un grupo importante que no ha consolidado este elemento estratégico.

Tabla 3 *¿Su negocio cuenta con una visión clara sobre lo que desea lograr en el futuro?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	30	15,6	15,6	15,6
	Casi nunca	35	18,2	18,2	33,9
	A veces	75	39,1	39,1	72,9
	Casi siempre	37	19,3	19,3	92,2
	Siempre	15	7,8	7,8	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 2 *¿Su negocio cuenta con una visión clara sobre lo que desea lograr en el futuro?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa

“a veces” con 39,1%, lo que indica que una parte importante de los negocios posee una visión empresarial solo de manera ocasional o poco definida. Asimismo, el 19,3% manifestó que casi siempre tiene una visión clara y el 7,8% respondió siempre, sumando un 27,1% que evidencia una orientación más constante hacia la planificación futura del negocio. En contraste, el 18,2% señaló casi nunca y el 15,6% nunca, acumulando un 33,8% de negocios que presentan debilidades en la definición de objetivos y proyección a largo plazo.

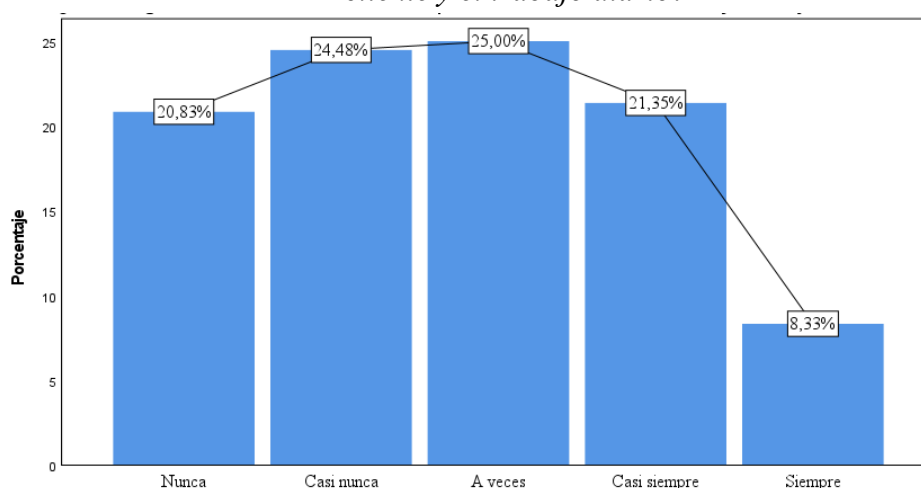
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la mayoría de los negocios aún no cuenta con una visión claramente establecida y orientada al futuro, predominando niveles intermedios de planificación estratégica.

Tabla 4 *¿En su negocio se han establecido valores que orienten la atención al cliente y el trabajo diario?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	40	20,8	20,8	20,8
	Casi nunca	47	24,5	24,5	45,3
	A veces	48	25,0	25,0	70,3
	Casi siempre	41	21,4	21,4	91,7
	Siempre	16	8,3	8,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 3 *¿En su negocio se han establecido valores que orienten la atención al cliente y el trabajo diario?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa

“a veces” con 25,0%, lo que indica que en una proporción importante de negocios los valores organizacionales están presentes de manera parcial o poco constante. Asimismo, el 24,5% manifestó que casi nunca se han establecido valores y el 20,8% señaló nunca, acumulando un 45,3%, porcentaje que evidencia una limitada incorporación de principios orientadores dentro de la gestión del negocio. Por otro lado, el 21,4% respondió casi siempre y el 8,3% indicó siempre, sumando un 29,7% de negocios que sí cuentan con valores definidos que guían el desempeño y la relación con los clientes.

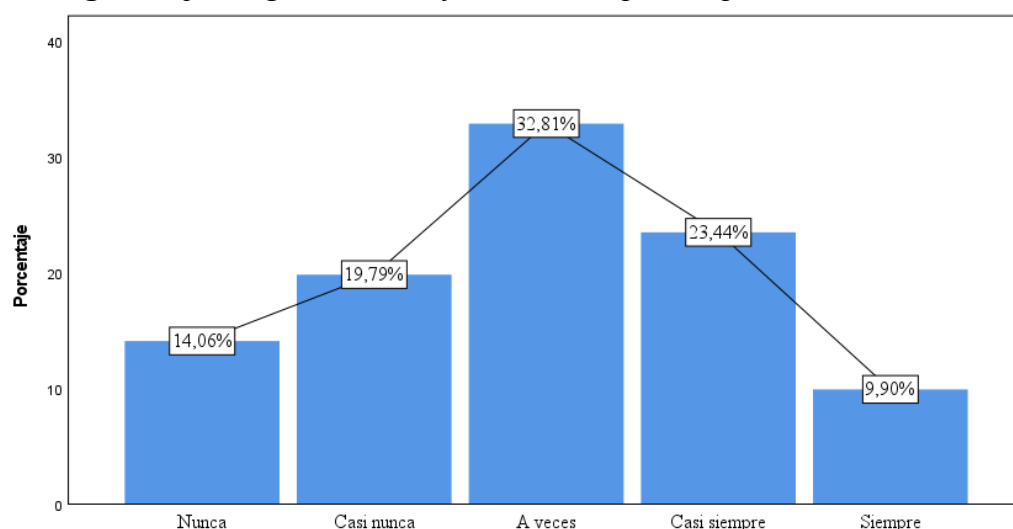
Conclusión: Los resultados permiten concluir que en la mayoría de los negocios aún existe una débil consolidación de valores organizacionales que orienten la atención al cliente y las actividades diarias.

Tabla 5 *¿Su negocio tiene objetivos claros para el presente año?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	27	14,1	14,1	14,1
	Casi nunca	38	19,8	19,8	33,9
	A veces	63	32,8	32,8	66,7
	Casi siempre	45	23,4	23,4	90,1
	Siempre	19	9,9	9,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 4 *¿Su negocio tiene objetivos claros para el presente año?*



Interpretación: Se observa que la categoría con mayor porcentaje es “a veces” con 32,8%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios define sus objetivos de manera ocasional o sin una planificación constante. Asimismo, el 23,4% indicó que casi siempre cuenta con objetivos claros y el 9,9% respondió siempre, sumando un 33,3% que refleja una orientación más estructurada hacia el cumplimiento de metas empresariales. En contraste, el 19,8% señaló casi nunca y el 14,1% nunca, acumulando un 33,9%, lo que evidencia que una proporción similar de negocios carece de objetivos definidos para dirigir sus actividades durante el año.

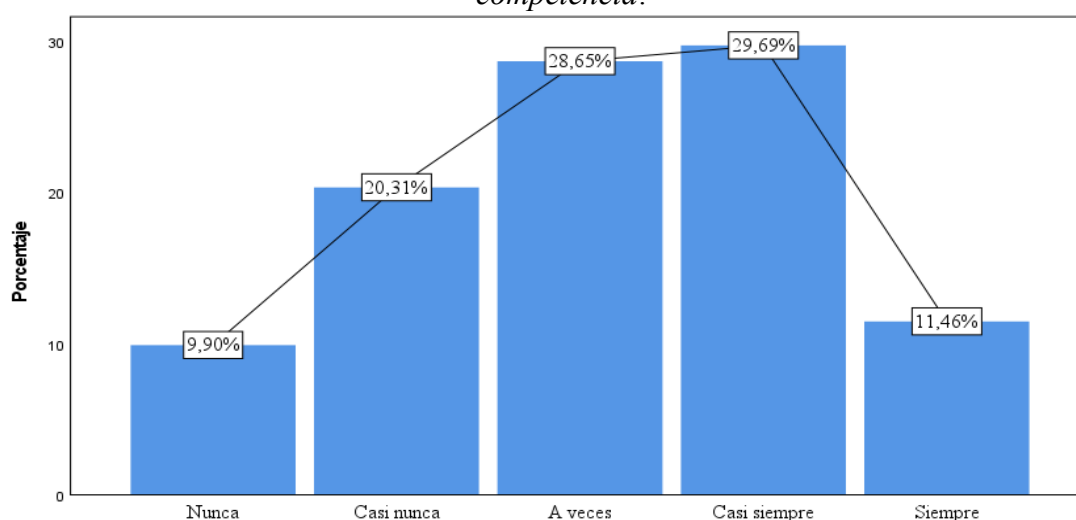
Conclusión: Los resultados permiten concluir que existe una limitada consolidación de objetivos empresariales claros en los negocios evaluados, predominando respuestas que reflejan planificación intermedia o insuficiente.

Tabla 6 *¿Usted identifica las principales fortalezas de su negocio frente a la competencia?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	19	9,9	9,9	9,9
	Casi nunca	39	20,3	20,3	30,2
	A veces	55	28,6	28,6	58,9
	Casi siempre	57	29,7	29,7	88,5
	Siempre	22	11,5	11,5	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 5 ¿Usted identifica las principales fortalezas de su negocio frente a la competencia?



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa

“casi siempre” con 29,7%, seguida de “a veces” con 28,6%, lo que evidencia que una proporción importante de encuestados reconoce sus ventajas competitivas, aunque no de manera totalmente constante. Asimismo, el 11,5% respondió siempre, por lo que en conjunto el 41,2% manifiesta una identificación frecuente de las fortalezas de su negocio. Por otro lado, el 20,3% indicó casi nunca y el 9,9% nunca, acumulando un 30,2%, lo que refleja que aún existe un grupo significativo que presenta dificultades para reconocer los aspectos diferenciadores frente a la competencia.

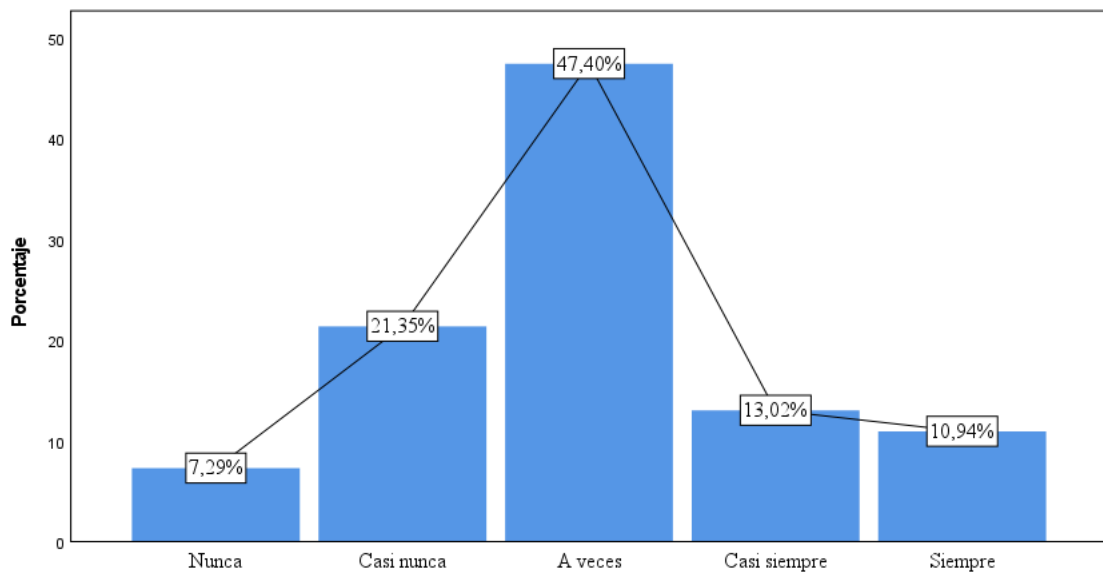
Conclusión: Los resultados permiten concluir que una parte importante de los negocios logra identificar sus fortalezas competitivas; sin embargo, esta práctica aún no está completamente consolidada.

Tabla 7 ¿Reconoce las debilidades o limitaciones que tiene su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	7,3	7,3	7,3
	Casi nunca	41	21,4	21,4	28,6
	A veces	91	47,4	47,4	76,0
	Casi siempre	25	13,0	13,0	89,1
	Siempre	21	10,9	10,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 6 ¿Reconoce las debilidades o limitaciones que tiene su negocio?



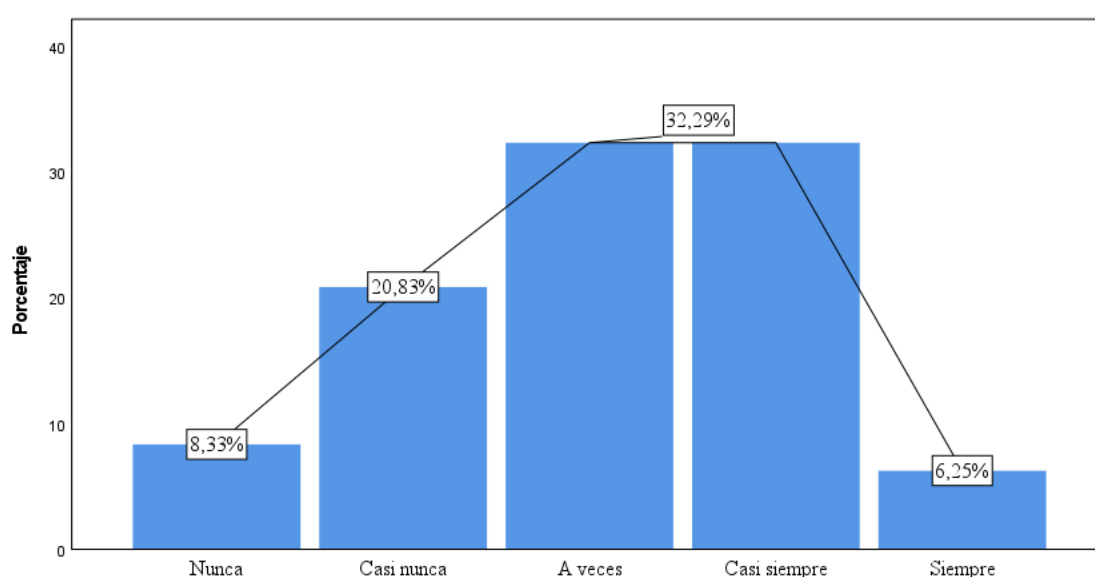
Interpretación: Se observa que el porcentaje más alto corresponde a la alternativa “a veces” con 47,4%, lo que indica que una gran parte de los encuestados identifica las limitaciones de su negocio de manera ocasional, pero sin mantener un análisis constante de sus aspectos por mejorar. Asimismo, el 13,0% manifestó que casi siempre reconoce las debilidades y el 10,9% indicó siempre, sumando un 23,9% que evidencia una práctica más frecuente de autoevaluación empresarial. En contraste, el 21,4% respondió casi nunca y el 7,3% nunca, acumulando un 28,7%, lo que refleja que una proporción importante presenta dificultades para identificar oportunamente sus limitaciones.

Conclusión: Los resultados permiten concluir que el reconocimiento de las debilidades del negocio aún se encuentra en un nivel intermedio, predominando una identificación ocasional de los aspectos que requieren mejora.

Tabla 8 *¿Analiza las oportunidades del mercado para mejorar o ampliar su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Válido	Nunca	8	8,2	8,3	8,3
	Casi nunca	40	20,8	20,8	29,2
	A veces	62	32,3	32,3	61,5
	Casi siempre	62	32,3	32,3	93,8
	Siempre	12	6,3	6,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 7 *¿Analiza las oportunidades del mercado para mejorar o ampliar su negocio?*

Interpretación: Se observa que las categorías “a veces” y “casi siempre” registran el mismo porcentaje (32,3% cada una), evidenciando que una parte importante de los negocios realiza el análisis del entorno y de las oportunidades de mercado con una frecuencia intermedia o relativamente constante. Además, el 6,3% indicó que siempre analiza las oportunidades del mercado, por lo que en conjunto el 38,6% muestra una práctica frecuente de evaluación externa orientada al crecimiento empresarial. En contraste, el 20,8% respondió casi nunca y el 8,3% nunca, acumulando un 29,1%, lo que evidencia que una proporción relevante aún presenta limitaciones para identificar oportunidades que favorezcan el desarrollo del negocio.

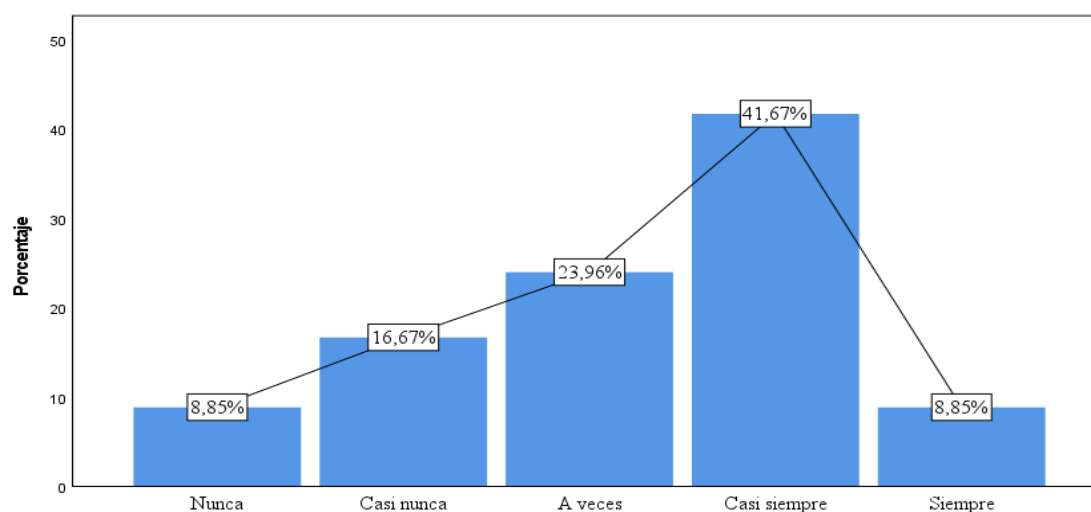
Conclusión: Los resultados permiten concluir que el análisis de oportunidades del mercado se desarrolla de manera moderada en los negocios evaluados, predominando respuestas que reflejan una aplicación ocasional o parcialmente constante.

Tabla 9 *¿Considera los riesgos externos que pueden afectar el funcionamiento de su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	8,9	8,9	8,9
	Casi nunca	32	16,7	16,7	25,5
	A veces	46	24,0	24,0	49,5
	Casi siempre	80	41,7	41,7	91,1
	Siempre	17	8,9	8,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 8 *¿Considera los riesgos externos que pueden afectar el funcionamiento de su negocio?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 41,7%, lo que evidencia que una proporción importante de negocios mantiene una práctica frecuente de evaluación de factores externos que podrían influir en su desempeño. Asimismo, el 8,9% indicó que siempre considera estos riesgos, por lo que en conjunto el 50,6% refleja una tendencia favorable hacia la identificación y prevención de amenazas externas. Por otro lado, el 24,0% respondió a veces, indicando

que una parte de los negocios realiza este análisis de manera ocasional. En contraste, el 16,7% señaló casi nunca y el 8,9% nunca, acumulando un 25,6%, lo que muestra que aún existe un grupo que no incorpora regularmente la evaluación de riesgos externos en su gestión.

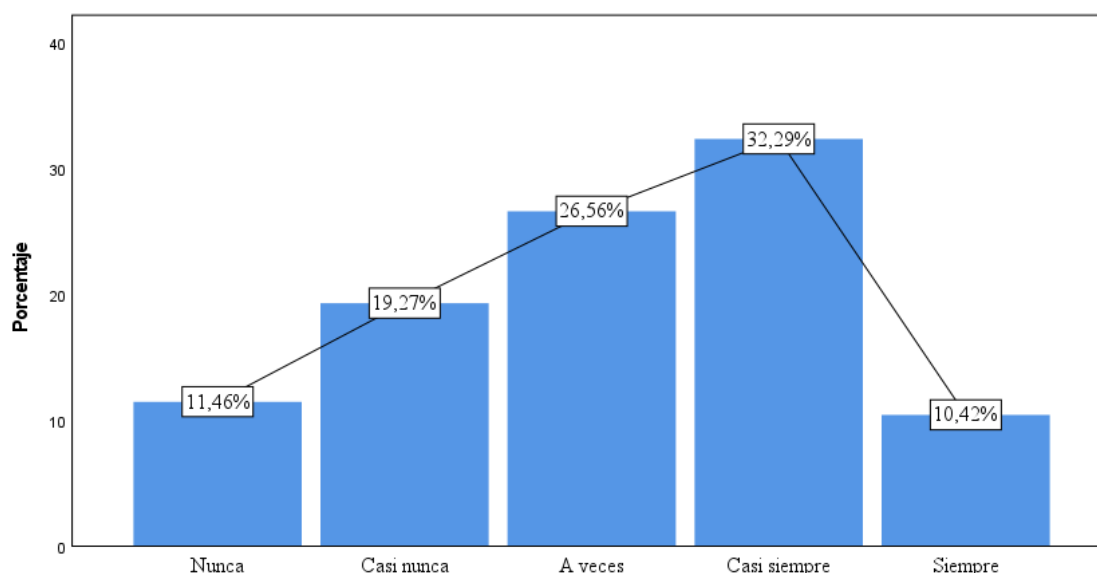
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la mayoría de los negocios muestra una orientación positiva hacia la identificación de riesgos externos que pueden afectar sus operaciones.

Tabla 10 *¿Su negocio define estrategias para aumentar sus ventas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	22	11,5	11,5	11,5
	Casi nunca	37	19,3	19,3	30,7
	A veces	51	26,6	26,6	57,3
	Casi siempre	62	32,3	32,3	89,6
	Siempre	20	10,4	10,4	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 9 *¿Su negocio define estrategias para aumentar sus ventas?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 32,3%, seguida de “a veces” con 26,6%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios implementa acciones orientadas al incremento de

ventas, aunque no siempre de manera permanente o estructurada. Asimismo, el 10,4% respondió siempre, por lo que en conjunto el 42,7% manifiesta una práctica frecuente de definición de estrategias comerciales. Por otro lado, el 19,3% indicó casi nunca y el 11,5% nunca, acumulando un 30,8%, lo que refleja que todavía existe un grupo significativo que no desarrolla estrategias específicas para fortalecer sus ingresos.

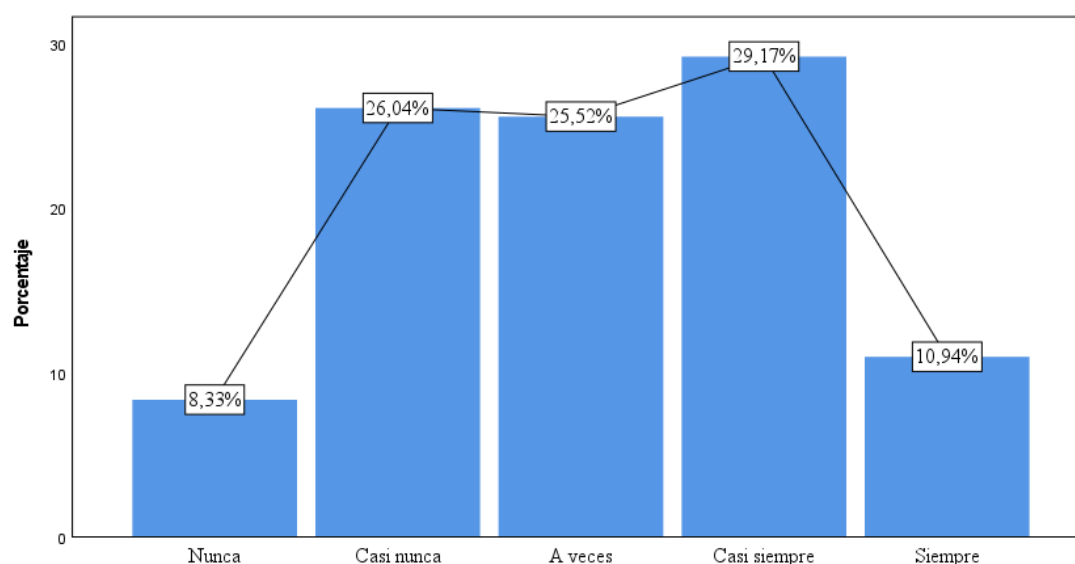
Conclusión: Los resultados permiten concluir que una proporción importante de los negocios sí establece estrategias para incrementar sus ventas; sin embargo, esta práctica aún no se encuentra plenamente consolidada.

Tabla 11 *¿Cuenta con planes para mejorar la atención, organización o servicios de su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	50	26,0	26,0	34,4
	A veces	49	25,5	25,5	59,9
	Casi siempre	56	29,2	29,2	89,1
	Siempre	21	10,9	10,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 10 *¿Cuenta con planes para mejorar la atención, organización o servicios de su negocio?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 29,2%, seguida de “casi nunca” con 26,0% y “a veces” con 25,5%, lo que evidencia resultados distribuidos y una aplicación aún variable de la planificación para la mejora del negocio. Asimismo, el 10,9% indicó que siempre cuenta con planes de mejora, por lo que en conjunto el 40,1% manifiesta una práctica frecuente orientada al fortalecimiento de sus procesos y servicios. Por otro lado, el 26,0% respondió casi nunca y el 8,3% nunca, acumulando un 34,3%, lo que refleja que una proporción importante de negocios aún no desarrolla de manera sistemática acciones de mejora continua.

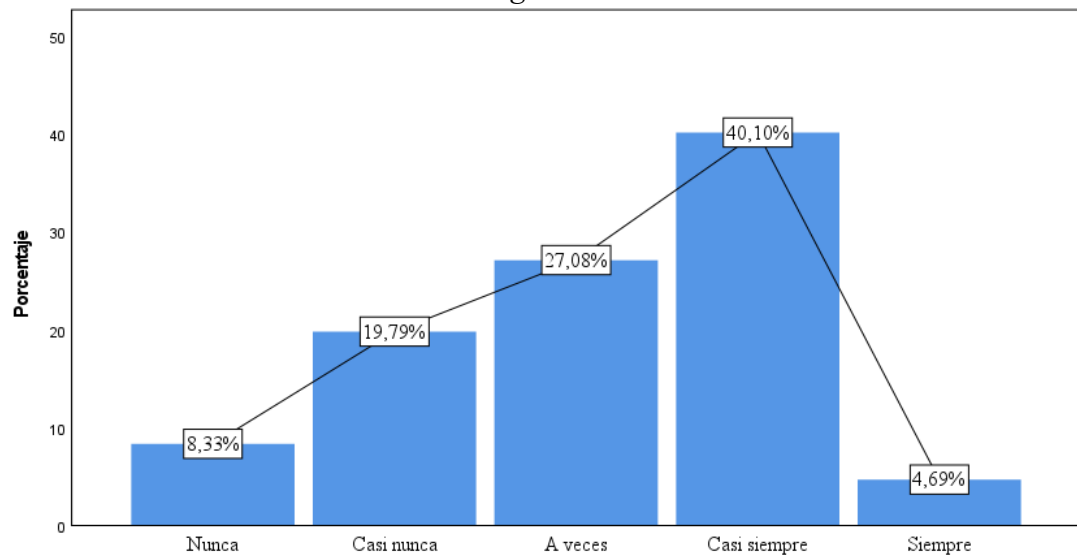
Conclusión: Los resultados permiten concluir que existe una tendencia moderadamente favorable hacia la implementación de planes para mejorar la atención, organización y servicios del negocio; sin embargo, esta práctica todavía no se encuentra totalmente consolidada.

Tabla 12 *¿Planifica con anticipación el uso del dinero, productos o materiales del negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	38	19,8	19,8	28,1
	A veces	52	27,1	27,1	55,2
	Casi siempre	77	40,1	40,1	95,3
	Siempre	9	4,7	4,7	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 11 *¿Planifica con anticipación el uso del dinero, productos o materiales del negocio?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 40,1%, lo que evidencia que una proporción importante de negocios realiza una planificación frecuente de sus recursos para apoyar el desarrollo de sus actividades. Asimismo, el 4,7% respondió siempre, por lo que en conjunto el 44,8% manifiesta una práctica constante de organización y previsión en el manejo de recursos. Por otro lado, el 27,1% indicó a veces, reflejando que una parte significativa realiza esta planificación de manera ocasional. En contraste, el 19,8% señaló casi nunca y el 8,3% nunca, acumulando un 28,1%, lo que muestra que todavía existe un grupo que presenta limitaciones en la gestión anticipada de sus recursos.

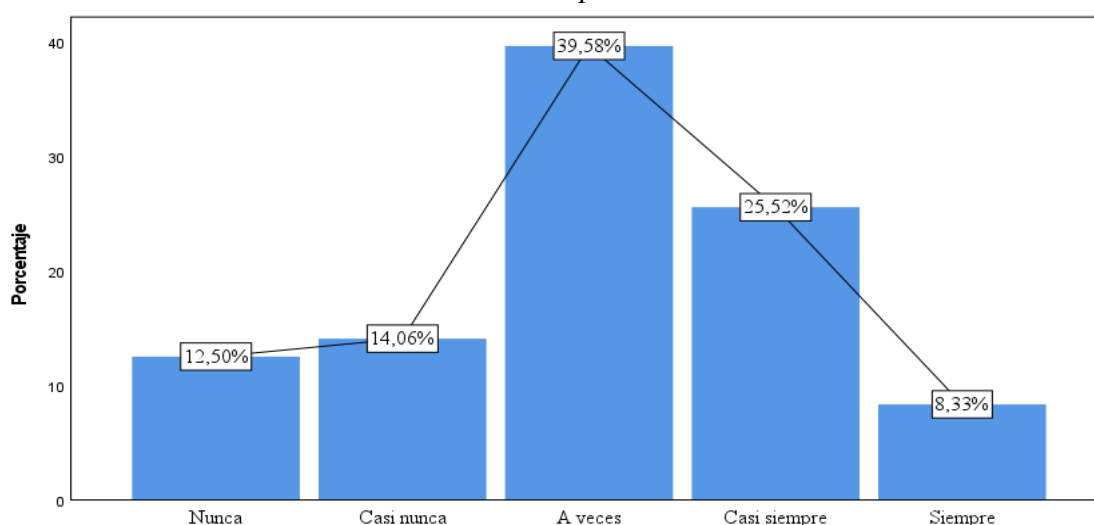
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la planificación anticipada del uso del dinero, productos o materiales es una práctica relativamente desarrollada en los negocios evaluados, predominando respuestas favorables.

Tabla 13 *¿Las decisiones importantes del negocio se toman con planificación y no de manera improvisada?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	24	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	27	14,1	14,1	26,6
	A veces	76	39,6	39,6	66,1
	Casi siempre	49	25,5	25,5	91,7
	Siempre	16	8,3	8,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 12 *¿Las decisiones importantes del negocio se toman con planificación y no de manera improvisada?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 39,6%, lo que indica que una parte importante de los negocios aplica procesos de planificación en la toma de decisiones de manera ocasional, sin mantener una práctica constante. Asimismo, el 25,5% respondió casi siempre y el 8,3% indicó siempre, sumando un 33,8% que refleja una tendencia favorable hacia una toma de decisiones más organizada y basada en la planificación. Por otro lado, el 14,1% señaló casi nunca y el 12,5% nunca, acumulando un 26,6%, lo que evidencia que aún existe un grupo considerable que continúa tomando decisiones de manera poco estructurada o improvisada.

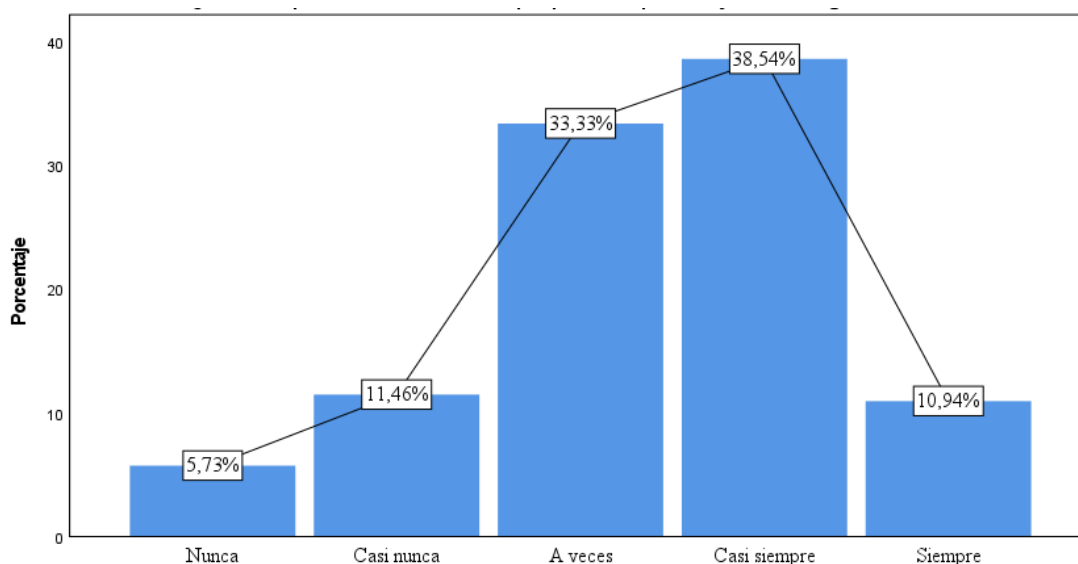
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la planificación en la toma de decisiones importantes del negocio aún presenta un nivel intermedio de desarrollo, predominando prácticas ocasionales más que permanentes.

Tabla 14 *¿Pone en práctica las acciones que planifica para mejorar su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	5,7	5,7	5,7
	Casi nunca	22	11,5	11,5	17,2
	A veces	64	33,3	33,3	50,5
	Casi siempre	74	38,5	38,5	89,1
	Siempre	21	10,9	10,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 13 *¿Pone en práctica las acciones que planifica para mejorar su negocio?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 38,5%, seguida de “a veces” con 33,3%, lo que evidencia que una proporción importante de negocios procura ejecutar las acciones planificadas, aunque en algunos casos todavía no de manera totalmente constante. Asimismo, el 10,9% indicó siempre, por lo que en conjunto el 49,4% manifiesta una aplicación frecuente de las acciones orientadas a la mejora del negocio. En contraste, el 11,5% respondió casi

nunca y el 5,7% nunca, acumulando un 17,2%, lo que refleja que una menor proporción presenta dificultades para convertir la planificación en acciones concretas.

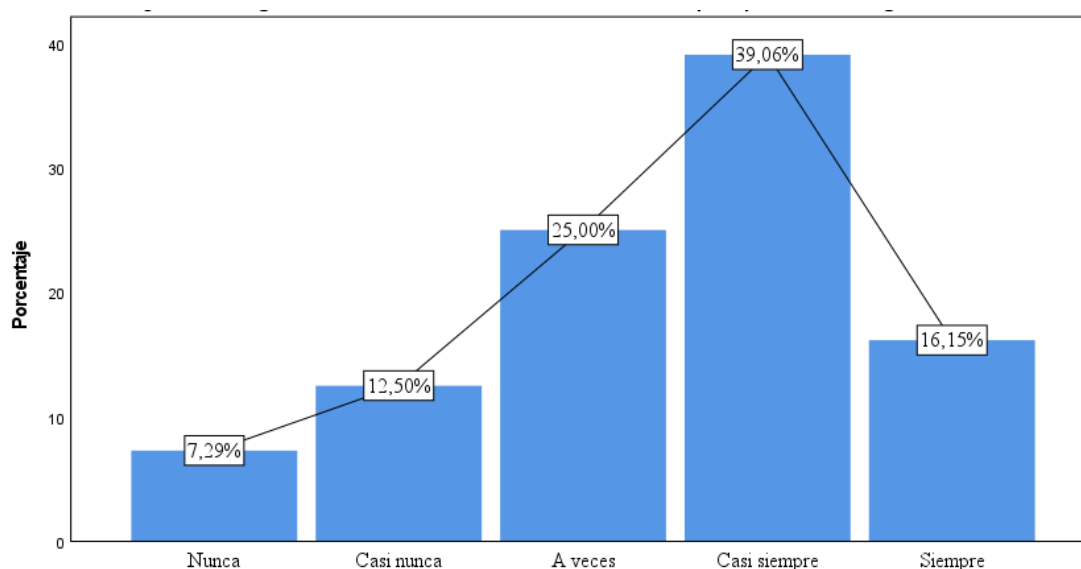
Conclusión: Los resultados permiten concluir que existe una tendencia favorable hacia la ejecución de las acciones planificadas para mejorar el negocio, predominando respuestas que reflejan una implementación frecuente.

Tabla 15 *¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones que aplica en su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	7,3	7,3	7,3
	Casi nunca	24	12,5	12,5	19,8
	A veces	48	25,0	25,0	44,8
	Casi siempre	75	39,1	39,1	83,9
	Siempre	31	16,1	16,1	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 14 *¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones que aplica en su negocio?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 39,1%, seguida de “siempre” con 16,1%, lo que evidencia que una proporción importante de negocios evalúa de manera frecuente los efectos de las acciones implementadas para verificar su efectividad. Asimismo, el 25,0% respondió

“a veces”, indicando que una parte de los encuestados realiza el seguimiento de manera ocasional. En contraste, el 12,5% señaló casi nunca y el 7,3% nunca, acumulando un 19,8%, lo que refleja que aún existe un grupo que no monitorea regularmente los resultados obtenidos en su negocio.

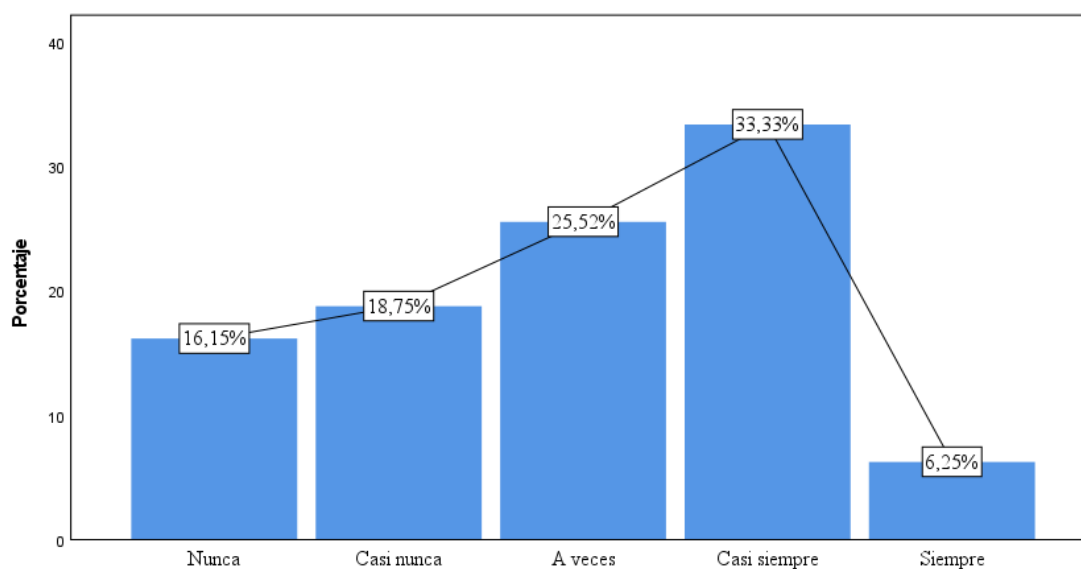
Conclusión: Los resultados permiten concluir que el seguimiento de las acciones aplicadas en el negocio presenta una tendencia favorable, ya que más de la mitad de los encuestados manifiesta realizar esta práctica con frecuencia.

Tabla 16 *¿Evalúa si su negocio está cumpliendo los objetivos propuestos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	31	16,1	16,1	16,1
	Casi nunca	36	18,8	18,8	34,9
	A veces	49	25,5	25,5	60,4
	Casi siempre	64	33,3	33,3	93,8
	Siempre	12	6,3	6,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 15 *¿Evalúa si su negocio está cumpliendo los objetivos propuestos?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 33,3%, seguida de “a veces” con 25,5%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios realiza procesos de evaluación del cumplimiento de

objetivos, aunque no siempre de manera permanente. Asimismo, el 6,3% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 39,6% manifiesta una práctica frecuente de seguimiento y evaluación del desempeño del negocio. Por otro lado, el 18,8% indicó casi nunca y el 16,1% nunca, acumulando un 34,9%, lo que refleja que una proporción considerable aún no evalúa regularmente el logro de los objetivos establecidos.

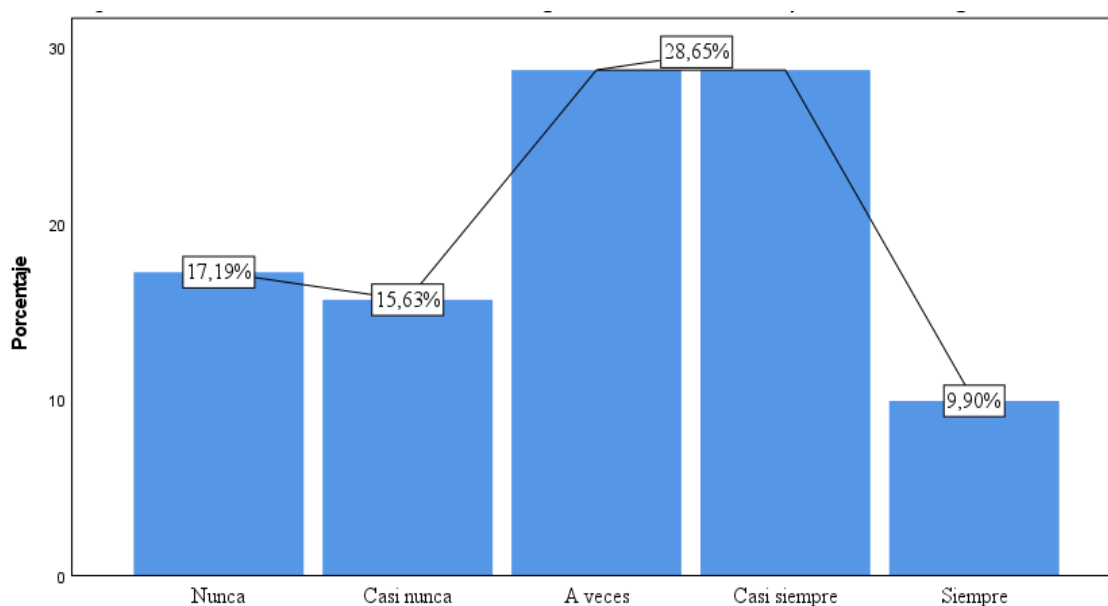
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la evaluación del cumplimiento de objetivos presenta un nivel moderadamente favorable en los negocios evaluados; sin embargo, esta práctica todavía no se encuentra completamente consolidada.

Tabla 17 *¿Realiza cambios o correcciones cuando algo no funciona como esperaba en su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	33	17,2	17,2	17,2
	Casi nunca	30	15,6	15,6	32,8
	A veces	55	28,6	28,6	61,5
	Casi siempre	55	28,6	28,6	90,1
	Siempre	19	9,9	9,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 16 *¿Realiza cambios o correcciones cuando algo no funciona como esperaba en su negocio?*



Interpretación: Se observa que las categorías “a veces” y “casi siempre” registran el mismo porcentaje (28,6% cada una), lo que evidencia que una parte importante de los negocios realiza ajustes y acciones correctivas con una frecuencia intermedia o relativamente constante. Asimismo, el 9,9% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 38,5% manifiesta una práctica frecuente de adaptación y mejora frente a situaciones no previstas. Por otro lado, el 15,6% indicó casi nunca y el 17,2% nunca, acumulando un 32,8%, lo que refleja que una proporción considerable aún presenta dificultades para implementar cambios oportunos ante problemas o resultados desfavorables.

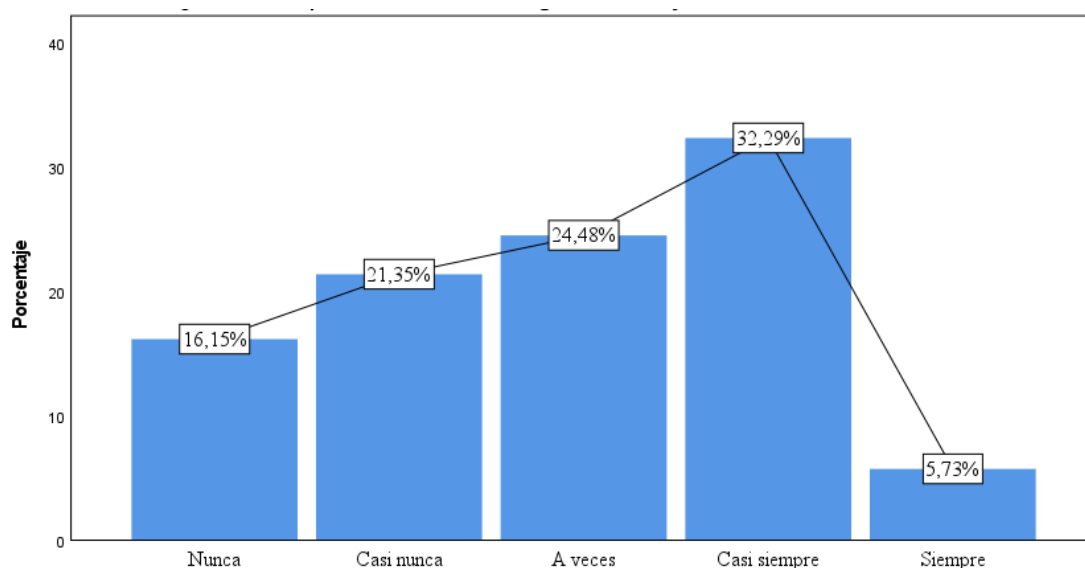
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la capacidad de realizar cambios o correcciones en el negocio presenta un nivel moderado de desarrollo.

Tabla 18 *¿Considera que las ventas de su negocio han mejorado en el último año?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	31	16,1	16,1	16,1
	Casi nunca	41	21,4	21,4	37,5
	A veces	47	24,5	24,5	62,0
	Casi siempre	62	32,3	32,3	94,3
	Siempre	11	5,7	5,7	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 17 *¿Considera que las ventas de su negocio han mejorado en el último año?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 32,3%, seguida de “a veces” con 24,5%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios percibe mejoras en sus ventas, aunque estas no son totalmente constantes. Asimismo, el 5,7% indicó “siempre”, por lo que en conjunto el 38,0% considera que las ventas han mostrado una mejora frecuente durante el último año. Por otro lado, el 21,4% respondió casi nunca y el 16,1% nunca, acumulando un 37,5%, lo que refleja que una proporción similar de negocios no percibe mejoras significativas en sus niveles de ventas.

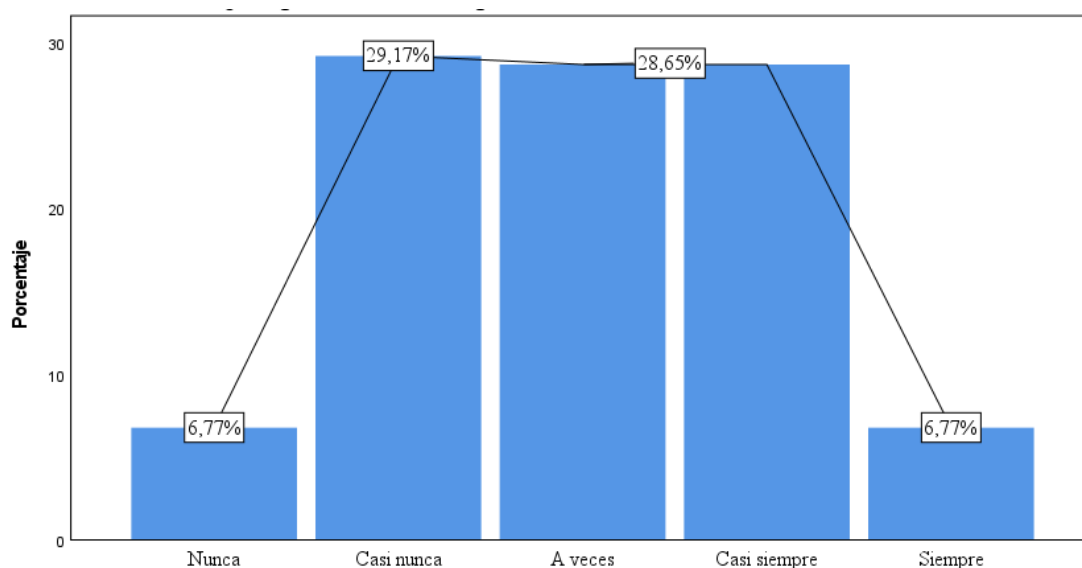
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la percepción sobre la mejora de las ventas presenta un comportamiento moderadamente favorable, aunque sin una tendencia claramente consolidada.

Tabla 19 *¿Las ganancias de su negocio han aumentado en el último año?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	6,8	6,8	6,8
	Casi nunca	56	29,2	29,2	35,9
	A veces	55	28,6	28,6	64,6
	Casi siempre	55	28,6	28,6	93,2
	Siempre	13	6,8	6,8	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 18 *¿Las ganancias de su negocio han aumentado en el último año?*



Interpretación: Se observa que las categorías “casi nunca” y “a veces” registran

porcentajes elevados (29,2% y 28,6%, respectivamente), mientras que “casi siempre” también alcanza 28,6%, lo que evidencia una percepción dividida respecto al crecimiento de las utilidades obtenidas. Asimismo, el 6,8% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 35,4% considera que las ganancias han aumentado de manera frecuente. En contraste, el 29,2% indicó casi nunca y el 6,8% nunca, acumulando un 36,0%, lo que refleja que una proporción ligeramente superior no percibe mejoras sostenidas en la rentabilidad del negocio. Además, el 28,6% señaló a veces, mostrando que para muchos negocios el incremento de ganancias ha sido variable o poco estable.

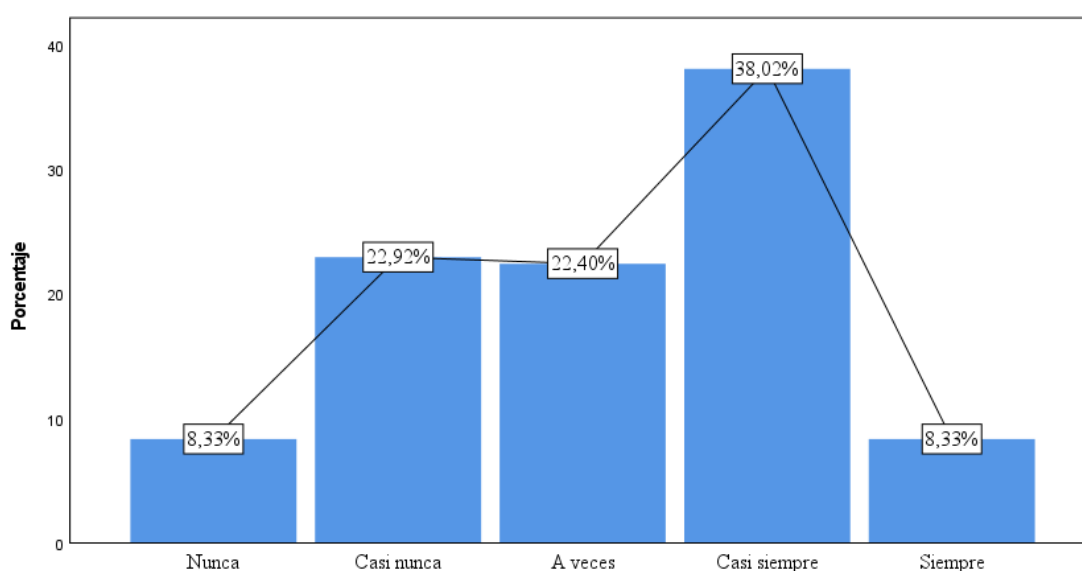
Conclusión: Los resultados permiten concluir que el aumento de las ganancias en los negocios evaluados no presenta una tendencia claramente definida, debido a que las percepciones favorables y desfavorables muestran valores similares.

Tabla 20 *¿Su negocio ha podido reinvertir en mercadería, equipos o mejoras recientemente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	44	22,9	22,9	31,3
	A veces	43	22,4	22,4	53,6
	Casi siempre	73	38,0	38,0	91,7
	Siempre	16	8,3	8,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 19 *¿Su negocio ha podido reinvertir en mercadería, equipos o mejoras recientemente?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 38,0%, lo que evidencia que una proporción importante de los negocios destina recursos para fortalecer sus operaciones y mantener su crecimiento. Asimismo, el 8,3% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 46,3% manifiesta una práctica frecuente de reinversión en elementos que contribuyen al desarrollo del negocio. Por otro lado, el 22,4% indicó a veces, reflejando que una parte de los

encuestados realiza reinversiones de manera ocasional. En contraste, el 22,9% señaló casi nunca y el 8,3% nunca, acumulando un 31,2%, lo que evidencia que todavía existe un grupo importante con limitaciones para destinar recursos a mejoras o expansión.

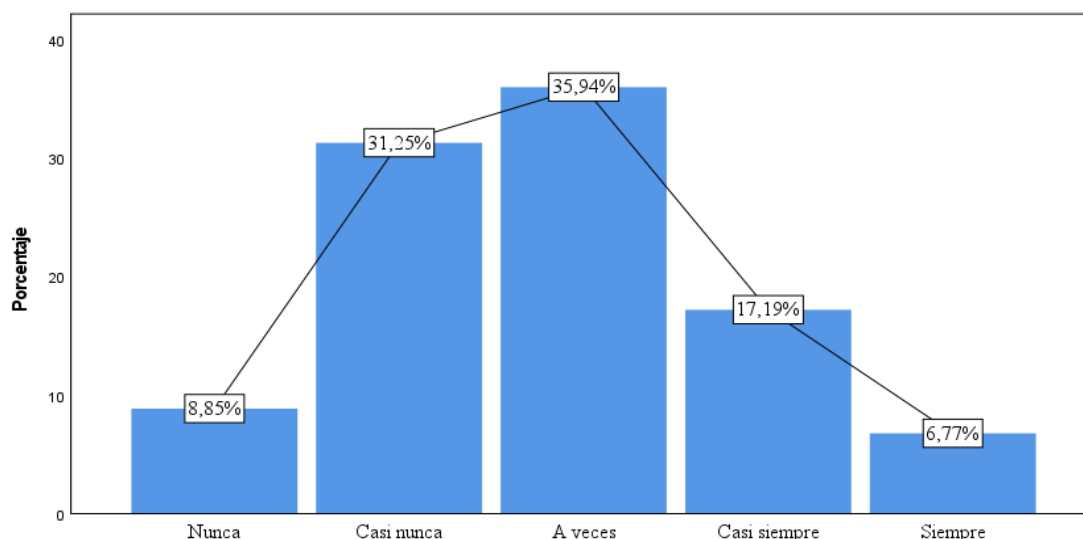
Conclusión: Los resultados permiten concluir que existe una tendencia favorable hacia la reinversión en los negocios evaluados, predominando respuestas que indican una práctica relativamente frecuente de destinar recursos a mercadería, equipos o mejoras.

Tabla 21 *¿Su negocio mantiene estabilidad económica para continuar operando normalmente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	8,9	8,9	8,9
	Casi nunca	60	31,3	31,3	40,1
	A veces	69	35,9	35,9	76,0
	Casi siempre	33	17,2	17,2	93,2
	Siempre	13	6,8	6,8	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 20 *¿Su negocio mantiene estabilidad económica para continuar operando normalmente?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 35,9%, seguida de “casi nunca” con 31,3%, lo que evidencia que una

proporción importante de los negocios percibe una estabilidad económica limitada o variable para sostener sus operaciones. Asimismo, el 17,2% respondió “casi siempre” y el 6,8% indicó “siempre”, sumando un 24,0% que manifiesta contar con una situación económica más estable y favorable para el funcionamiento continuo del negocio. En contraste, el 8,9% señaló “nunca”, por lo que el total de respuestas desfavorables (nunca y casi nunca) alcanza el 40,2%, reflejando que enfrenta dificultades para mantener condiciones económicas estables.

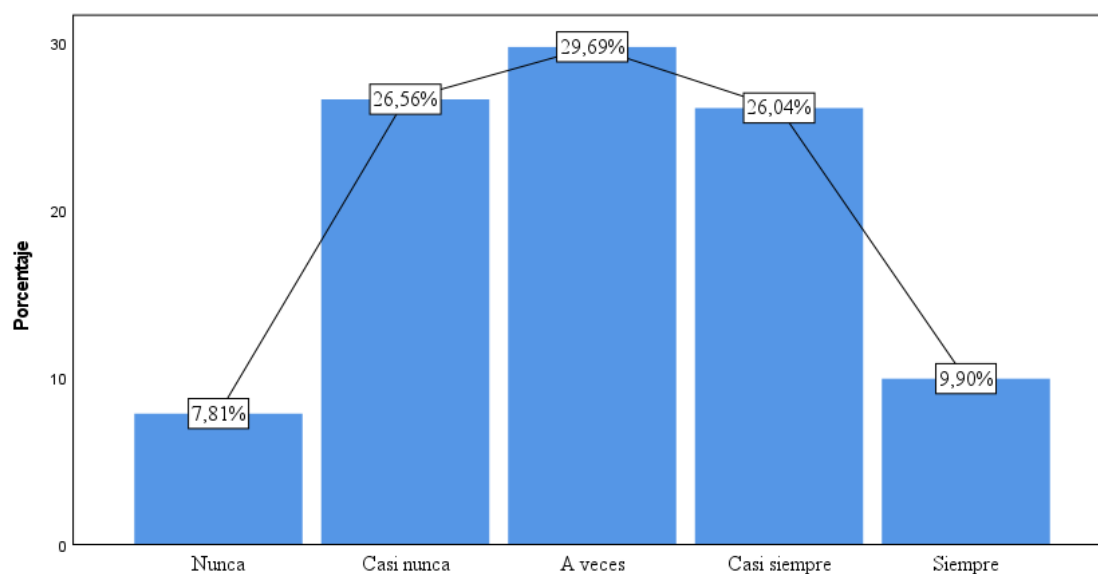
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la estabilidad económica de los negocios evaluados presenta un nivel moderado a bajo, predominando percepciones que indican estabilidad ocasional o insuficiente.

Tabla 22 *¿Considera que su negocio compite favorablemente frente a otros negocios similares?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	15	7,8	7,8	7,8
	Casi nunca	51	26,6	26,6	34,4
	A veces	57	29,7	29,7	64,1
	Casi siempre	50	26,0	26,0	90,1
	Siempre	19	9,9	9,9	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 21 *¿Considera que su negocio compite favorablemente frente a otros negocios similares?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 29,7%, lo que indica que una parte importante de los negocios percibe una capacidad competitiva intermedia o poco constante frente a su entorno. Asimismo, el 26,0% respondió “casi siempre” y el 9,9% indicó “siempre”, sumando un 35,9% que considera que su negocio mantiene una posición competitiva favorable de manera frecuente. Por otro lado, el 26,6% señaló “casi nunca” y el 7,8% “nunca”, acumulando un 34,4%, lo que refleja que una proporción similar percibe dificultades para competir exitosamente frente a negocios del mismo rubro.

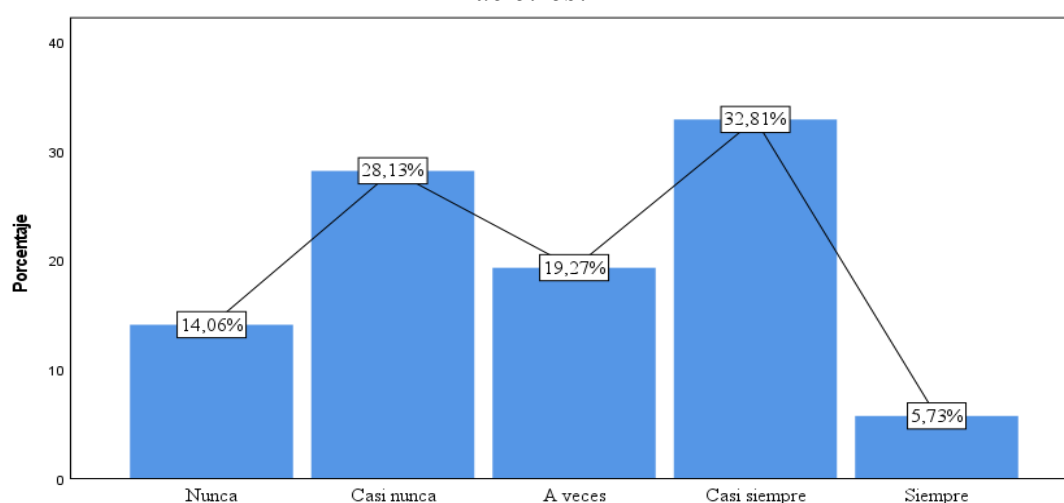
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la percepción sobre la competitividad del negocio presenta un comportamiento equilibrado entre opiniones favorables e intermedias, sin evidenciar una ventaja competitiva claramente consolidada.

Tabla 23 *¿La calidad del servicio que brinda ayuda a diferenciar su negocio de otros?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	27	14,1	14,1	14,1
	Casi nunca	54	28,1	28,1	42,2
	A veces	37	19,3	19,3	61,5
	Casi siempre	63	32,8	32,8	94,3
	Siempre	11	5,7	5,7	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 22 *¿La calidad del servicio que brinda ayuda a diferenciar su negocio de otros?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 32,8%, lo que evidencia que una proporción importante de los encuestados considera que la calidad del servicio constituye un elemento diferenciador dentro del mercado. Asimismo, el 5,7% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 38,5% percibe que la calidad del servicio contribuye frecuentemente a generar ventajas frente a otros negocios similares. Por otro lado, el 19,3% indicó “a veces”, reflejando una percepción intermedia respecto al impacto de la calidad en la diferenciación empresarial. En contraste, el 28,1% señaló “casi nunca” y el 14,1% “nunca”, acumulando un 42,2%, lo que evidencia que una proporción considerable no percibe que la calidad del servicio esté siendo utilizada de manera efectiva como factor competitivo.

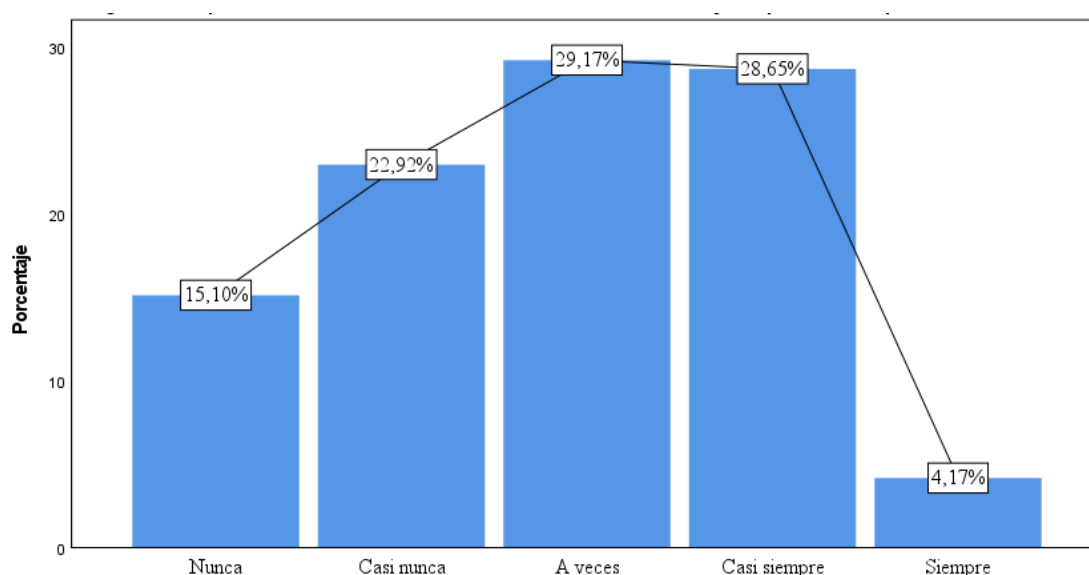
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la calidad del servicio presenta un nivel moderadamente favorable como elemento de diferenciación del negocio; sin embargo, esta ventaja aún no se encuentra plenamente consolidada.

Tabla 24 *¿Percibe que sus clientes están satisfechos con la atención y los productos que ofrece?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	29	15,1	15,1	15,1
	Casi nunca	44	22,9	22,9	38,0
	A veces	56	29,2	29,2	67,2
	Casi siempre	55	28,6	28,6	95,8
	Siempre	8	4,2	4,2	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 23 *¿Percibe que sus clientes están satisfechos con la atención y los productos que ofrece?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 29,2%, seguida muy de cerca por “casi siempre” con 28,6%, lo que evidencia que la percepción de satisfacción del cliente se mantiene en un nivel intermedio y no completamente consolidado. Asimismo, el 4,2% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 32,8% considera que sus clientes muestran satisfacción frecuente con la atención y los productos ofrecidos. Por otro lado, el 22,9% indicó “casi nunca” y el 15,1% “nunca”, acumulando un 38,0%, lo que refleja que una proporción considerable percibe limitaciones en la experiencia y conformidad de sus clientes.

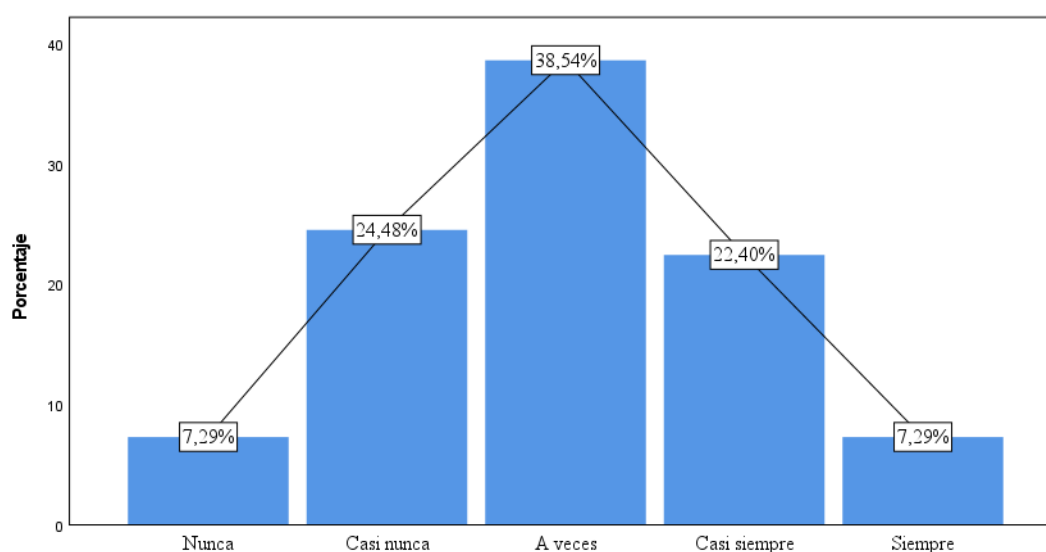
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la percepción sobre la satisfacción de los clientes presenta un nivel moderado, predominando respuestas que indican una valoración ocasional o parcialmente favorable.

Tabla 25 *¿Su negocio se adapta con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	7,3	7,3	7,3
	Casi nunca	47	24,5	24,5	31,8
	A veces	74	38,5	38,5	70,3
	Casi siempre	43	22,4	22,4	92,7
	Siempre	14	7,3	7,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 24 *¿Su negocio se adapta con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 38,5%, lo que evidencia que la capacidad de adaptación en los negocios evaluados se presenta de manera ocasional y aún no como una práctica constante. Asimismo, el 22,4% respondió “casi siempre” y el 7,3% indicó “siempre”, sumando un 29,7% que manifiesta una respuesta frecuente frente a los cambios en las preferencias y expectativas de los clientes. Por otro lado, el 24,5% señaló “casi nunca” y el 7,3%

“nunca”, acumulando un 31,8%, lo que refleja que una proporción importante enfrenta dificultades para ajustarse oportunamente a las nuevas demandas del mercado.

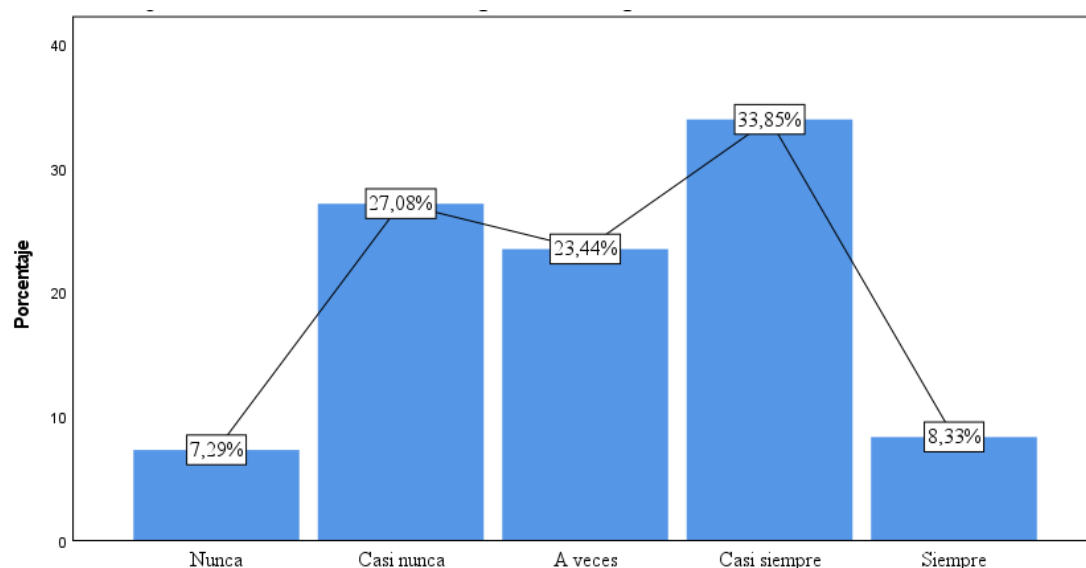
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la adaptación del negocio a las necesidades cambiantes de los clientes presenta un nivel intermedio, predominando respuestas que reflejan una capacidad de respuesta ocasional más que permanente.

Tabla 26 *¿Las actividades dentro de su negocio están organizadas de manera adecuada?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	7,3	7,3	7,3
	Casi nunca	52	27,1	27,1	34,4
	A veces	45	23,4	23,4	57,8
	Casi siempre	65	33,9	33,9	91,7
	Siempre	16	8,3	8,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 25 *¿Las actividades dentro de su negocio están organizadas de manera adecuada?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi siempre” con 33,9%, lo que evidencia que una proporción importante de los encuestados percibe que existe una organización relativamente adecuada en el desarrollo de las actividades del negocio. Asimismo, el 8,3% respondió “siempre”, por

lo que en conjunto el 42,2% considera que las actividades del negocio mantienen una organización frecuente y estructurada. Por otro lado, el 23,4% indicó “a veces”, reflejando que una parte significativa presenta niveles intermedios de organización. En contraste, el 27,1% señaló “casi nunca” y el 7,3% “nunca”, acumulando un 34,4%, lo que evidencia que aún existe un grupo considerable que percibe deficiencias en la organización interna del negocio.

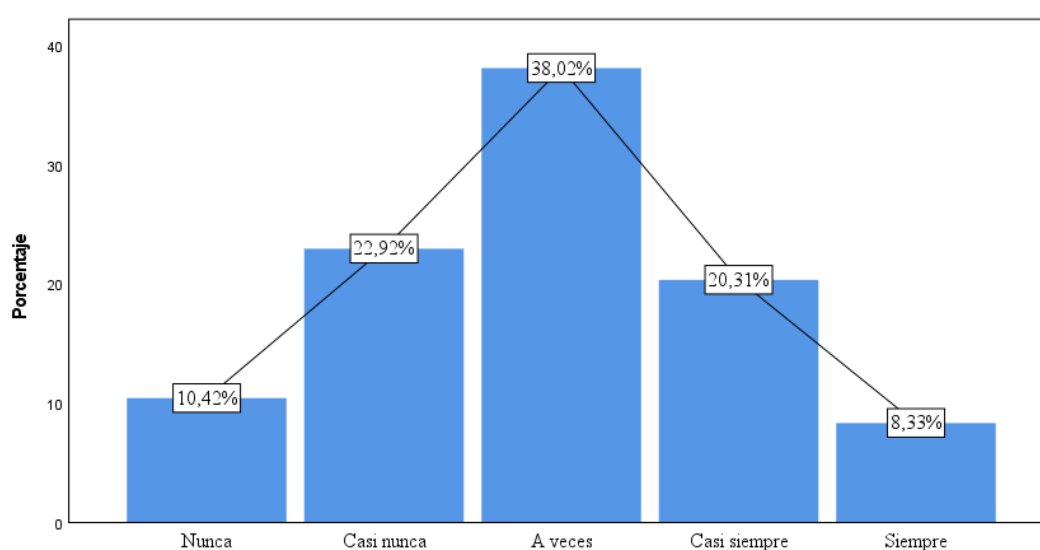
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la organización de las actividades del negocio presenta una tendencia moderadamente favorable.

Tabla 27 *¿Lleva control de compras, ventas y movimiento de productos en su negocio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	10,4	10,4	10,4
	Casi nunca	44	22,9	22,9	33,3
	A veces	73	38,0	38,0	71,4
	Casi siempre	39	20,3	20,3	91,7
	Siempre	16	8,3	8,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 26 *¿Lleva control de compras, ventas y movimiento de productos en su negocio?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 38,0%, lo que indica que una parte importante de los negocios realiza el

control de sus operaciones de manera ocasional y no como una práctica constante. Asimismo, el 20,3% respondió “casi siempre” y el 8,3% indicó “siempre”, sumando un 28,6% que manifiesta un seguimiento frecuente de los movimientos comerciales y de inventario. Por otro lado, el 22,9% señaló “casi nunca” y el 10,4% “nunca”, acumulando un 33,3%, lo que evidencia que una proporción considerable aún presenta limitaciones en el registro y control de sus operaciones.

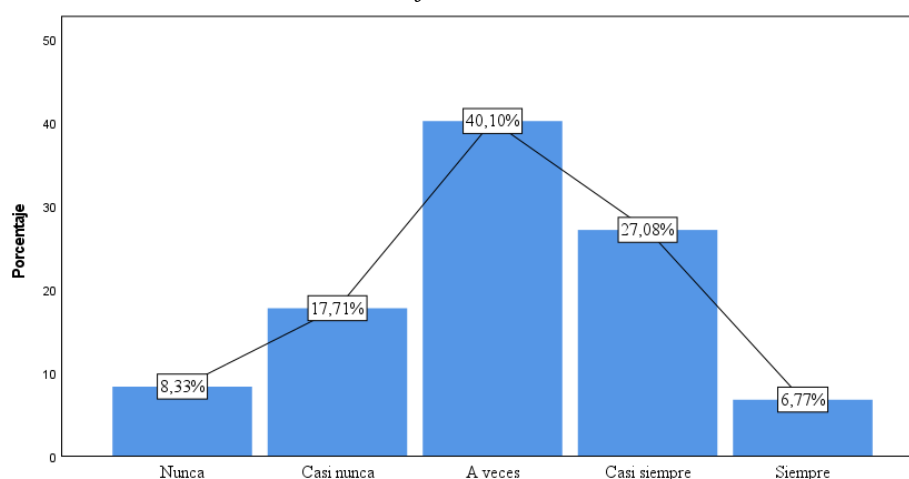
Conclusión: Los resultados permiten concluir que el control de compras, ventas y movimiento de productos en los negocios evaluados presenta un nivel intermedio, predominando prácticas ocasionales más que permanentes.

Tabla 28 *¿Las funciones o responsabilidades dentro de su negocio están claramente definidas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	8,3	8,3	8,3
	Casi nunca	34	17,7	17,7	26,0
	A veces	77	40,1	40,1	66,1
	Casi siempre	52	27,1	27,1	93,2
	Siempre	13	6,8	6,8	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 27 *¿Las funciones o responsabilidades dentro de su negocio están claramente definidas?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 40,1%, lo que evidencia que en una proporción importante de negocios

la definición de funciones se realiza de manera parcial o no completamente establecida. Asimismo, el 27,1% respondió “casi siempre” y el 6,8% indicó “siempre”, sumando un 33,9% que manifiesta contar con una asignación frecuente y clara de responsabilidades dentro del negocio. Por otro lado, el 17,7% señaló “casi nunca” y el 8,3% “nunca”, acumulando un 26,0%, lo que refleja que todavía existe un grupo considerable donde las funciones no están claramente delimitadas.

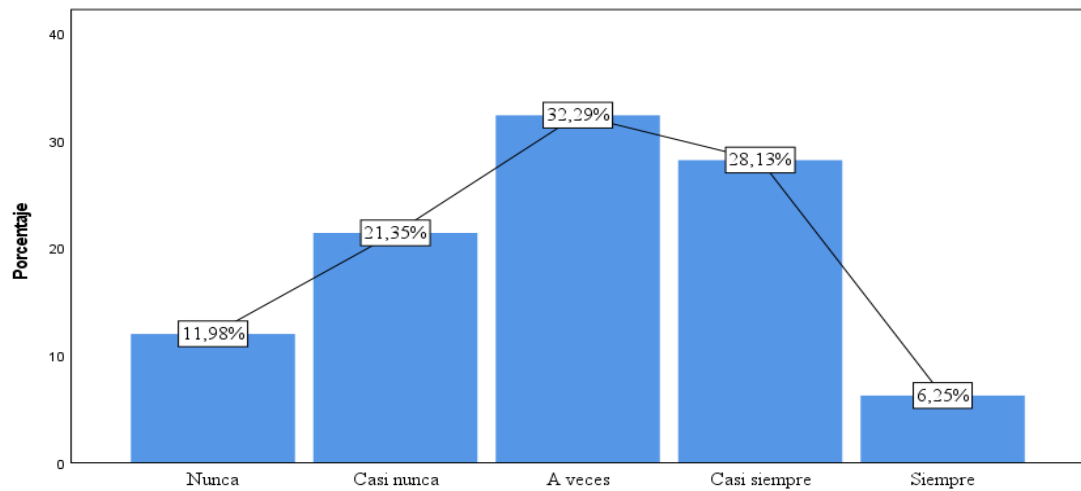
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la definición de funciones y responsabilidades en los negocios evaluados presenta un nivel intermedio de desarrollo, predominando una organización parcial de las actividades laborales.

Tabla 29 *¿Su negocio resuelve de manera oportuna los problemas que se presentan en sus actividades diarias?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	12,0	12,0	12,0
	Casi nunca	41	21,4	21,4	33,3
	A veces	62	32,3	32,3	65,6
	Casi siempre	54	28,1	28,1	93,8
	Siempre	12	6,3	6,3	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 28 *¿Su negocio resuelve de manera oportuna los problemas que se presentan en sus actividades diarias?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 32,3%, seguida de “casi siempre” con 28,1%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios atiende y soluciona los problemas operativos con una frecuencia intermedia o relativamente constante. Asimismo, el 6,3% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 34,4% manifiesta una capacidad frecuente para resolver oportunamente las dificultades que surgen en el funcionamiento diario del negocio. Por otro lado, el 21,4% indicó “casi nunca” y el 12,0% “nunca”, acumulando un 33,4%, lo que refleja que una proporción similar enfrenta limitaciones para responder de manera rápida y efectiva ante los problemas.

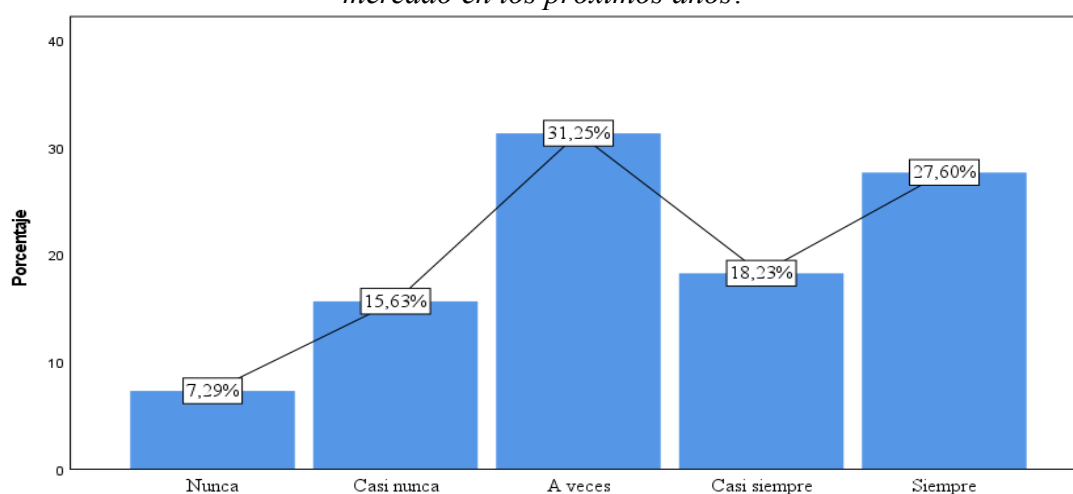
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la resolución oportuna de problemas en los negocios evaluados presenta un nivel moderado de desarrollo, predominando respuestas que reflejan una atención ocasional más que permanente frente a las dificultades operativas.

Tabla 30 *¿Considera que su negocio tiene posibilidades de mantenerse en el mercado en los próximos años?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	7,3	7,3	7,3
	Casi nunca	30	15,6	15,6	22,9
	A veces	60	31,3	31,3	54,2
	Casi siempre	35	18,2	18,2	72,4
	Siempre	53	27,6	27,6	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 29 *¿Considera que su negocio tiene posibilidades de mantenerse en el mercado en los próximos años?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 31,3%, seguida de “siempre” con 27,6%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios percibe posibilidades de permanencia, aunque con distintos niveles de seguridad respecto a su continuidad futura. Asimismo, el 18,2% respondió “casi siempre”, por lo que en conjunto el 45,8% manifiesta una percepción favorable sobre la sostenibilidad y permanencia del negocio en el mercado. Por otro lado, el 15,6% indicó “casi nunca” y el 7,3% “nunca”, acumulando un 22,9%, lo que refleja que una menor proporción presenta incertidumbre o considera limitada la capacidad de permanencia de su negocio.

Conclusión: Los resultados permiten concluir que existe una percepción moderadamente favorable respecto a la permanencia de los negocios en el mercado durante los próximos años.

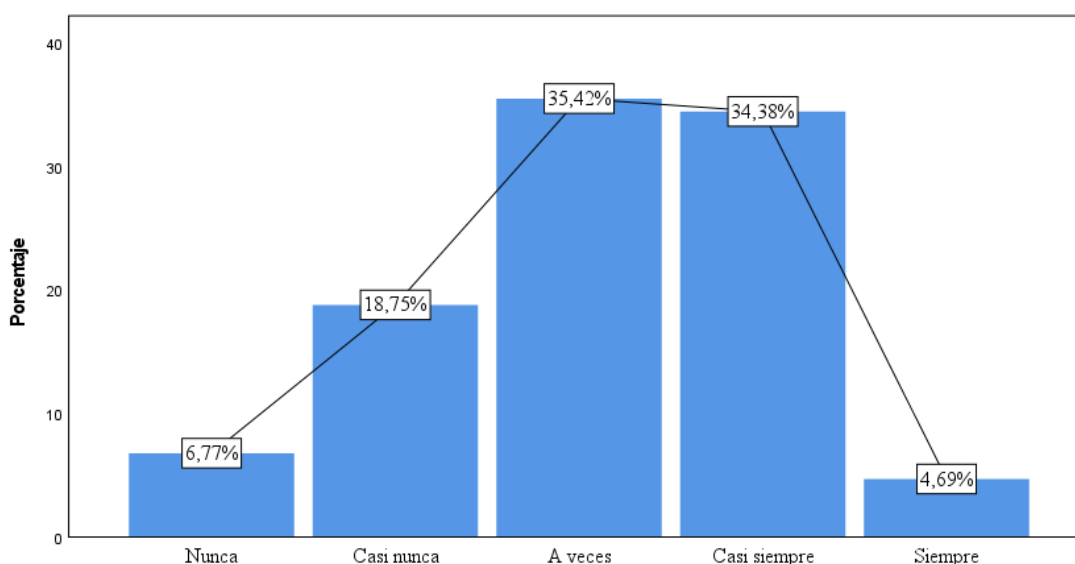
Tabla 31 *¿Tiene planes de ampliar su negocio en tamaño, productos o servicios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	6,8	6,8	6,8
	Casi nunca	36	18,8	18,8	25,5
	A veces	68	35,4	35,4	60,9
	Casi siempre	66	34,4	34,4	95,3
	Siempre	9	4,7	4,7	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 30 *¿Tiene planes de ampliar su negocio en tamaño, productos o servicios?*

Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa



“a veces” con 35,4%, seguida muy de cerca por “casi siempre” con 34,4%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios muestra intención de crecimiento, aunque esta aún no se encuentra completamente consolidada. Asimismo, el 4,7% respondió “siempre”, por lo que en conjunto el 39,1% manifiesta una orientación frecuente hacia la expansión del negocio. Por otro lado, el 18,8% indicó “casi nunca” y el 6,8% “nunca”, acumulando un 25,6%, lo que refleja que una proporción menor presenta limitadas expectativas o planes de crecimiento.

Conclusión: Los resultados permiten concluir que existe una tendencia moderadamente favorable hacia la ampliación del negocio, predominando respuestas que reflejan interés en crecer mediante el incremento del tamaño, la incorporación de nuevos productos o la ampliación de servicios.

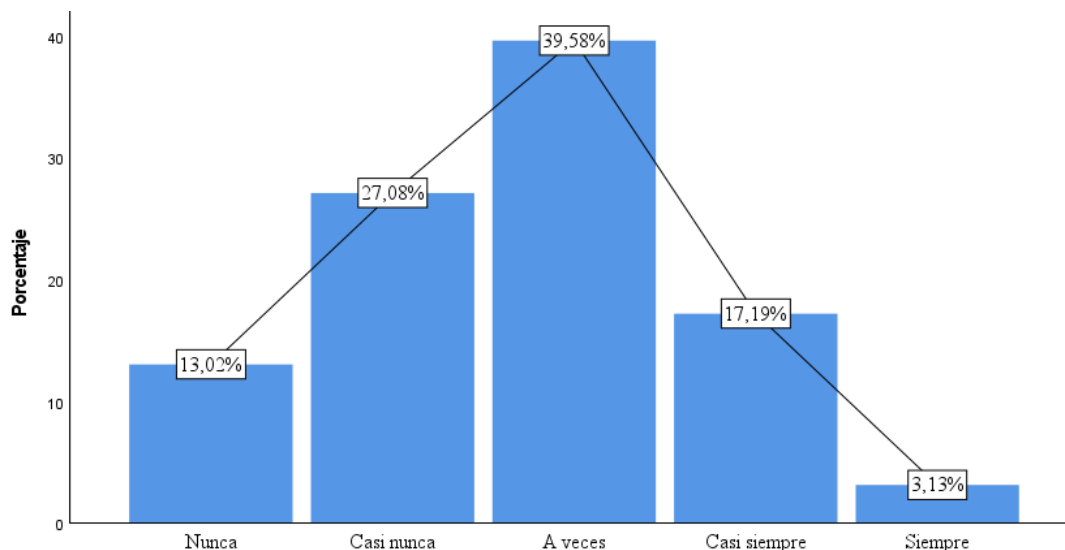
Tabla 32 *¿Su negocio incorpora nuevas ideas o formas de venta para seguir creciendo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	13,0	13,0	13,0
	Casi nunca	52	27,1	27,1	40,1
	A veces	76	39,6	39,6	79,7
	Casi siempre	33	17,2	17,2	96,9
	Siempre	6	3,1	3,1	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 31 *¿Su negocio incorpora nuevas ideas o formas de venta para seguir creciendo?*

Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “a veces” con 39,6%, lo que evidencia que una parte importante de los negocios adopta



estrategias innovadoras o nuevas modalidades de venta de manera ocasional y no como una práctica permanente. Asimismo, el 17,2% respondió “casi siempre” y el 3,1% indicó “siempre”, sumando un 20,3% que manifiesta una incorporación frecuente de innovaciones orientadas al crecimiento del negocio. Por otro lado, el 27,1% señaló “casi nunca” y el 13,0% “nunca”, acumulando un 40,1%, lo que refleja que una proporción

considerable aún presenta limitaciones para implementar cambios, innovaciones o nuevas estrategias comerciales.

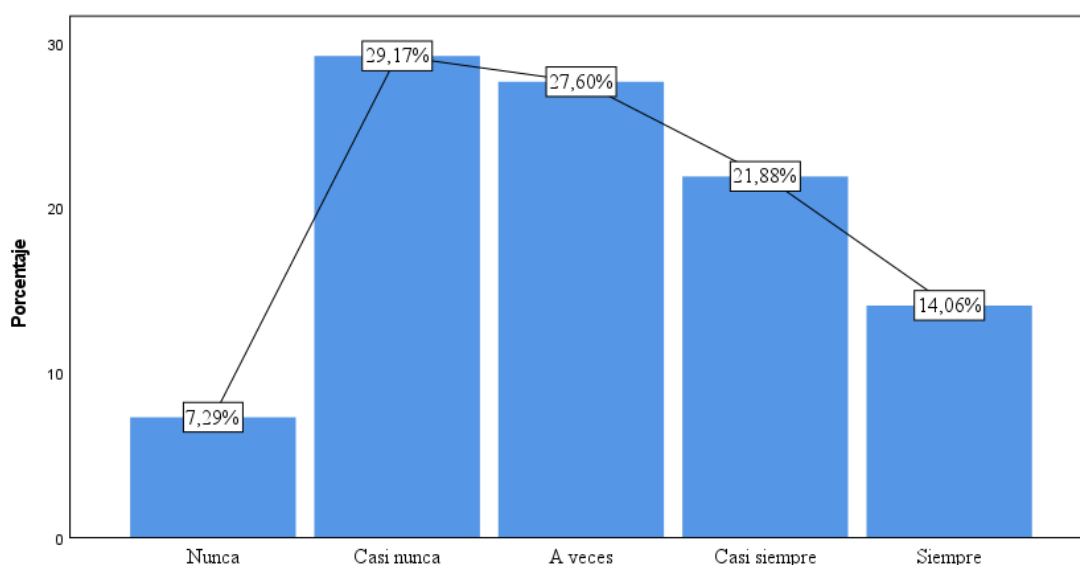
Conclusión: Los resultados permiten concluir que la incorporación de nuevas ideas o formas de venta en los negocios evaluados presenta un nivel limitado, predominando prácticas ocasionales y una baja consolidación de la innovación empresarial.

Tabla 33 *¿Considera que su negocio tiene buenas perspectivas de crecimiento a futuro?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	7,3	7,3	7,3
	Casi nunca	56	29,2	29,2	36,5
	A veces	53	27,6	27,6	64,1
	Casi siempre	42	21,9	21,9	85,9
	Siempre	27	14,1	14,1	100,0
	Total	192	100,0	100,0	

Elaboración propia

Figura 32 *¿Considera que su negocio tiene buenas perspectivas de crecimiento a futuro?*



Interpretación: Se observa que el mayor porcentaje corresponde a la alternativa “casi nunca” con 29,2%, seguida de “a veces” con 27,6%, lo que evidencia que una proporción importante de los negocios mantiene expectativas moderadas o poco

favorables respecto a su crecimiento en los próximos años. Asimismo, el 21,9% respondió “casi siempre” y el 14,1% indicó “siempre”, sumando un 36,0% que refleja una percepción positiva sobre las oportunidades de expansión y desarrollo futuro del negocio. En contraste, el 7,3% señaló “nunca”, por lo que el total de respuestas desfavorables (nunca y casi nunca) alcanza el 36,5%, porcentaje ligeramente superior al de quienes muestran expectativas favorables. Esto evidencia que las opiniones se encuentran distribuidas entre perspectivas de crecimiento positivas e incertidumbre empresarial.

Conclusión: Los resultados permiten concluir que las perspectivas de crecimiento futuro de los negocios evaluados presentan un escenario moderado y poco consolidado.

4.3. Prueba de hipótesis

Hipótesis General

Ho: El planeamiento estratégico no se relaciona significativamente con el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Ha: El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Tabla 34 *Correlaciones del Planeamiento Estratégico y el Desarrollo Empresarial*

			PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	DESARROLLO EMPRESARIAL
Rho de Spearman	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Coefficiente de correlación	1,000	,710**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	DESARROLLO EMPRESARIAL	Coefficiente de correlación	,710**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

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

Interpretación

Los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman evidencian un coeficiente de correlación de $\rho = 0.710$, con un nivel de significancia bilateral de $p = 0.000$, valor inferior al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0.05$). Esto indica la existencia de una relación positiva alta y estadísticamente significativa entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. En consecuencia, a medida que mejora el planeamiento estratégico, también tiende a mejorar el desarrollo empresarial de las MYPES. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna (H_a): “El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025”, y se rechaza la hipótesis nula (H_0). Además, el coeficiente obtenido refleja una asociación fuerte entre ambas variables, demostrando que el planeamiento estratégico constituye un factor importante para fortalecer el crecimiento y desarrollo de las MYPES del distrito.

Prueba de Hipótesis Específica 1

H_0 : El planeamiento estratégico no se relaciona significativamente con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

H_a : El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Tabla 35 *Correlaciones del Planeamiento Estratégico y el Crecimiento Económico*

			PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Crecimiento Económico
Rho de Spearman	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Coeficiente de correlación	1,000	,694**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	Crecimiento Económico	Coeficiente de correlación	,694**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

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

Interpretación

Los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman muestran un coeficiente de correlación de $\rho = 0.694$, con un nivel de significancia bilateral de $p = 0.000$, valor inferior al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0.05$). Estos resultados evidencian la existencia de una relación positiva moderadamente alta y estadísticamente significativa entre el planeamiento estratégico y el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Esto significa que, a medida que las MYPES fortalecen sus procesos de planeamiento estratégico, tienden a experimentar mayores niveles de crecimiento económico, reflejados en el incremento de ventas, utilidades, capacidad de inversión y estabilidad financiera. En consecuencia, se acepta la hipótesis alterna (H_a): “El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025”, y se rechaza la hipótesis nula (H_0). Por lo tanto, el planeamiento estratégico constituye un elemento importante para promover el crecimiento económico y fortalecer el desarrollo de las MYPES del distrito.

Prueba de Hipótesis Específica 2

H_0 : El planeamiento estratégico no se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Ha: El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Tabla 36 *Correlaciones del Planeamiento Estratégico y la Competitividad Empresarial*

			PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Competitividad Empresarial
Rho de Spearman	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Coefficiente de correlación	1,000	,422**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	Competitividad Empresarial	Coefficiente de correlación	,422**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

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

Interpretación

Los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman evidencian un coeficiente de correlación de $\rho = 0.422$, con un nivel de significancia bilateral de $p = 0.000$, valor menor al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0.05$). Estos resultados indican la existencia de una relación positiva moderada y estadísticamente significativa entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Esto significa que una mejor aplicación del planeamiento estratégico se asocia con mayores niveles de competitividad, reflejados en una mejor capacidad para posicionarse en el mercado, diferenciarse de la competencia, satisfacer a los clientes y adaptarse a los cambios del entorno empresarial. En consecuencia, se acepta la hipótesis alterna (Ha): “El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025”, y se rechaza la hipótesis nula (H0). Por lo tanto, el planeamiento estratégico contribuye de manera importante al fortalecimiento de la competitividad de las MYPES, aunque la intensidad de la relación es moderada.

Prueba de Hipótesis Específica 3

Ho: El planeamiento estratégico no se relaciona significativamente con la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Ha: El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Tabla 37 *Correlaciones del Planeamiento Estratégico y la Gestión Organizacional*

			PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Gestión Organizacional
Rho de Spearman	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Coefficiente de correlación	1,000	,669**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	Gestión Organizacional	Coefficiente de correlación	,669**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

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

Interpretación

Los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman muestran un coeficiente de correlación de $\rho = 0.669$, con un nivel de significancia bilateral de $p = 0.000$, valor inferior al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0.05$). Estos resultados evidencian la existencia de una relación positiva moderadamente alta y estadísticamente significativa entre el planeamiento estratégico y la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Esto significa que, a medida que las MYPES fortalecen sus procesos de planeamiento estratégico, también mejoran su capacidad para planificar, organizar, dirigir y controlar eficientemente sus recursos y actividades empresariales. En consecuencia, se acepta la hipótesis alterna (Ha): “El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025”, y se rechaza la hipótesis nula (H0). Por lo tanto, el planeamiento estratégico constituye

un elemento fundamental para fortalecer la gestión organizacional y mejorar el desempeño administrativo de las MYPES del distrito de Yanahuanca.

Prueba de Hipótesis Específica 4

Ho: El planeamiento estratégico no se relaciona significativamente con la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Ha: El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.

Tabla 38 *Correlaciones del Planeamiento Estratégico y la Sostenibilidad y Proyección Empresarial*

			PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Sostenibilidad y Proyección Empresarial
Rho de Spearman	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Coefficiente de correlación	1,000	,647**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	192	192
	Sostenibilidad y Proyección Empresarial	Coefficiente de correlación	,647**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	192	192

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

Interpretación

Los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman evidencian un coeficiente de correlación de $\rho = 0.647$, con un nivel de significancia bilateral de $p = 0.000$, valor inferior al nivel de significancia establecido ($\alpha = 0.05$). Estos resultados demuestran la existencia de una relación positiva moderadamente alta y estadísticamente significativa entre el planeamiento estratégico y la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Esto significa que las MYPES que aplican de manera adecuada el planeamiento estratégico presentan mayores posibilidades de permanencia en el mercado, capacidad de

adaptación a los cambios del entorno, desarrollo de iniciativas innovadoras y mejores perspectivas de crecimiento futuro. En consecuencia, se acepta la hipótesis alterna (H_a): “El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025”, y se rechaza la hipótesis nula (H_0). Por lo tanto, el planeamiento estratégico constituye un factor importante para fortalecer la sostenibilidad empresarial y favorecer la proyección y crecimiento futuro de las MYPES del distrito de Yanahuanca.

4.4. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos para la hipótesis general evidenciaron una correlación positiva alta entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES del distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025 ($\rho = 0.710$; $p = 0.000$), confirmando la existencia de una relación significativa entre ambas variables. Este hallazgo coincide con lo reportado por Flores et al. (2024), quienes encontraron una correlación de $\rho = 0.729$ entre la planeación estratégica y la competitividad empresarial en pymes mexicanas, concluyendo que la implementación de estrategias fortalece el desempeño organizacional. De igual manera, los resultados son consistentes con los obtenidos por Huamán Torres y Salazar Rojas (2024), quienes reportaron una correlación de $\rho = 0.743$ entre gestión estratégica y desarrollo empresarial en MYPES de Trujillo, así como con García Rojas (2023), quien encontró una correlación de $\rho = 0.734$ en MYPES de Yanacancha, Pasco.

Desde el punto de vista teórico, estos resultados respaldan lo señalado por David (2021), quien sostiene que el planeamiento estratégico permite formular, implementar y evaluar decisiones orientadas al logro de objetivos organizacionales; asimismo, coinciden con Daft (2022), quien afirma que la planificación estratégica facilita la adaptación de las organizaciones a entornos dinámicos, y con Porter (2021), quien

destaca que las empresas con estrategias definidas desarrollan ventajas competitivas sostenibles.

El aporte principal de la presente investigación radica en demostrar empíricamente que el planeamiento estratégico constituye un factor determinante para el fortalecimiento del desarrollo empresarial en las MYPES de Yanahuanca, proporcionando evidencia local que puede servir de base para el diseño de programas de capacitación y asistencia técnica orientados al fortalecimiento de la gestión empresarial.

Los resultados correspondientes a la primera hipótesis específica mostraron una correlación positiva moderadamente alta entre el planeamiento estratégico y el crecimiento económico de las MYPES ($\rho = 0.694$; $p = 0.000$), lo que confirma que ambas variables se encuentran significativamente relacionadas. Este resultado guarda similitud con el estudio de Huamán Torres y Salazar Rojas (2024), quienes concluyeron que una adecuada gestión estratégica impulsa el crecimiento y sostenibilidad de las MYPES. Asimismo, coincide con García Rojas (2023), quien determinó que la aplicación del planeamiento estratégico favorece el crecimiento empresarial en las MYPES de Pasco.

Estos resultados encuentran sustento en las aportaciones de Scarborough (2022), quien señala que el crecimiento económico empresarial se refleja en el incremento de ingresos, rentabilidad y expansión de operaciones. Del mismo modo, el World Bank (2023) sostiene que el crecimiento de las MYPES contribuye significativamente al desarrollo económico local, mientras que Barringer (2021) afirma que las empresas que implementan estrategias orientadas a la innovación y eficiencia alcanzan mayores niveles de crecimiento sostenible.

El aporte de esta investigación consiste en evidenciar que las MYPES de Yanahuanca que aplican prácticas de planeamiento estratégico presentan mejores condiciones para incrementar sus ventas, fortalecer su estabilidad financiera y ampliar sus oportunidades de inversión.

Los resultados obtenidos para la segunda hipótesis específica evidenciaron una correlación positiva moderada entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial ($\rho = 0.422$; $p = 0.000$). Aunque la intensidad de la relación es menor que en las demás dimensiones, sigue siendo estadísticamente significativa, confirmando que el planeamiento estratégico contribuye al fortalecimiento competitivo de las MYPES.

Este resultado coincide con Ramos García (2022), quien encontró una correlación de $\rho = 0.685$ entre planeamiento estratégico y competitividad empresarial en MYPES de Arequipa. Asimismo, guarda relación con los hallazgos de Flores et al. (2024), quienes reportaron una correlación de $\rho = 0.729$ entre planeación estratégica y competitividad, y con López Mendoza (2022), quien concluyó que la gestión estratégica mejora el posicionamiento y desempeño competitivo de las MYPES de Cerro de Pasco.

Desde la perspectiva teórica, Grant (2021) sostiene que la competitividad empresarial depende de la capacidad de generar ventajas competitivas sostenibles. Asimismo, la CEPAL (2022) destaca que la competitividad de las MYPES está asociada a la innovación, calidad y adaptación al mercado, mientras que Ireland (2022) señala que las organizaciones competitivas son aquellas que aprovechan adecuadamente las oportunidades del entorno.

El aporte de la investigación radica en demostrar que el fortalecimiento de la planificación estratégica puede contribuir a mejorar la capacidad competitiva de las

MYPES de Yanahuanca, favoreciendo su posicionamiento en mercados cada vez más exigentes.

Respecto a la tercera hipótesis específica, se obtuvo una correlación positiva moderadamente alta entre el planeamiento estratégico y la gestión organizacional ($\rho = 0.669$; $p = 0.000$), confirmando la existencia de una relación significativa entre ambas variables.

Este resultado es consistente con el estudio realizado por Perugachi Cruz et al. (2025), quienes identificaron correlaciones elevadas entre gestión estratégica y dirección organizacional ($\rho = 0.897$). Asimismo, coincide con Quispe Huamán (2023), quien concluyó que el planeamiento estratégico mejora significativamente la gestión empresarial, y con Mendoza Quispe (2021), quien evidenció que la gestión estratégica contribuye al desarrollo empresarial en contextos locales.

Los resultados también encuentran respaldo teórico en Robbins (2021), quien sostiene que la gestión organizacional implica coordinar eficientemente los recursos para alcanzar objetivos empresariales. De igual manera, Coulter (2022) afirma que una adecuada gestión organizacional mejora la productividad y la toma de decisiones, mientras que la OECD (2023) señala que las MYPES que fortalecen sus procesos de gestión alcanzan mejores niveles de desempeño y sostenibilidad.

El principal aporte de esta investigación consiste en evidenciar que la planificación estratégica fortalece la organización interna de las MYPES, favoreciendo una gestión más eficiente y orientada al logro de resultados.

Los resultados correspondientes a la cuarta hipótesis específica evidenciaron una correlación positiva moderadamente alta entre el planeamiento estratégico y la sostenibilidad y proyección empresarial ($\rho = 0.647$; $p = 0.000$), confirmando una relación significativa entre ambas variables.

Este hallazgo coincide con Huamán Torres y Salazar Rojas (2024), quienes concluyeron que la gestión estratégica impulsa la sostenibilidad de las MYPES. Asimismo, guarda relación con García Rojas (2023), quien determinó que el planeamiento estratégico favorece la sostenibilidad empresarial, y con Cárdenas López (2021), quien encontró que el planeamiento estratégico mejora el desempeño empresarial de manera sostenida.

Desde el ámbito teórico, Schaltegger (2021) sostiene que la sostenibilidad empresarial implica integrar estrategias económicas, sociales y ambientales que aseguren la permanencia de la organización. Asimismo, el World Bank (2023) destaca que las empresas sostenibles son aquellas capaces de adaptarse a los cambios del entorno, mientras que Hisrich (2021) señala que la proyección empresarial depende de la capacidad de innovación y planificación estratégica.

El aporte de esta investigación consiste en demostrar que las MYPES de Yanahuanca que desarrollan procesos de planeamiento estratégico presentan mayores posibilidades de permanencia en el mercado, adaptación al entorno y crecimiento futuro, contribuyendo así al fortalecimiento del tejido empresarial local.

CONCLUSIONES

Se concluye que existe una relación positiva alta y estadísticamente significativa entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025, evidenciada por un coeficiente de correlación Rho de Spearman de $\rho = 0.710$ y un nivel de significancia de $p = 0.000$. Esto demuestra que una adecuada planificación estratégica contribuye al fortalecimiento del desarrollo empresarial, favoreciendo el crecimiento, competitividad, gestión y sostenibilidad de las MYPES.

Se concluye que existe una relación positiva moderadamente alta y significativa entre el planeamiento estratégico y el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025, obteniéndose un coeficiente $\rho = 0.694$ y un valor de $p = 0.000$. Este resultado indica que las MYPES que desarrollan procesos de planificación estratégica presentan mejores niveles de crecimiento económico, reflejados en mayores ingresos, rentabilidad, capacidad de inversión y estabilidad financiera.

Se concluye que existe una relación positiva moderada y significativa entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025, con un coeficiente de correlación de $\rho = 0.422$ y un nivel de significancia de $p = 0.000$. Esto evidencia que la implementación de estrategias empresariales favorece el posicionamiento competitivo de las MYPES, mejorando su capacidad de adaptación, diferenciación y satisfacción de las necesidades del mercado.

Se concluye que existe una relación positiva moderadamente alta y significativa entre el planeamiento estratégico y la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025, al obtenerse un coeficiente $\rho = 0.669$ y un valor de $p = 0.000$. Este hallazgo demuestra que la planificación estratégica fortalece la organización interna de las empresas, contribuyendo a una mejor coordinación de recursos, procesos administrativos y toma de decisiones.

Se concluye que existe una relación positiva moderadamente alta y significativa entre el planeamiento estratégico y la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025, evidenciada por un coeficiente $\rho = 0.647$ y un nivel de significancia de $p = 0.000$. Esto confirma que las MYPES que aplican herramientas de planeamiento estratégico poseen mayores posibilidades de permanencia en el mercado, capacidad de adaptación a los cambios del entorno y mejores perspectivas de crecimiento y desarrollo futuro.

RECOMENDACIONES

A los propietarios y administradores de las MYPES del distrito de Yanahuanca se les recomienda fortalecer la aplicación del planeamiento estratégico mediante la formulación de una misión, visión, valores y objetivos claramente definidos, ya que los resultados de la investigación evidenciaron una relación positiva alta entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial ($\rho = 0.710$; $p = 0.000$). Asimismo, los resultados descriptivos mostraron que una proporción importante de negocios aún presenta debilidades en la definición de su visión empresarial, valores organizacionales y objetivos anuales, aspectos fundamentales para orientar el crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

Se recomienda implementar programas de capacitación en gestión estratégica y planificación empresarial dirigidos a las MYPES, con énfasis en la elaboración de planes de crecimiento, gestión financiera y reinversión de utilidades. Esta recomendación se sustenta en la relación significativa encontrada entre el planeamiento estratégico y el crecimiento económico ($\rho = 0.694$; $p = 0.000$), así como en los resultados de la encuesta que muestran niveles moderados de mejora en ventas, ganancias y estabilidad económica, evidenciando la necesidad de fortalecer las capacidades empresariales para lograr un crecimiento más sostenido.

Se recomienda promover estrategias orientadas al fortalecimiento de la competitividad empresarial, mediante la mejora continua de la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y la adaptación a las nuevas demandas del mercado. Esta recomendación se fundamenta en la relación significativa entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial ($\rho = 0.422$; $p = 0.000$), así como en los resultados que evidencian que una proporción importante de empresarios percibe limitaciones en la diferenciación de sus negocios, la satisfacción de sus clientes y su capacidad para competir favorablemente frente a otros establecimientos similares.

Se recomienda fortalecer la gestión organizacional mediante la implementación de sistemas de control interno, registros de compras y ventas, definición clara de funciones y mecanismos de seguimiento al cumplimiento de objetivos. Esta recomendación responde a la relación positiva encontrada entre el planeamiento estratégico y la gestión organizacional ($\rho = 0.669$; $p = 0.000$), además de los resultados descriptivos que muestran que muchos negocios aún realizan de manera ocasional el control de sus operaciones, la evaluación de resultados y la definición de responsabilidades dentro de la organización.

Se recomienda fomentar una cultura de innovación y sostenibilidad empresarial mediante la incorporación de nuevas formas de comercialización, herramientas digitales, estrategias de adaptación al mercado y planes de expansión a largo plazo. Esta recomendación se sustenta en la relación significativa entre el planeamiento estratégico y la sostenibilidad y proyección empresarial ($\rho = 0.647$; $p = 0.000$). Asimismo, los resultados de la encuesta evidenciaron que la incorporación de nuevas ideas de venta, la innovación empresarial y las perspectivas de crecimiento futuro presentan niveles moderados e incluso limitados en una proporción importante de las MYPES, lo que hace necesario fortalecer su capacidad de adaptación y permanencia en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Psychological Association. (2021). Ethical principles of psychologists and code of conduct. APA.
- Arias, F. G. (2021). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (7.^a ed.). Episteme.
- Barney, J. (2021). Gaining and sustaining competitive advantage (5th ed.). Pearson.
- Barringer, B. R. (2021). Entrepreneurship: Successfully launching new ventures (6th ed.). Pearson.
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2022). Management: *Leading & collaborating in a competitive world* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Bernal, C. A. (2021). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (4.^a ed.). Pearson.
- Bunge, M. (2021). La investigación científica: *Su estrategia y su filosofía*. Siglo XXI Editores.
- Cárdenas López, J. (2021). Planeamiento estratégico y desempeño empresarial en las MYPES del sector comercial en Chiclayo [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional]. Repositorio institucional.
- CEPAL. (2022). Mipymes en América Latina: *Un análisis de su desarrollo*. Naciones Unidas.
- Coulter, M. (2022). *Management* (15th ed.). Pearson.
- Daft, R. L. (2022). *Management* (14th ed.). Cengage Learning.
- David, F. R. (2021). Strategic management: *Concepts and cases* (17th ed.). Pearson.
- Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A., & Lee, S. (2021). *Strategic management* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Drucker, P. F. (2021). Management challenges for the 21st century. Routledge.
- Elkington, J. (2021). Green swans: *The coming boom in regenerative capitalism*. Fast Company Press.

- Flores, M., Vargas, J., Saavedra, M., & Arellano, L. (2024). Efecto de la planeación estratégica en la competitividad de pymes lideradas por mujeres. Caso Hidalgo. *Revista científica*.
- García Rojas, P. (2023). Planeamiento estratégico y desarrollo empresarial en las MYPES del distrito de Yanacancha, Pasco [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. Repositorio institucional.
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary strategy analysis* (11th ed.). Wiley.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2022). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2021). *Strategic management theory* (13th ed.). Cengage Learning.
- Hisrich, R. D. (2021). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2022). *Strategic management: Competitiveness and globalization* (14th ed.). Cengage Learning.
- Huamán Torres, R., & Salazar Rojas, M. (2024). Gestión estratégica y desarrollo empresarial en las MYPES del sector comercial en Trujillo [Tesis de licenciatura, Universidad Privada]. Repositorio institucional.
- Ireland, R. D. (2022). *Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage*. Wiley.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2021). *Exploring strategy* (12th ed.). Pearson.
- Kuratko, D. F. (2021). *Entrepreneurship: Theory, process and practice* (11th ed.). Cengage Learning.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2022). *Small business management* (19th ed.). Cengage Learning.

- López Mendoza, J. (2022). Gestión estratégica y competitividad en las MYPES del sector comercial en Cerro de Pasco [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. Repositorio institucional.
- Mendoza Quispe, R. (2021). Gestión estratégica y desarrollo empresarial en las MYPES del distrito de Chaupimarca, Pasco [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. Repositorio institucional.
- OECD. (2023). SME and entrepreneurship outlook 2023. OECD Publishing.
- Perugachi Cruz, J., Suárez González, K., & Bonilla Tomalá, M. (2025). Gestión estratégica y su relación con el desempeño organizacional de las Pymes ferreteras del cantón La Libertad. *Revista LATAM*, 5(1), 1–15.
- Porter, M. E. (2021). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Quispe Huamán, L. (2023). Planeamiento estratégico y gestión empresarial en las MYPES del sector comercial en Lima Metropolitana [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional.
- Ramos García, P. (2022). Planeamiento estratégico y competitividad en las MYPES del sector servicios en Arequipa [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín]. Repositorio institucional.
- Robbins, S. P. (2021). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.
- Rothaermel, F. T. (2021). *Strategic management* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Scarborough, N. M. (2022). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (9th ed.). Pearson.
- Schaltegger, S. (2021). *Sustainability management*. Springer.
- Suárez González, K., & Reyes Tomalá, J. (2024). Plan de responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva en microempresas. *Revista LATAM*, 4(2), 1–14.

Supo, J. (2025). Metodología de la investigación científica. Bioestadístico EIRL.

Tamayo y Tamayo, M. (2021). El proceso de la investigación científica (5.^a ed.). Limusa.

Thompson, A. A., Strickland, A. J., & Gamble, J. E. (2022). *Crafting and executing strategy* (23rd ed.). McGraw-Hill.

Triola, M. F. (2021). *Estadística* (13.^a ed.). Pearson.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2022). Strategic management and business policy (16th ed.).
Pearson.

World Bank. (2023). Small business development report. World Bank Publications.

ANEXOS

ANEXO No. 1: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO

Variable 1: PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

Instrucciones: Lea atentamente cada una de las preguntas y seleccione solo una alternativa, aquella que mejor refleje su opinión. No existen respuestas correctas o incorrectas, ya que el objetivo es conocer su percepción. Se le solicita responder con sinceridad y tranquilidad. Asimismo, se garantiza que la información proporcionada será confidencial y utilizada únicamente con fines académicos.

Ítems	V.1: PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
	D1. Direccionamiento estratégico					
1	¿Su negocio tiene una misión definida que oriente sus actividades?					
2	¿Su negocio cuenta con una visión clara sobre lo que desea lograr en el futuro?					
3	¿En su negocio se han establecido valores que orienten la atención al cliente y el trabajo diario?					
4	¿Su negocio tiene objetivos claros para el presente año?					
	D2. Análisis estratégico					
5	¿Usted identifica las principales fortalezas de su negocio frente a la competencia?					
6	¿Reconoce las debilidades o limitaciones que tiene su negocio?					
7	¿Analiza las oportunidades del mercado para mejorar o ampliar su negocio?					
8	¿Considera los riesgos externos que pueden afectar el funcionamiento de su negocio?					
	D3. Formulación estratégica					
9	¿Su negocio define estrategias para aumentar sus ventas?					
10	¿Cuenta con planes para mejorar la atención, organización o servicios de su negocio?					
11	¿Planifica con anticipación el uso del dinero, productos o materiales del negocio?					
12	¿Las decisiones importantes del negocio se toman con planificación y no de manera improvisada?					
	D4. Implementación y control estratégico					
13	¿Pone en práctica las acciones que planifica para mejorar su negocio?					
14	¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones que aplica en su negocio?					
15	¿Evalúa si su negocio está cumpliendo los objetivos propuestos?					
16	¿Realiza cambios o correcciones cuando algo no funciona como esperaba en su negocio?					

ANEXO No. 02 CUESTIONARIO

Variable 2: DESARROLLO EMPRESARIAL

Instrucciones: Lea atentamente cada una de las preguntas y seleccione solo una alternativa, aquella que mejor refleje su opinión. No existen respuestas correctas o incorrectas, ya que el objetivo es conocer su percepción. Se le solicita responder con sinceridad y tranquilidad. Asimismo, se garantiza que la información proporcionada será confidencial y utilizada únicamente con fines académicos.

Ítems	V.2: DESARROLLO EMPRESARIAL	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
	D1. Crecimiento económico					
17	¿Considera que las ventas de su negocio han mejorado en el último año?					
18	¿Las ganancias de su negocio han aumentado en el último año?					
19	¿Su negocio ha podido reinvertir en mercadería, equipos o mejoras recientemente?					
20	¿Su negocio mantiene estabilidad económica para continuar operando normalmente?					
	D2. Competitividad empresarial					
21	¿Considera que su negocio compite favorablemente frente a otros negocios similares?					
22	¿La calidad del servicio que brinda ayuda a diferenciar su negocio de otros?					
23	¿Percibe que sus clientes están satisfechos con la atención y los productos que ofrece?					
24	¿Su negocio se adapta con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes?					
	D3. Gestión organizacional					
25	¿Las actividades dentro de su negocio están organizadas de manera adecuada?					
26	¿Lleva control de compras, ventas y movimiento de productos en su negocio?					
27	¿Las funciones o responsabilidades dentro de su negocio están claramente definidas?					
28	¿Su negocio resuelve de manera oportuna los problemas que se presentan en sus actividades diarias?					
	D4. Sostenibilidad y proyección empresarial					
29	¿Considera que su negocio tiene posibilidades de mantenerse en el mercado en los próximos años?					
30	¿Tiene planes de ampliar su negocio en tamaño, productos o servicios?					
31	¿Su negocio incorpora nuevas ideas o formas de venta para seguir creciendo?					
32	¿Considera que su negocio tiene buenas perspectivas de crecimiento a futuro?					

ANEXO No. 3

PROCEDIMIENTO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS CON EL ALFA DE CRONBACH

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en elementos		
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,914	,914	32

Estadísticas de elemento			
	Media	Desviación estándar	N
¿Su negocio tiene una misión definida que oriente sus actividades?	3,20	1,159	192
¿Su negocio cuenta con una visión clara sobre lo que desea lograr en el futuro?	2,85	1,139	192
¿En su negocio se han establecido valores que orienten la atención al cliente y el trabajo diario?	2,72	1,247	192
¿Su negocio tiene objetivos claros para el presente año?	2,95	1,181	192
¿Usted identifica las principales fortalezas de su negocio frente a la competencia?	3,13	1,160	192
¿Reconoce las debilidades o limitaciones que tiene su negocio?	2,99	1,038	192
¿Analiza las oportunidades del mercado para mejorar o ampliar su negocio?	3,07	1,056	192
¿Considera los riesgos externos que pueden afectar el funcionamiento de su negocio?	3,25	1,112	192
¿Su negocio define estrategias para aumentar sus ventas?	3,11	1,177	192
¿Cuenta con planes para mejorar la atención, organización o servicios de su negocio?	3,08	1,150	192
¿Planifica con anticipación el uso del dinero, productos o materiales del negocio?	3,13	1,053	192
¿Las decisiones importantes del negocio se toman con planificación y no de manera improvisada?	3,03	1,111	192
¿Pone en práctica las acciones que planifica para mejorar su negocio?	3,38	1,016	192
¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones que aplica en su negocio?	3,44	1,124	192
¿Evalúa si su negocio está cumpliendo los objetivos propuestos?	2,95	1,192	192
¿Realiza cambios o correcciones cuando algo no funciona como esperaba en su negocio?	2,98	1,238	192
¿Considera que las ventas de su negocio han mejorado en el último año?	2,90	1,187	192
¿Las ganancias de su negocio han aumentado en el último año?	2,99	1,061	192
¿Su negocio ha podido reinvertir en mercadería, equipos o mejoras recientemente?	3,15	1,122	192
¿Su negocio mantiene estabilidad económica para continuar operando normalmente?	2,82	1,040	192
¿Considera que su negocio compite favorablemente frente a otros negocios similares?	3,04	1,113	192
¿La calidad del servicio que brinda ayuda a diferenciar su negocio de otros?	2,88	1,181	192
¿Percibe que sus clientes están satisfechos con la atención y los productos que ofrece?	2,84	1,126	192
¿Su negocio se adapta con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes?	2,98	1,028	192
¿Las actividades dentro de su negocio están organizadas de manera adecuada?	3,09	1,110	192
¿Lleva control de compras, ventas y movimiento de productos en su negocio?	2,93	1,088	192
¿Las funciones o responsabilidades dentro de su negocio están claramente definidas?	3,06	1,026	192
¿Su negocio resuelve de manera oportuna los problemas que se presentan en sus actividades diarias?	2,95	1,108	192
¿Considera que su negocio tiene posibilidades de mantenerse en el mercado en los próximos años?	3,43	1,247	192
¿Tiene planes de ampliar su negocio en tamaño, productos o servicios?	3,11	,991	192
¿Su negocio incorpora nuevas ideas o formas de venta para seguir creciendo?	2,70	1,003	192
¿Considera que su negocio tiene buenas perspectivas de crecimiento a futuro?	3,06	1,170	192

Validación de cada pregunta con el alfa de Cronbach

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Su negocio tiene una misión definida que oriente sus actividades?	,910
¿Su negocio cuenta con una visión clara sobre lo que desea lograr en el futuro?	,909
¿En su negocio se han establecido valores que orienten la atención al cliente y el trabajo diario?	,913
¿Su negocio tiene objetivos claros para el presente año?	,910
¿Usted identifica las principales fortalezas de su negocio frente a la competencia?	,912
¿Reconoce las debilidades o limitaciones que tiene su negocio?	,914
¿Analiza las oportunidades del mercado para mejorar o ampliar su negocio?	,910
¿Considera los riesgos externos que pueden afectar el funcionamiento de su negocio?	,912
¿Su negocio define estrategias para aumentar sus ventas?	,915
¿Cuenta con planes para mejorar la atención, organización o servicios de su negocio?	,913
¿Planifica con anticipación el uso del dinero, productos o materiales del negocio?	,911
¿Las decisiones importantes del negocio se toman con planificación y no de manera improvisada?	,911
¿Pone en práctica las acciones que planifica para mejorar su negocio?	,911
¿Realiza seguimiento a los resultados de las acciones que aplica en su negocio?	,912
¿Evalúa si su negocio está cumpliendo los objetivos propuestos?	,910
¿Realiza cambios o correcciones cuando algo no funciona como esperaba en su negocio?	,910
¿Considera que las ventas de su negocio han mejorado en el último año?	,911
¿Las ganancias de su negocio han aumentado en el último año?	,912
¿Su negocio ha podido reinvertir en mercadería, equipos o mejoras recientemente?	,911
¿Su negocio mantiene estabilidad económica para continuar operando normalmente?	,912
¿Considera que su negocio compite favorablemente frente a otros negocios similares?	,913
¿La calidad del servicio que brinda ayuda a diferenciar su negocio de otros?	,913
¿Percibe que sus clientes están satisfechos con la atención y los productos que ofrece?	,913
¿Su negocio se adapta con rapidez a los cambios en las necesidades de los clientes?	,913
¿Las actividades dentro de su negocio están organizadas de manera adecuada?	,911
¿Lleva control de compras, ventas y movimiento de productos en su negocio?	,912
¿Las funciones o responsabilidades dentro de su negocio están claramente definidas?	,912
¿Su negocio resuelve de manera oportuna los problemas que se presentan en sus actividades diarias?	,911
¿Considera que su negocio tiene posibilidades de mantenerse en el mercado en los próximos años?	,908
¿Tiene planes de ampliar su negocio en tamaño, productos o servicios?	,909
¿Su negocio incorpora nuevas ideas o formas de venta para seguir creciendo?	,913
¿Considera que su negocio tiene buenas perspectivas de crecimiento a futuro?	,912

ANEXO No. 04 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Planeamiento estratégico y desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema General ¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona en el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025?	Objetivo General Determinar la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.	Hipótesis General El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.	V. 1. Planeamiento Estratégico	- Direccionamiento estratégico - Análisis estratégico - Formulación estratégica - Implementación y control estratégico	Tipo de Investigación: Aplicado enfoque cuantitativo
Problemas Específicos ¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025? ¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025? ¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025? ¿De qué manera el planeamiento estratégico se relaciona con la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025?	Objetivos Específicos Evaluar la relación entre el planeamiento estratégico y el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Determinar la relación entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Verificar la relación entre el planeamiento estratégico y la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. Analizar la relación entre el planeamiento estratégico y la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.	Hipótesis Específicos El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con el crecimiento económico de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la competitividad empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la gestión organizacional de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025. El planeamiento estratégico se relaciona significativamente con la sostenibilidad y proyección empresarial de las MYPES en el distrito de Yanahuanca, Pasco – 2025.	V. 2. Desarrollo Empresarial	- Crecimiento económico - Competitividad empresarial - Gestión organizacional - Sostenibilidad y proyección empresarial	Método: hipotético-deductivo Diseño: descriptivo Correlacional Población: 384 MYPES Muestra: 192 MYPES Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario