

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE**  
**INGENIERIA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS**



**“IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEJORA DE NEGOCIOS  
Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL DE  
LAS MYPES Y PYMES EN LA PROVINCIA DE CAÑETE, 2017”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN INGENIERÍA  
INDUSTRIAL CON MENCIÓN EN GERENCIA DE LA CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD**

**Bach. YESENIA GUEVARA VALDIVIEZO**

Callao, 2019

PERÚ



## **HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO**

Tesis presentada a la Unidad de posgrado de la Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas de la Universidad Nacional del Callao para optar el **Grado de Maestro en Ingeniero Industrial.**

**APROBADO POR:**

---

**PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**SECRETARIO DEL JURADO**

---

**VOCAL DEL JURADO**

---

**ASESOR DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

A mis hijos Alec, Valentina y a mi esposo por su amor y apoyo incondicional.

## AGRADECIMIENTOS

A todos los amigos y maestros de siempre que me apoyaron para la realización de mi meta.

## ÍNDICE

CARÁTULA	
PÁGINA DE RESPETO	i
HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO Y APROBACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE	5
TABLAS DE CONTENIDO	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCION	12
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1.Descripción de la realidad problemática	14
1.2.Formulación del problema	18
1.2.1. Problema general	18
1.2.2. Problema específico	18
1.3.Objetivos de la investigación	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivo específico	19
1.4.Limitantes de la investigación	20
1.4.1. Limitación teórica	20
1.4.2. Limitación temporal	20
1.4.3. Limitación espacial	20
1.5.Justificación	21
1.5.1. Justificación teórica:	21

1.5.2. Justificación económica:	21
1.5.3 Justificación institucional	22
1.5.4 Justificación social	22
1.5.5 Justificación Legal	22
II. MARCO TEÓRICO	24
2.1. Antecedentes	24
2.1.1. Antecedente Internacional	24
2.1.2. Antecedente Nacional	27
2.2. Marco	28
2.2.1. Teórico	28
2.2.2. Conceptual	30
2.2.3. Teórico - Conceptual	30
2.3. Definición de términos básicos	47
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	52
3.1. Hipótesis	52
3.2. Definición conceptual de variables	53
3.3. Operacionalización de variable	54
IV. DISEÑO METODOLÓGICO	56
4.1. Tipo y Diseño de la Investigación	56
4.1.1. Tipo de Investigación	56
4.1.2. Diseño de Investigación	56
4.2. Método de investigación	58
4.3. Población y Muestra	58
4.3.1 Población	58

4.3.2. Muestra	58
4.4. Lugar de estudio y periodo de desarrollo	59
4.4.1. Lugar de estudio	59
4.4.2. Periodo de desarrollo	59
4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información	59
4.6 Procesamiento de recolección de datos	62
4.7 Procesamiento estadístico y análisis de datos	63
V. RESULTADOS	73
5.1. Resultados descriptivos	73
5.2 Descripción de resultados del pre test	73
5.2.1. Diagnóstico del emprendedor formato A	73
5.2.2. Diagnóstico de los emprendedores formato B y C	75
5.2. Resultados inferenciales	73
5.3. Descripción de resultados del post test	77
5.3.1. Diagnóstico de los emprendedores formato A	77
VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	78
6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados	78
6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares	79
6.3. Responsabilidad ética	80
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	83
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	84
ANEXOS	88

## TABLAS DE CONTENIDO

TABLA 3.1 Operacionalización de variable	55
Tabla 4.1: Valoración FORMATO B Y C	61
Tabla 4.2: Valoración FORMATO A	62
Tabla 4.3 Tabla cruzada de un Plan de Mejora*Influencia en la Productividad	65
Tabla 4.4: Tabla cruzada de un Plan de Mejora*Rentabilidad Empresarial	67
Tabla 4.5 Tabla cruzada Plan de Mejora*Gestión Administración Empresarial	69
Tabla 4.6: Tabla cruzada de un Plan de Mejora*Calidad Empresarial	71
Tabla 5.1: Nivel de productividad	73
Tabla 5.2: Resultados productividad empresarial según diagnóstico.	73
Tabla 5.3: Resultados entrevista a para saber si cuenta con plan de mejora	67
Tabla 5.4: Intencionalidad de mejorar y capacidad de implementación de mejora del negocio	68
Tabla 5.5: Productividad empresarial después de aplicado el programa.	77
Grafico 1 Lienzo Lean Canvas.	41
Gráfico 2: Los cinco ¿por qué? Fuente: Six Sigma [15]	42
Gráfico 3.Bucle Crear-medir-aprender. Fuente: Lean Startup [12]	46
Gráfico 4 Implementación de un plan de mejora	73

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la influencia un plan de mejora de negocio y la productividad empresarial en la provincia de Cañete, 2018. Desde esta perspectiva la propuesta apunta a brindar capacitación a los emprendedores, a partir de los procesos iniciales para la formalización de una MYPE como son las siguientes etapas: la identificación de la idea, su validación, el acceso a recursos, la negociación, el nacimiento y la supervivencia. Se tiene como resultados que el 92,7% de los emprendedores carece de una propuesta de mejora de su empresa y esta situación limita el desarrollo de la productividad de la empresa. Y el 88,1% no muestra intención de mejorar o implementar su negocio. En cuanto a la gestión de la administrativa empresarial se pasó de 19,9% en gestión deficiente a 85,1% en gestión empresarial alta luego de aplicado el taller para la implementación del plan de mejora empresarial. Respecto a la calidad empresarial se pasó de 24,1% deficiente calidad a 74,7% alta calidad empresarial, se concluye que el plan de mejora logra desarrollar la calidad empresarial de los emprendedores. En cuanto a la conclusión general la productividad empresarial se vio mejorada pasando de 21,5% de productividad deficiente a 88,1% de productividad empresarial alta, es decir que el plan mejora influye significativamente en la mejora de la productividad empresarial.

**PALABRAS CLAVES** Plan de Mejora, Productividad empresarial, MYPES, PYMES.

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the influence of a business improvement plan and business productivity in the province of Cañete, 2018. From this perspective, the proposal aims to provide training to entrepreneurs, starting with the initial processes for the formalization of a mype as are the following stages: the identification of the idea, its validation, access to resources, negotiation, birth and survival.

The results show that 92.7% of entrepreneurs lack a proposal to improve their company and this situation limits the development of the company's productivity. And 88.1% show no intention to improve or implement their business. Regarding the management of the business administration, it went from 19.9% in poor management to 85.1% in high business management after applying the workshop for the implementation of the business improvement plan. With respect to business quality, the company went from 24.1% deficient quality to 74.7% high business quality, it is concluded that the improvement plan manages to develop entrepreneurial quality of entrepreneurs. In terms of the overall conclusion, business productivity was improved from 21.5% of poor productivity to 88.1% of high business productivity, meaning that the plan improves significantly influences the improvement of business productivity.

**KEYWORDS** Improvement Plan, Business Productivity, MYPES, PYMES.

## INTRODUCCION

En el presente capítulo se explica la razón de ser del trabajo, los objetivos trazados y todos los conceptos necesarios para su completo entendimiento, que comprenden determinar la influencia un plan de mejora de negocio y la productividad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

Desde los años 1990 con la apertura económica las pymes se convirtieron en un foco de estudio debido al creciente impacto generado por ellas en los aspectos económico, social y político. El gobierno reconoce de forma concreta la importancia de las pymes en la generación de empleo, desarrollo regional y formación de mercados altamente competitivos.

Con el que reafirma el compromiso por parte del estado en la formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas de apoyo a las Pyme. Desde ese entonces, diferentes instituciones académicas, organizaciones privadas y entidades del estado han desarrollado estudios e investigaciones relacionadas con la vida de las pymes colombianas, que han permitido observar su evolución, identificar sus principales problemáticas, medir el impacto de los programas y las políticas públicas y reconocer la necesidad de reformarlas o plantear algunas nuevas. Teniendo en cuenta el proceso histórico de las

Pymes y las debilidades identificadas a lo largo del mismo, el grupo investigador pretende responder a la pregunta: ¿Es viable incrementar la productividad y competitividad de las Pymes colombianas a través de un plan de mejoramiento enfocado en sus puntos de operación críticos?

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

La productividad de las empresas, en los últimos años se ha visto disminuido por la falta de oportunidades laborales; las empresas ya no buscan tantos trabajadores, han automatizado los procesos en sus fábricas y producen en serie y con ahorro de costos.

En países europeos como España en los últimos tiempos se ha detenido la producción, uno de los factores es la heterogeneidad de las empresas, el volumen de producción, la capacidad tecnológica y la cantidad de trabajadores que alberga; y el dinamismo de los mercados que buscan productos más sofisticados al menor precio. La caída de la productividad ... ha sido el resultado conjunto de, por un lado, una mejora en la productividad media ... (García and De Guevara 2014, p.12)

A lo largo de la historia el crecimiento económico de un país ha estado asociado o direccionado por las grandes empresas y no se le daba importancia a la pequeña o mediana empresa, tal es así que en Europa en el año 2007 el número total de empresas no financieras era de 20,9 millones, de las cuales el 99,8% eran pequeñas y medianas empresas que contaban desde 0 a 249 trabajadores.

España ha sido el país europeo que mayor impulso ha brindado a las pequeñas y medianas empresas tal es así que en el 2009 contaba con aproximadamente un total de 3 350 972 PYME. El 99,8% de las empresas españolas eran pequeñas y medianas empresas; las empresas que solo trabajaba el propietario era 52,7% del total y el 41,8% tenían entre 1 y 9 empleados (Industria 2016. p.1).

En España al 1 de enero de 2015, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), es de 3.182.321; de éstas, el 55,05% son empresas sin asalariados, el 40,78% tienen entre 1 y 9 asalariados, y sólo el 0,12% poseen 250 o más asalariados, es decir, casi la totalidad del conjunto empresarial español, el 99,88%, lo que equivale a 3.178.408 unidades productivas, está constituido por pequeñas y medianas empresas (PYME).(Industria 2016. p.1)

Como se puede analizar la producción industrial en España, está liderada por las Pequeñas y Medianas empresas, que son las que aportan las mayores fuentes de trabajo, mejorando la calidad de vida de los españoles.

En México el 97.6% son microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total. Le siguen las empresas pequeñas, que son un 2% y tienen el 13.5% del personal ocupado. Las medianas representan 0.4% de las unidades económicas y tienen poco más del 11% de los ocupados. De las empresas encuestadas el 12.6% imparte capacitación a su personal. De ellas, 73.7% de las empresas medianas y 55.8% de las unidades pequeñas, destinan tiempo

y recursos para capacitación, en tanto que, de las microempresas, solo 11.5% capacita a su personal. (INEGI 2016, p.5)

Como podemos ver son pocas las empresas que capacitan a su personal, o que destinan pocos recursos para capacitación, la falta de capacitación reduce la productividad y disminuye la calidad de los productos o servicios, que se ofertan.

En el Perú en la última década el PBI manufacturero registró una tasa anual de crecimiento moderado de 4,0% en promedio. Sin embargo, en el último quinquenio el desempeño de este sector no presentó tasas tan favorables, debido al menor impulso externo asociado a un escenario internacional menos favorable y de incertidumbre, sumándose además la reducción de la demanda interna por el descenso de la inversión privada (-4,4%). En cuanto a la participación del sector manufactura sobre el PBI Nacional, este se redujo en 0,7 puntos porcentuales (de 14,1% en 2014 a 13,5% en 2015), como resultado de una reducción de un punto porcentual de la participación de la manufactura no primaria en el PBI Manufacturero (de 81% en 2014 a 80% en 2015).(García 2015, p.8)

En el Perú por ser una economía dependiente de mercados internacionales este se ve afectado por cualquier cambio que se de en los mercados internacionales, pero no podemos negar el crecimiento notable de la pequeña y mediana empresa y como ha dinamizado la producción en nuestro país; pero falta capacitar a los trabajadores y a los emprendedores para que estos sigan

implementando mejor su empresa o pongan en marcha la idea de negocio que tienen.

Según el diario (Gestión 2016) los resultados del Índice de Competitividad Regional del Perú 2016, al igual que el Ranking de Competitividad Mundial 2016 del International Institute for Management Development (IMD 2016), concluyen que el Perú está en el puesto número 54 entre 61 países, mostrando un claro retroceso con relación al año 2008 cuando se encontraba en el puesto 35. (p.7)

En tanto en la provincia de Cañete la productividad empresarial está a un nivel de crecimiento, gracias a la capacitación brindada en temas de gestión empresarial y emprendimiento, dirigido a emprendedores, empresarios y/o trabajadores de las Mipyme; además el sector pesca se ha invertido en la supervisión y control de las actividades pesqueras logrando beneficiar a 19 378 022 trabajadores pesqueros entre ellos el distrito de Cañete. (DEMI 2016, p.3)

Desde esta perspectiva la propuesta apunta a brindar capacitación a los emprendedores, a partir de los procesos iniciales para la formalización de una mype como son las siguientes etapas: la identificación de la idea, su validación, el acceso a recursos, la negociación, el nacimiento y la supervivencia; esto se hará realidad mediante la firma del Convenio de Cooperación Interinstitucional de Capacitación “Emprendiendo con Éxito en Lima Provincias: Cañete”, en los distritos de San Vicente de Cañete, Imperial,

Mala, Nuevo Imperial, Chilca y Quilmaná; la cual seguirá un conjunto de fases como la focalización de 700 participantes como mínimo, para lo cual se seguirá un proceso de empadronamiento y llenado de ficha de focalización; posteriormente se procederá a acreditar a los participantes mediante el programa impulsa Perú, para que participen de las jornadas de aprendizaje vivencial orientadas a cumplir con la meta mínima de 180 beneficiarios preseleccionados.

## **1.2. Formulación del problema**

De lo anterior señalado, se formula la siguiente problemática

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo influye la implementación de un plan de mejora de negocio en la productividad empresarial en la Provincia de Cañete, 2018?

### **1.2.2. Problema específico**

- a) ¿Cómo influye la implementación del plan de mejora de negocio en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018?

- b) ¿Cómo influye la implementación del plan de mejora de negocio en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018?
- c) ¿Cómo influye la implementación del plan de mejora de negocio en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la influencia un plan de mejora de negocio y la productividad empresarial en la provincia de Cañete, 2018

#### **1.3.2. Objetivo específico**

- a. Determinar la influencia del plan de mejora de negocio en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.
- b. Determinar la influencia del plan de mejora de negocio en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

- c. Determinar la influencia del plan de mejora de negocio en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

#### **1.4. Limitantes de la investigación**

##### **1.4.1. Limitación teórica**

Desde el punto de vista teórico los planes de mejora, se revisó la bibliografía encontrando poca información, por ser un proyecto nacional y con pocas proyecciones de investigación.

##### **1.4.2. Limitación temporal**

La investigación se llevó a cabo entre los años 2017 – 2018

##### **1.4.3. Limitación espacial**

Como limitación espacial, tenemos que la investigación se llevó a cabo en el marco del Convenio de Cooperación Interinstitucional de Capacitación “Emprendiendo con Éxito en Lima Provincias: Cañete”.

Por lo que se intervinieron los distritos de San Vicente de Cañete, Imperial, Mala, Nuevo Imperial, Chilca y Quilmaná

## **1.5. Justificación**

La complejidad del mercado laboral cada día es más preocupante, son muchas las personas que no pueden acceder a un trabajo estable y digno que les permita vivir cómodamente, esta situación. Pone como alternativa la necesidad de generar el autoempleo, el cual permite poner de manifiesto la amplia gama de conocimientos y la creatividad de los emprendedores; mediante la consolidación de una empresa.

### **1.5.1 Justificación tecnológica**

Tecnológicamente la presente investigación pone a disposición del pequeño y mediano empresario; y de los nuevos emprendedores un conjunto de herramientas técnicas y teóricas que le serán de utilidad para dinamizar y automatizar su trabajo; garantizándoles mejor calidad de sus productos y servicios que les permita acceder y competir en el mercado.

### **1.5.2 Justificación Económica**

Económicamente la investigación resulta factible porque la inversión en capacitación no demanda mayores gastos y la participación de los emprendedores les garantiza poder

incrementar sus ingresos debido a la mejora de la calidad del servicio o del producto que oferta en el mercado.

### **1.5.3 Justificación institucional**

Los motivos para desarrollar son además que consideramos que al optimizar y estandarizar los procesos permitirá convertirse en una empresa líder en brindar servicios

### **1.5.4 Justificación social**

Socialmente la investigación servirá como soporte para brindar capacitación a los futuros emprendedores, con la finalidad de mejorar su calidad de vida de ellos y de sus familias; así como brindar oportunidad laboral a otras personas, ayudando a dinamizar la economía de nuestro país especialmente de la provincia de Cañete.

### **1.5.5 Justificación Legal**

El decreto supremo N° 016-2011-TR modificado por el decreto supremo N° 004-2012-TR, el decreto supremo N° 013-2012-TR

y el decreto supremo N° 008-2016-TR que crea el Programa Nacional para la Promoción de oportunidades laborales dispone en su artículo 1 que dicho Programa se crea con el objeto de promover el empleo, mejorar las competencias, en tal sentido el estado peruano fomenta la promoción y propicia, en el marco de una economía social de mercado, la creación descentralizada de nuevos puestos de trabajo de acuerdo a los planes de desarrollo nacional, regional y local; implementar mejores condiciones de los empleos con ingresos adecuados y el acceso a la seguridad; este es uno de los principales objetivos del acuerdo nacional.

De manera práctica esta investigación aportara con las pautas necesarias para poder replicar en otras municipalidades provinciales y distritales, con la finalidad de incrementar el sector empresarial sustentado en las MYPES.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedente Internacional

Gómez, Vaillant, and Lafuente (2014, p.15) Departamento de Empresa, Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Centra su estudio en el análisis del proceso emprendedor de los jóvenes españoles, la diferenciación de su actividad emprendedora a nivel territorial, y en el estudio del aporte que estos jóvenes pueden hacer a la economía. Propone la teoría de los rasgos de la personalidad del individuo como condicionante de su proceso para ser emprendedor; como también, el enfoque institucional, el cual propone que un individuo está determinado por el entorno socio-cultural. En especial, se analiza el impacto que la presencia de determinados factores socio-culturales tienen sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. Concluye que el impacto positivo de la autoconfianza para ser emprendedor es mayor en la juventud que en los no-jóvenes; además, el impacto negativo del miedo al fracaso es menor en los jóvenes.

Ornelas et al. (2015, p.8) Departamento de Ciencias Económico Administrativo. Instituto Tecnológico de Aguascalientes. México.

El espíritu Emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano.

La presente investigación doctoral centra su estudio en el emprendedurismo como uno de los impulsores del desarrollo económico y social. Para fundamentar generar acciones y condiciones que lo favorezcan, es relevante estudiar al espíritu emprendedor, que se entiende como las características de la personalidad que se manifiestan en la Forma de pensar y actuar vinculadas con la búsqueda y el aprovechamiento de las oportunidades. Su metodología se centró en el espíritu emprendedor de estudiantes hijos de padres autoempleados respecto a los de padres no autoempleados, en una muestra de 117 alumnos de una Institución de Educación Media del Estado de Aguascalientes, México. Se analizaron siete dimensiones del espíritu emprendedor: autoconfianza, comportamiento innovador, motivación de logro, autoeficacia emocional, liderazgo, proactividad y tolerancia a la incertidumbre, encontrando diferencias en todas las dimensiones a favor de los hijos de madres autoempleados, y solamente en las dimensiones de autoconfianza y comportamiento innovador a favor de los hijos de padres autoempleados. Los resultados sugieren que las condiciones y

acciones que fortalezcan la actividad emprendedora de las madres de familia, tendrán una gran repercusión en el desarrollo del espíritu emprendedor de sus hijos.

Castillo, Lira, and González (2014, p.3). Universidad Autónoma de Yucatán, México

El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán.

En la presente investigación se pretende aportar conocimiento en la formación y evaluación de programas o modelos de emprendedores en el enfoque de competencias, y ofrece al lector la evaluación realizada al modelo de emprendedores de la UADY, cuyo objetivo es verificar si el programa y las vertientes del modelo de emprendedores actuales están alineadas con el nuevo modelo educativo de la institución, MEFI, y si el programa provee al alumno de las competencias que este documento establece para emprender. Desde el punto de vista metodológico, se comparó los resultados obtenidos en las diferentes vertientes del modelo de emprendedores con lo establecido en los ejes del MEFI, y en el caso de las competencias que desarrolla el estudiante, se aplicó una encuesta que, además de las competencias establecidas en el MEFI, adicionó las de otros autores a nivel internacional. Los principales hallazgos muestran

que el programa emprendedor y las principales vertientes del modelo de emprendedores cumplen fehacientemente con los ejes del MEFI. Por otro lado, todos los estudiantes encuestados admiten beneficios de aprendizaje tras su participación en el programa, sea en la modalidad de adquisición o en la de mejoramiento.

### **2.1.2. Antecedente Nacional**

Ramírez (2012, p.8). Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna – Perú.

El estudio tiene como propósito conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (UNJBG) y su relación con las dimensiones: aptitudes emprendedoras, actitudes emprendedoras, factores disponentes de las aptitudes y actitudes emprendedoras y limitaciones a las iniciativas emprendedoras en una muestra de 134 estudiantes matriculados en el quinto año, en las Escuelas Académica Profesionales de Ciencias Administrativas, Ingeniería Comercial e Ingenierías Productivas (Ingenierías: Pesquería, Industrias Alimentarias, Agronomía, Química, Minas, Metalúrgica y Mecánica). Los resultados indican, menos del 50% de los alumnos tienen

perfil emprendedor. Evaluado las dimensiones por escuela académica la mayoría de los estudiantes no tiene perfil emprendedor. Evaluado el perfil emprendedor de los alumnos según género son las mujeres las que más aspiran a tener una empresa.

## **Local**

Con fecha 26 de enero del año 2017, se firma el Convenio de Colaboración Interinstitucional 001-2017 entre el Programa Nacional de Oportunidades Laborales Impulsa Perú del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y la Universidad Nacional del Callao.

Con fecha 12 de febrero, la Universidad del Callao, inicia el proceso de registro de potenciales beneficiarios, en concordancia con el Proyecto: Emprendiendo con Éxito en la Región Lima Provincias: Cañete.

## **2.2. Marco**

### **2.2.1. Teórico**

#### **a) Aporte científico:**

En este sentido la principal aportación de esta tesis es el estudio de los planes de mejora y la productividad. Se han publicado diversos

estudios sobre el estudio de métodos, pero muy poco se ha publicado sobre el emprendimiento como política de gobierno publica y la relación con la productividad.

**b) Aporte tecnológico:**

En la presente investigación es necesaria la tecnología con el uso de software para la recolección de datos, con la finalidad de gestionar el conocimiento.

**c) Aporte económico:**

Con la aplicación de estas tesis, la empresa un plan de mejora de negocio y su influencia en la productividad empresarial de las mypes y pymes.

**d) Aporte filosófico:**

Este trabajo nos brinda un enfoque filosófico, determinando la filosofía de productividad, esta nos ayudará a utilizar mejor nuestros recursos

#### **e) Aporte humanístico:**

Esta investigación muestra preocupación la productividad, mediante los planes de mejora y la interacción del emprendedor con el ecosistema laboral.

#### **2.2.2. Conceptual**

#### **2.2.3. Teórico - Conceptual**

##### **Teoría de la Motivación Humana de Abraham Maslow**

El espíritu emprendedor de todo ser humano parte de una idea la cual no es más que la respuesta a una necesidad por trascender como ser humano o por mejorar la calidad de vida, dentro de la filosofía de (Maslow 1991, p.24) el ser humano tiene una jerarquía de necesidades donde las principales son las necesidades básicas o vitales (fisiológicas), posteriormente están las necesidades de seguridad; en tal sentido las personas necesitan cubrir estas necesidades tanto personales como se familia; es por tal motivo que la persona busca un empleo para tener el sustento económico que le permita satisfacer estas necesidades.

Pero cuando este empleo es escaso es cuando la persona empieza a idear formas de autosostenerse; poniendo en marcha ideas emprendedoras. Que según Maslow le permitan ir satisfaciendo sus necesidades de manera secuencial siguiendo una jerarquía, priorizando las necesidades personales y de su familia.

La actitud emprendedora tiene una dimensión humana, ya que el hombre por naturaleza es creador y emprendedor, pero debe desarrollar una mentalidad orientada al aprendizaje, en tal sentido (Orrego 2008, p.32) afirma que la dimensión humana del emprendimiento percibe al ser humano como un ser que aprende a lo largo de la vida, interesado en saber ser, saber, hacer y emprender, además inserto en una cultura y en interacción con el medio ambiente y en ese sentido, trasciende el ámbito individual y cobra sentido en la interacción con los otros, busca conocer y comprender el medio ambiente para vivir en armonía con él, con sus leyes y en particular con las instituciones que le posibilitan los medios de vida y el bienestar en general.

### **Teoría de la Relaciones humanas.**

El ser humano como un ser emprendedor necesita convivir en sociedad; para ello debe establecer relaciones entre sus semejantes, para ofrecer sus servicios o productos o para adquirir servicios, productos o materia prima que le permita poner en marcha su empresa; pero estas relaciones tienen que darse en un ambiente de confianza y cordialidad, en tal sentido la teoría de las relaciones humanas propuesta por (Mayo 1979, p.15) afirma que los aspectos emocionales del trabajo resultan más importantes que los físicos y que la participación social de los trabajadores es un componente fundamental de la productividad. Es así que el emprendedor debe desarrollar habilidades humanas que le permitan relacionarse de manera interpersonal y grupal; que le permitan el desarrollo de la cooperación en equipo, el estímulo a la participación sin temores ni recelos, el desarrollo de las personas son el resultado de una buenas relaciones humanas (Chiavenato 2006, p.16).

### **Actitud Emprendedora**

Actitud emprendedora es mirar hacia adelante, es llevar una alta dosis de preocupación de las posibilidades y del futuro de nuestro momento, es abrirse para aceptar un nuevo modelo en lugar del

conocido, del pasado, del acostumbrado, del cómodo, es mostrarse motivado a cambiar (Anzola Rojas 1995, p.5).

La actitud emprendedora se opone al conformismo, a la involución, al estancamiento, a dejar de soñar, a la pasividad. Los que tienen una verdadera actitud emprendedora dejan de ser simples observadores de la vida y miran la realidad como seres activos de ella, arman su propio escenario y actúan en él, viven siempre su presente, pero tienen fuerza visionaria hacia su futuro, el mañana (Anzola Rojas 1995, p.6).

### **Tipos de Actitud Emprendedora**

El Ministerio de Educación (2006) considera tres tipos de emprendedores

**Emprendedores Empresariales.** Son personas que han logrado establecer su propia empresa y están constantemente innovando en el mercado, aprovechando las oportunidades que este ofrece.

**Intraemprendedores.** Personas capaces de innovar dentro de una organización poniendo de manifiesto sus capacidades y actitudes emprendedoras, son los que proponen e impulsan los proyectos de innovación, lideran el cambio dentro de la organización.

Emprendedores sociales. Son las personas que innovan en el campo de los temas sociales como educación, salud, medio ambiente, participación ciudadana, impulsando y ejecutando proyectos innovadores para el desarrollo de la sociedad.

### **Perfil del Emprendedor**

Es el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que una persona debe poseer para la generación del autoempleo productivo, con la finalidad de mejorar sus ingresos personales y de sus familias.

Dentro de las actitudes/aptitudes emprendedoras que debe poseer están:

El Liderazgo

Resiliencia

Perseverancia

Arriesgado

Persuasivo

Innovador

Conocimientos del mercado, producto, costos, organización y rentabilidad

### **Productividad**

Cuando se habla de productividad debemos definirlo desde tres aspectos o criterios, eficiencia, efectividad y eficacia; la eficiencia está relacionado al uso de los recursos o al cumplimiento de las actividades, se analiza desde dos aspectos primero la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos programados utilizar; la segunda es el grado de recursos aprovechados para ser transformados en productos. La efectividad es la relación entre los resultados logrados y los planificados o programados, cumplimiento de objetivos y metas programadas alcanzar. (Pozos and Acosta 2016, p.12)

La eficacia mide el impacto de los resultados logrados, de los productos o servicios prestados. No solo se busca efectividad, sino se debe tener en cuenta la satisfacción del cliente o el impacto en el mercado del producto, este aspecto tiene que ver con la satisfacción del cliente. (Pozos and Acosta 2016, p.13)

## **Productividad empresarial**

Para (Bloom et al. 2012) citado en (García and de Guevara 2014, p.16) afirma que la calidad de la gestión empresarial y la eficacia de las practicas directivas tienen efectos muy notables sobre la productividad empresarial y su mejora.

Pero es necesario implementar instrumentos sofisticados que nos permitan medir la productividad empresarial desde un punto de vista integral teniendo en cuenta a las personas que hacen posible que la empresa funcione.

Según (García and de Guevara 2014, p.18) la productividad en las grandes empresas es mayor que en la pequeña y mediana empresa, los trabajadores muestran mejores volúmenes de producción en las grandes empresas, así como la productividad es mayor en estas empresas.

## **Productividad Industrial**

Es definida como la capacidad de producir más satisfactores (sean bienes o servicios) con menos recursos, es la medida de rendimiento que se refiere a la relación entre lo obtenido (bienes y servicios) y lo ingresado (materiales usados y horas de trabajo). (Beltran 2017, p.4)

También se considera como la relación entre los insumos y la producción total obtenida al operar un proceso, los insumos pueden ser dinero, mano de obra o tiempo. La producción total puede ser en número de productos o dinero; también se considera como la eficacia con la que se utilizan los recursos para alcanzar los objetivos de producción que se han fijado inicialmente.(Beltran 2017, p.4)

### **Productividad Total**

La Productividad Total de los Factores es una medida del producto físico generado a partir de la utilización de una cantidad dada de insumos por parte de la empresa. Cuando existen múltiples productos y múltiples insumos, se utiliza el índice de la suma ponderada de productos respecto de la suma ponderada de insumos para calcular el Índice de Productividad Total de los Factores. En general, las ponderaciones son la participación en los costos para los insumos y la participación en los ingresos para los productos. (IBNET 2013, p.8)

## **Pequeña Empresa**

El artículo 4º de la Ley MIPYME, que recoge el texto del artículo 4º de la Ley MYPE, establece el concepto de la Micro y Pequeña Empresa. A la letra dice: “La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”. (Castillo 2016, p.2)

## **Características de la MIPYME**

Según la Ley MYPE (vigente hasta el 02-07-2013). Factores concurrentes de categorización empresarial: el número de trabajadores y el nivel de ventas anuales:

Características..... Trabajadores ....Ventas Anuales

Microempresa.....De 1 hasta 10.....Hasta 150 UIT (S/.555,000)

Pequeña Empresa...De 1 hasta 100 ...Hasta 1700 UIT  
(S/.6'290,000)

Dónde: Valor de la UIT para el Ejercicio 2013 era de S/. 3,700.

Microempresa: Tenía de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y un nivel de ventas anuales no mayor a 150 UIT. En este sentido, no había variación –en relación con lo que señalaba la Ley N° 28015– en los límites para calificar como microempresa.

Pequeña Empresa: Tenía de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y un nivel de ventas anuales no mayor a 1700 UIT. Por ende, en comparación con lo que señalaba la Ley N° 28015, el número máximo de trabajadores subía de 50 a 100 y, además, en cuanto al volumen de ventas, se eliminaba el límite inferior de 150 UIT y se elevaba el límite superior de 850 UIT a 1700 UIT. (Castillo 2016, p.4)

### **Lean Canvas**

Hacia el año 2012, Ash Maurya, analizando el potencial de las metodologías explicadas anteriormente, desarrolló Lean Canvas [13], fusionando modelos de negocio a través de Canvas, con la metodología Lean Startup. La idea general es el diseño ágil de modelos de negocio, haciendo un especial hincapié en definir un problema que encaje con una solución y que, a su vez, satisfaga una necesidad del mercado. Tres son las etapas principales que componen la generación del modelo de

negocio ágil a través de Lean Canvas: documentar el plan A, identificar las partes más arriesgadas del plan y testar el plan.

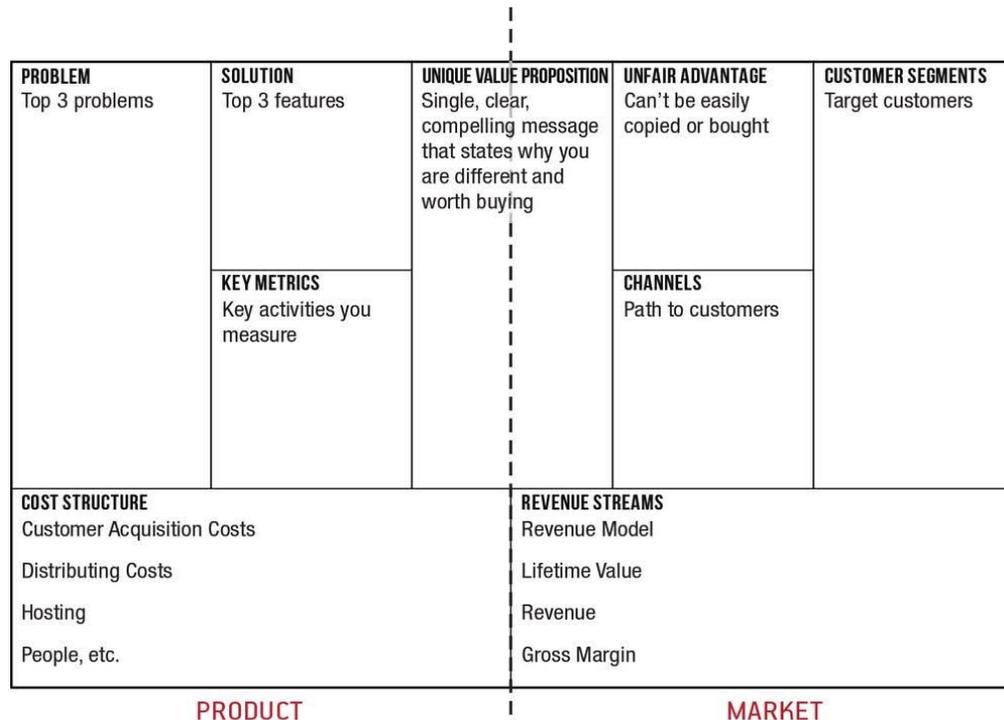
### **Documentar el Plan A**

La primera etapa en un modelo de negocios ágil debe cumplir 3 supuestos:

- ✦ **Rapidez.** En comparación a la formalidad un plan de negocio que puede extenderse semanas o meses, lo ideal es desarrollar las principales ideas del modelo de negocio en un lienzo. Así es posible crear en una sola página y en poco tiempo un boceto del modelo de negocio que se desea implementar, en el que se pueden añadir modificaciones, ideas o incluso priorizar tareas.
- ✦ **Concisión.** Al tratarse de un lienzo en una página, quien esté creando el modelo de negocio se verá forzado a escoger las palabras cuidadosamente para obtener una idea directa.
- ✦ **Portabilidad.** Llevar el modelo de negocio en una página convierte en una tarea sencilla el compartirlo con otras personas, generando una mayor audiencia y por tanto una frecuencia de actualización más alta.

Para documentar el plan inicial o plan A, es necesario capturar la hipótesis del modelo de negocio a través de un lienzo como el de la Figura

Lienzo Lean Canvas, basado en el trabajo propuesto por Osterwalder, pero enfocado a los requerimientos específicos de un producto innovador.



Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com>) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Un-ported License.

Grafico 1 Lienzo Lean Canvas. Fuente: Ash Maurya [13]

A pesar de ser similar al propuesto en el apartado Modelos de negocio a través de Canvas. de Osterwalder, cambian algunos elementos con respecto al modelo Canvas y otros son renombrados, detallándose según el orden en que deseablemente deberían ser completados:

1. **Cientes** (Customer Segments). A quién va dirigido el producto. Identificar a los clientes sin distinción para después agrupar a todos los

que tienen las mismas características en un grupo homogéneo de clientes.

2. **Problema** (Problem). Es uno de los aspectos más difíciles al diseñar el Lean Canvas y además el más crítico. Para ello es necesario ponerse en la piel de los clientes, pensar en qué problemas o necesidades tienen. Existe una técnica, Los 5 ¿por qué? o Five Whys, pensada para concretar un problema descrito ampliamente en un subconjunto de problemas muy específicos de los cuales típicamente se escogen tres [14]. La pregunta es siempre ¿por qué?, y la respuesta es el input de la nueva pregunta, como puede verse en la Figura 3.3.1.2: Los cinco ¿por qué? :

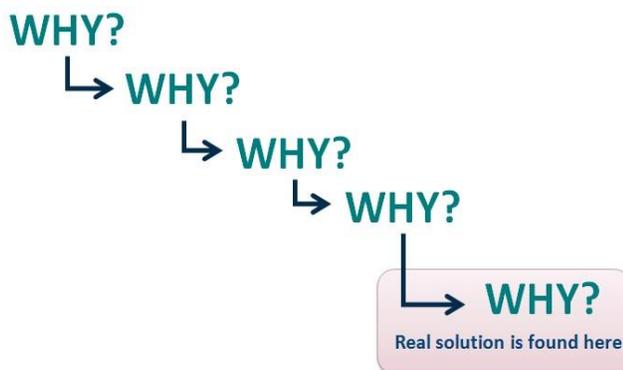


Gráfico 2 : Los cinco ¿por qué? Fuente: Six Sigma [15]

3. **Solución** (Solution). Las características más importantes del producto o servicio a desarrollar, que ayuden a los clientes a resolver sus problemas. Es un elemento crítico, extremadamente útil para no perderse en

generalidades sobre características o propiedades del producto ya que se basa en la especificidad.

4. **Propuesta valor** (Unique Value Proposition). Definición en una o dos frases de la idea de negocio que contenga 3 conceptos: en qué consiste; para quién es útil; y en qué es diferente a lo que hay. Es muy importante dar a conocer el por qué aporta diferenciación. Aunque a priori parezca una tarea sencilla, es importante dedicar tiempo a este elemento, puesto que del mismo depende que los clientes entiendan o no el concepto que se intenta transmitir. Para diseñar la propuesta de valor, resulta de gran ayuda seguir el modelo Learn – Apply – Succeed [16].
  - ✦ **Learn.** Aprender de la documentación existente la importancia de la propuesta de valor.
  - ✦ **Apply.** Integrar con el modelo de negocio, compartiendo y aprendiendo de las personas.
  - ✦ **Succeed.** Los dos pasos anteriores ayudan a entender qué es lo que realmente importa a los clientes, por lo que se minimizan los riesgos de fracaso y se garantiza que el foco está en productos y servicios que las personas realmente quieren y entienden.
5. **Ventaja** (Unfair Advantage). Lo que hace diferente el producto o servicio del de la competencia, o diferente a ojos de los clientes. Hay que

encontrar lo que la competencia no pueda copiar fácilmente y potenciarlo para convertirlo en una defensa.

6. **Canales** (Channels). Cómo hacer llegar la solución a los segmentos de clientes con los que trabajar, pensando tanto en la fase de la venta como en toda la experiencia del cliente.
7. **Métricas** (Key Metrics). Son las actividades que es necesario medir. Para medirlas se utilizan indicadores que ayudan a tomar decisiones con un criterio determinado. Las métricas indican si el modelo de negocio es viable o no.
8. **Estructura de costes** (Cost Structure). Anotar todo lo que implica costes e indicar el gasto mensual aproximado. Una buena práctica es distinguir entre costes variables y costes fijos.
9. **Flujos de ingresos** (Revenue Streams). Cómo se va a ganar dinero con la solución; no sólo quién y cuánto ganará. Es una tarea que tiene que tener en cuenta el descuento de los costes. Es muy importante la correcta fijación de precios y pensar que, si se compite en precios, siempre surgirá competencia que realice la misma actividad más barato.

### **Identificar las partes más arriesgadas del Plan**

Un riesgo es la probabilidad o proximidad de que se produzca un daño o contratiempo. Los riesgos en una startup pueden ser divididos en tres

grandes categorías y es posible identificarlos mediante sencillas preguntas:

✦ **Riesgo de producto**, si el producto o servicio entregado no es el esperado.

- ¿Hay algo que quieren los clientes? (Debe haber) ○ ¿Pagarán por ello? Si no, ¿quién lo hará? (Viable) ○ ¿Puede ser resuelta la necesidad? (Factible)

✦ **Riesgo de clientes**, si el producto o servicio no alcanza a los segmentos definidos.

- ¿Quién tiene la necesidad?
- ¿Quiénes son las primeras personas que quieren o necesitan el producto?

✦ **Riesgo de mercado**, si el producto o servicio no es viable en el mercado.

- ¿Qué precios tienen las alternativas al producto? ○ ¿Qué precios están dispuestos a pagar los clientes? ○ ¿Qué precios realmente pagan los clientes?

Es, por lo tanto, una tarea necesaria establecer un ranking que priorice los riesgos de los diferentes lienzos desarrollados, para poder centrarse en el mercado suficientemente grande de clientes que necesitan el producto o servicio que se va a ofrecer.

Estas preguntas se responden gracias a la entrevista de problema, donde las personas entrevistadas manifestarán sus primeras impresiones acerca de un producto no visible, sino conceptual.

### Testar el Plan

Con el Plan A documentado y los riesgos priorizados, el Plan pasa a ser testado a través de una serie de experimentos. Un experimento es un ciclo de aprendizaje que parte de una idea que se lanza al exterior. Eric Ries plasma, como se puede ver en la Figura 3.3.3.1: Bucle Crear-medir-aprender, su idea de circuito de feedback de información Crear-medir-aprender, aplicable a una startup ágil:

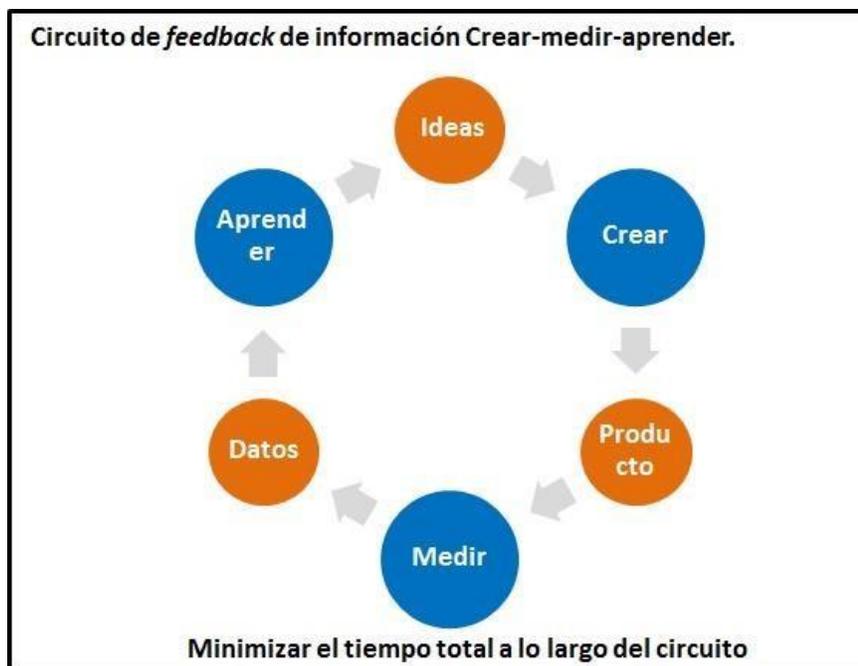


Gráfico 3. Bucle Crear-medir-aprender. Fuente: Lean Startup [12]

Todo comienza con **Crear** el conjunto de ideas o hipótesis que son usadas para desarrollar un **Producto** (boceto, prototipo, código, etc.) que sirva para testarlas. Se pone el producto a disposición de los clientes y entonces se procede a **Medir** sus respuestas utilizando una combinación de **Datos** cualitativos y cuantitativos. Estos datos son usados para **Aprender** de los clientes, y para validar o refutar las hipótesis definidas con anterioridad, lo que genera un nuevo conjunto de acciones.

La finalidad de testar el plan es realizar tantas iteraciones y experimentos como sean necesarios, para alcanzar un objetivo específico, generalmente, el ajuste del producto en el mercado.

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **MYPE**

Es la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (E\_Mypes 2016)

## **PYME.**

La legislación peruana define a la PYME (Pequeña y Micro Empresa) como: "...la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Arbulú 2006, p.12)

## **Productividad**

Es la relación entre la cantidad de bienes o servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados, en relación con los empleados está en función del rendimiento que significa producir la mayor cantidad de bienes, con una cantidad de recursos moderados en el menor tiempo posible.

La productividad es la forma más eficiente para generar recursos midiéndolos en dinero, para hacer rentables y competitivos a los individuos y sus sociedades.(Herrera 2013, p.6)

## **Productividad Empresarial**

La productividad vista desde una óptica empresarial es la relación entre la actividad productiva y los medios (humanos, tecnológicos, infraestructuras) necesarios para conseguirla. Aunque su medición responde a criterios cuantitativos, utilizándose operaciones aritméticas del tipo dividir la cantidad de productos fabricados entre el gasto total de los recursos utilizados, lo cierto es que existen diferentes tipos de productividad y factores de impacto muy diversos, siendo el ambiente laboral uno de los principales. (Eden 2015, p.2)

## **Innovación.**

Una innovación empresarial es una mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa, es realizar grandes cambios organizacionales, productivos o tecnológicos en la propuesta que hace un negocio al mercado con el único fin de ser más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado o incluso crear un mercado totalmente nuevo donde no existan competidores. (Ciberopolis 2012, p.1)

## **Eficiencia**

Eficiencia habla de los medios, pero siempre con orientación a un objetivo de ajuste que implica una optimización del aprovechamiento. Se puede ser eficiente sin ser eficaz y del mismo modo, también es posible ser eficaz sin ser eficiente, aunque lo ideal es una combinación de ambas cualidades.(WorkMeter 2014, p.1)

## **Plan de mejora**

Tiene como objetivo el proceso de mejora continua, la elaboración del plan requiere integrar diversos aspectos a los diferentes procesos de la organización, para que sea traducido en un mejor servicio. Este debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas. (López 2016, p.3. )

## **Eficacia**

La eficacia es la simple consecución de metas u objetivos propuestos desde la organización. (López 2016, p.3)

Es el grado en que el producto o servicio satisface las necesidades reales y potenciales o expectativas de los clientes o destinatarios. (Pérez 2013, p.2)

### **Calidad**

Es el conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando. (Pérez 2013, p.5)

### **Gestión**

Es la habilidad que poseen los líderes de organizar, controlar y dirigir a un grupo de personas para lograr el objetivo propuesto por medio de diversas estrategias. (Emprende\_pyme 2016, p.2)

### **III. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **3.1. Hipótesis**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

La aplicación del plan de mejora aumenta significativamente en la productividad empresarial de la Provincia de Cañete, Lima 2018.

##### **3.1.2. Hipótesis específica**

###### **A. Hipótesis Específica N° 1**

El plan de mejora de negocio influye positivamente en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

###### **B. Hipótesis Específica N° 2**

El plan de mejora de negocio influye positivamente en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

###### **C. Hipótesis Específica N° 3**

El plan de mejora de negocio influye positivamente en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

## **3.2. Definición conceptual de variables**

### **3.2.1. Variable independiente**

Tiene como objetivo el proceso de mejora continua, la elaboración del plan requiere integrar diversos aspectos a los diferentes procesos de la organización, para que sea traducido en un mejor servicio. Este debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas. (López 2016, p.3.)

### **3.2.2. Variable dependiente**

La productividad vista desde una óptica empresarial es la relación entre la actividad productiva y los medios (humanos, tecnológicos, infraestructuras) necesarios para conseguirla. Aunque su medición responde a criterios cualitativos, utilizándose operaciones aritméticas del tipo dividir la cantidad de productos fabricados entre el gasto total de los recursos utilizados, lo cierto es que existen diferentes tipos de

productividad y factores de impacto muy diversos, siendo el ambiente laboral uno de los principales. (Eden 2015, p.2)

### 3.3. Operacionalización de variable

- **VARIABLE INDEPENDIENTE**

X = Plan de mejora de negocio

- **VARIABLE DEPENDIENTE**

Y = Productividad empresarial de la provincia de Cañete.

**TABLA 3.1 Operacionalización de variable**

Definición Conceptual	Definición Operacional	Variable	Dimensiones	Indicador	Instrumentos
La productividad vista desde una óptica empresarial es la relación entre la actividad productiva y los medios (Anzola Rojas 1995).	La calidad de la gestión empresarial y la eficacia de las prácticas directivas tienen efectos muy notables sobre la productividad empresarial y su mejora.	Productividad empresarial de la provincia de Cañete.	Rentabilidad Gestión de la administración Calidad empresarial	% ventas % satisfacción del cliente % eficacia	Encuestas  Ficha de registro

**Fuente:** Elaboración propia

## **IV. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **4.1. Tipo y Diseño de la Investigación**

#### **4.1.1. Tipo de Investigación**

El tipo de investigación es aplicada con un solo grupo (Hernández, Fernández, and Baptista 2007, p.113), es el tipo de investigación en la cual el problema está establecido y es conocido por el investigador, por lo que utiliza la investigación para dar respuesta a preguntas específicas. Y buscar si existe una relación causal entre la variable independiente (Convenio de Cooperación Interinstitucional de Capacitación “Emprendiendo con Éxito”) y una dependiente (actitudes emprendedoras), haciendo variar intencionalmente a la primera, la segunda tendrá que variar.

#### **4.1.2. Diseño de Investigación**

En la investigación tiene un diseño pre experimental se considera pre experimental porque los participantes deben cumplir con un perfil el cual se determinará aplicando una ficha de selección (pre prueba) los que resulten seleccionados posteriormente serán invitados a las jornadas

de aprendizaje vivencial y de acuerdo a la preselección de los participantes, será necesario que los mismos, posean ciertas características o perfil, por ello dentro del taller de Evaluación y Selección de participantes, se realizará la selección con los beneficiarios, accediendo posteriormente al “Taller de Capacitación en Desarrollo en Ideas de Negocio”, así mismo en la “Capacitación de Negocio en Marcha”.

La manipulación o variación de la variable independiente puede llevarse a cabo en dos o más momentos (pre y post test). Luego los dos resultados son comparados para ver si el grupo ha mejorado sus actitudes emprendedoras.

Grupo experimental    O1    X    O2

Donde:

X: Sesiones de aprendizaje del “Taller de Capacitación en Desarrollo en Ideas de Negocio”, así mismo en la “Capacitación de Negocio en Marcha”

O1 = Medición previa de las actitudes emprendedoras (Pre-test)

O2 = Medición de salida de las actitudes emprendedoras (Post-test)

## **4.2. Método de investigación**

El método a utilizar en el presente trabajo será el método cualitativo, debido a que se estudiará el comportamiento de los trabajadores en referencia a determinadas variables.

## **4.3. Población y Muestra**

### **4.3.1 Población**

La población estará conformada por 807 personas, correspondientes al proyecto, del cual solo utilizaremos una muestra aleatoria simple, debido a que cumple las características de ser una población homogénea y todos los miembros tienen las mismas probabilidades de ser seleccionados.

### **4.3.2. Muestra**

Para la muestra se escogió de manera probabilística, esto es que todos los elementos pueden ser escogidos. Para la población en estudio la muestra tendrá como característica confianza del 95%, el máximo error permisible  $E=0,05$ ;  $p=50\%$ ;  $q=50\%$  y el valor de  $z=1,96$ ; para determinar la muestra se utilizará la fórmula para poblaciones finitas y variables cualitativas, esto nos permitirá determinar la proporción de población necesaria para que la investigación sea significativa.

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)E^2 + z^2p^2}$$

$$n = \frac{807(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(807 - 1)0,05^2 + 1,96^20,5^2}$$

$$n = \frac{807(3,846)(0,5)(0,5)}{(806)(0,0025) + (3,846)(0,25)} = \frac{775,0428}{2,015 + 0,9604}$$

$$n = \frac{775,0428}{2,9754} = 260,48 = 261$$

La muestra queda conformada por 261 personas que tienen una Mype.

#### **4.4. Lugar de estudio y periodo de desarrollo**

##### **4.4.1. Lugar de estudio**

Cañete

##### **4.4.2. Periodo de desarrollo**

El presente estudio se desarrolló durante el año 2018.

#### **4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información**

Técnicas

Dentro de la técnica de recolección de datos tenemos:

**La entrevista**, la cual nos proporcionará información sobre las aptitudes y actitudes del emprendedor para motivar, argumentar, vender y negociar un producto o servicio.

**El cuestionario**, esta técnica tiene como finalidad evaluar el perfil del emprendedor de manera para determinar la pre selección del mismo para que sea admitido dentro del programa.

### **Instrumentos**

Entrevista al emprendedor

Criterios de evaluación

La entrevista considera los siguientes criterios:

Potencial de la propuesta de mejora.

Intencionalidad y capacidad de mejora del negocio.

#### **A. Calificación de la entrevista**

Para la calificación de la Entrevista, cada evaluador contó con el Formato B. Al final concluyó el resultado con la siguiente Tabla de Valoración:

**Tabla 4.1: Valoración Formato B y C**

Descripción	Puntaje	Calificación
El participante cuenta con una propuesta de mejora y con capacidad para su mejora.	Mayor de 34	Aprobado
El participante requiere apoyo con la propuesta de mejora o en la capacidad para su mejora.	Entre 30 y 34	En proceso
El participante carece de una propuesta de mejora y capacidad para su mejora.	Menor de 30	Desaprobado

---

Fuente: Elaboración Propia

B. Clínica de ventas y desarrollo de clientes.

Se realizará por personal especializado como son un psicólogo y un analista conductual los cuales tendrán como instrumento la ficha de entrevista (Formato A) el cual tiene los siguientes criterios de evaluación:

**Tabla 4.2: Valoración FORMATO A**

Descripción	Puntaje	Calificación
El participante cumple con las características de un emprendedor	Mayor de 34	Aprobado
El participante requiere reforzamiento de algunas características de un emprendedor	Entre 30 y 34	En proceso
El participante carece de las características del emprendedor	Menor de 30	Desaprobado

---

**Fuente:** Elaboración Propia

#### **4.6 Procesamiento de recolección de datos**

**Cuestionario:** según García (2002). El cuestionario es un sistema de preguntas ordenadas con coherencia, con sentido lógico y psicológico, expresado con lenguaje sencillo y claro. Permite la recolección de datos a partir de las fuentes primarias. Está definido por los temas que aborda la encuesta. Logra coincidencia en calidad y cantidad de la información

recabada. Tiene un modelo uniforme que favorece la contabilidad y la comprobación. Es el instrumento que vincula el planteamiento del problema con las respuestas que se obtienen de la muestra. El tipo y características del cuestionario se determinan a partir de las necesidades de la investigación.

#### **4.7 Procesamiento estadístico y análisis de datos**

Se utilizará el paquete estadístico SPSS V.22, para el procesamiento de datos estadísticos, se analizará de forma descriptiva los datos mediante los estadísticos de centralización como la media aritmética, mediana, desviación estándar y las tablas de frecuencia, discusión de los resultados y posteriormente se aplicará la inferencia estadística mediante la contrastación de la hipótesis por la prueba Chi cuadrado de Pearson.

##### **Definición de variables**

$I_a$ : Indicador del Productividad Empresarial sin el PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO

$I_d$ : Indicador del Productividad Empresarial CON el PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO

### **Hipótesis estadística**

**Hipótesis General (HG):** La aplicación del plan de mejora aumenta significativamente en la productividad empresarial de la Provincia de Cañete,

### **Variables**

$I_{a1}$ : Resultado del Productividad Empresarial sin el PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO

$I_{d1}$ : Resultado del Productividad Empresarial con el PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):** La norma PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO no mejora la productividad empresarial de la Provincia de Cañete,

$$H_0: I_{d1} \leq I_{a1}$$

**Hipótesis Alternativa ( $H_A$ ):** La norma PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO mejora la productividad empresarial de la Provincia de Cañete,

$$H_A: I_{d1} > I_{a1}$$

**Tabla 4.3 Tabla cruzada Implementación de un Plan de Mejora\*Influencia en la Productividad**

		Influencia en la Productividad		Total	
		Si	No		
Implementación de un Plan de Mejora	Si	Recuento	150	21	171
		Recuento esperado	114,7	56,3	171,0
	No	Recuento	25	65	90
		Recuento esperado	60,3	29,7	90,0
Total	Recuento	175	86	261	
	Recuento esperado	175,0	86,0	261,0	

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95,895 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	93,202	1	,000		
Razón de verosimilitud	97,117	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	95,528	1	,000		
N de casos válidos	261				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 29,66.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

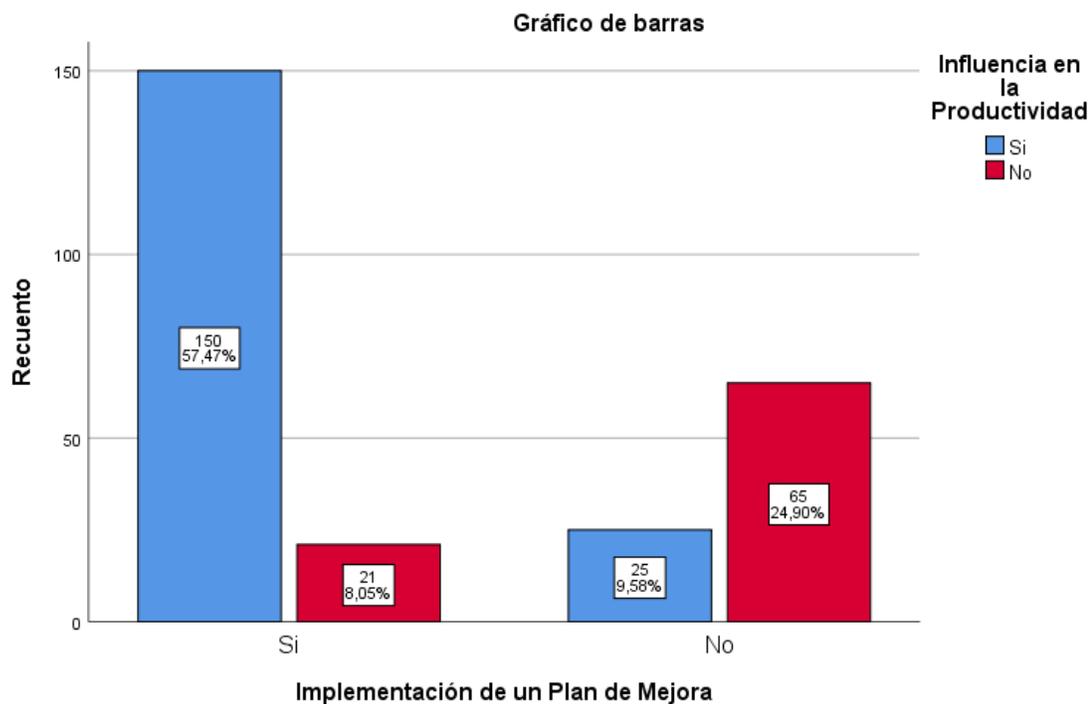


Gráfico 4 Implementación de un plan de mejora

### Análisis de resultado

Como  $Sig = 0.000 \leq \alpha = 0.005$ , entonces se rechaza la hipótesis nula es decir a norma PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO mejora la productividad empresarial de la Provincia de Cañete 2018.

#### A. Hipótesis Específica N° 1

**Ho:** El plan de mejora de negocio influye no positivamente en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

**H<sub>1</sub>:** El plan de mejora de negocio influye positivamente en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

**Tabla 4.4 cruzada Implementación de un Plan de Mejora\*Rentabilidad Empresarial**

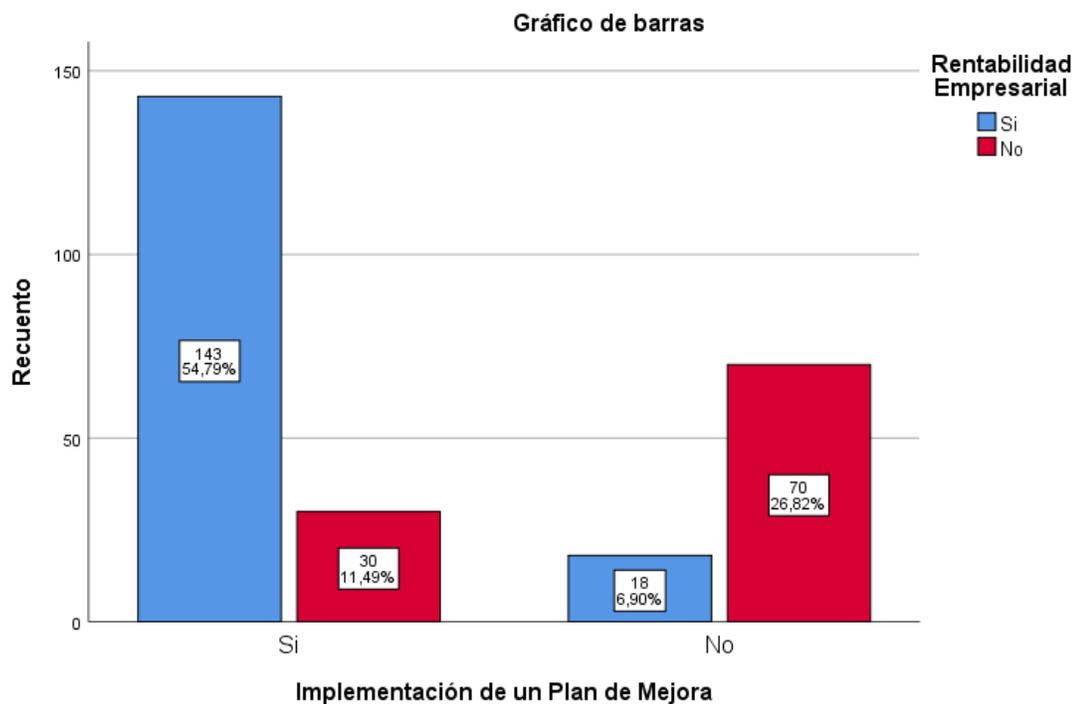
		Rentabilidad Empresarial			
		Si	No	Total	
Implementación de un Plan de Mejora	Si	Recuento	143	30	173
		Recuento esperado	106,7	66,3	173,0
	No	Recuento	18	70	88
		Recuento esperado	54,3	33,7	88,0
Total		Recuento	161	100	261
		Recuento esperado	161,0	100,0	261,0

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95,496 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	92,882	1	,000		
Razón de verosimilitud	98,671	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	95,130	1	,000		
N de casos válidos	261				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 33,72.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2



### **Análisis de resultado**

Como  $Sig = 0.000 \leq \alpha = 0.005$ , entonces se rechaza la hipótesis nula es decir a norma PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO mejora la rentabilidad empresarial de la Provincia de Cañete 2018,

### **B. Hipótesis Específica N° 2**

**Ho:** El plan de mejora de negocio influye no positivamente en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

**H<sub>1</sub>:** El plan de mejora de negocio influye positivamente en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

**Tabla 4.5 cruzada Implementación de un Plan de Mejora\*Gestión de la Administración Empresarial**

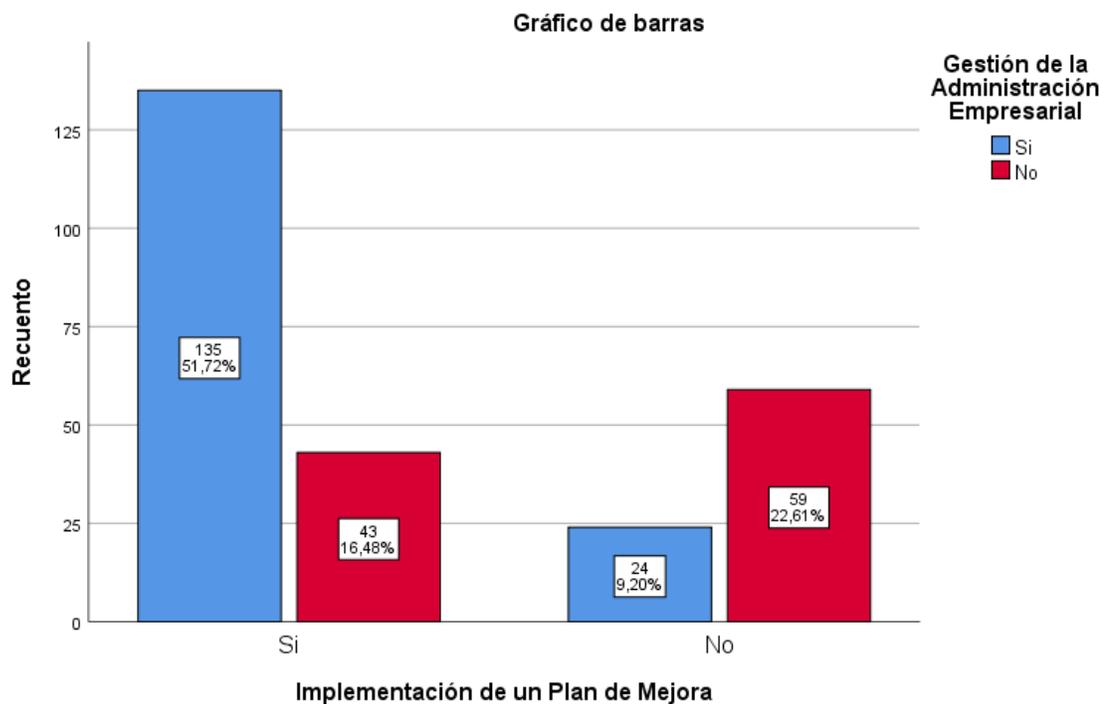
		Gestión de la Administración Empresarial		Total	
		Si	No		
Implementación de un Plan de Mejora	Si	Recuento	135	43	178
		Recuento esperado	108,4	69,6	178,0
	No	Recuento	24	59	83
		Recuento esperado	50,6	32,4	83,0
Total	Recuento	159	102	261	
	Recuento esperado	159,0	102,0	261,0	

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	52,359 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	50,406	1	,000		
Razón de verosimilitud	52,615	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	52,158	1	,000		
N de casos válidos	261				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 32,44.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2



### **Análisis de resultado**

Como  $Sig = 0.000 \leq \alpha = 0.005$ , entonces se rechaza la hipótesis nula es decir el PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO mejora la Gestión administrativa empresarial de la Provincia de Cañete,

### **C. Hipótesis Específica N° 3**

El plan de mejora de negocio influye positivamente en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018

**H<sub>0</sub>:** El plan de mejora de negocio no influye no positivamente en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

**H<sub>1</sub>:** El plan de mejora de negocio influye positivamente en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.

**Tabla 4.6 cruzada Implementación de un Plan de Mejora\*Calidad Empresarial**

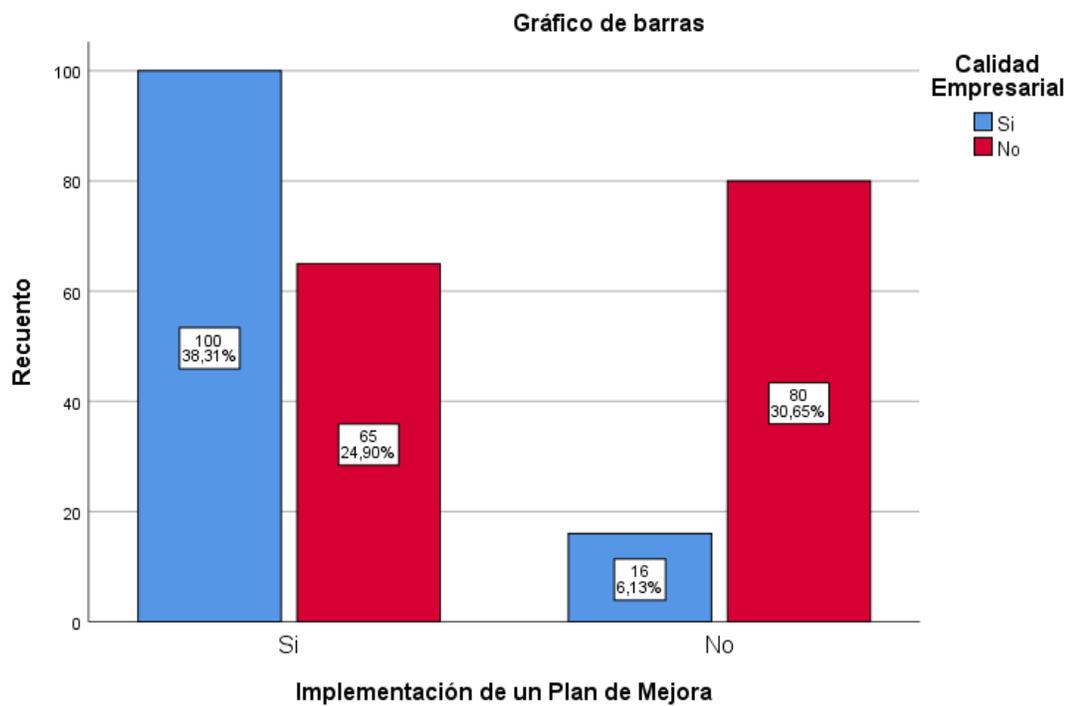
		Calidad Empresarial		Total	
		Si	No		
Implementación de un Plan de Mejora	Si	Recuento	100	65	165
		Recuento esperado	73,3	91,7	165,0
	No	Recuento	16	80	96
		Recuento esperado	42,7	53,3	96,0
Total	Recuento	116	145	261	
	Recuento esperado	116,0	145,0	261,0	

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	47,455 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	45,692	1	,000		
Razón de verosimilitud	50,829	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	47,273	1	,000		
N de casos válidos	261				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 42,67.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2



Como  $Sig = 0.000 \leq \alpha = 0.005$ , entonces se rechaza la hipótesis nula es decir el PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO mejora la Calidad empresarial de la Provincia de Cañete 2018

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados descriptivos

Se determinan los resultados de parciales

En el cuadro siguiente se presentan los resultados obtenidos en el desarrollo del trabajo de campo, para éste se utilizó una encuesta que contiene preguntas para evaluar el plan de mejora de negocio y la Productividad , dichas encuestas fueron aplicadas a 261 personas.

**Tabla 5.1 Nivel de productividad**

PRODUCTIVIDAD		
NIVEL	X	%
BAJO	51	20%
MEDIO	95	36%
ALTO	115	44%
	261	100%

### 5.2 Descripción de resultados del pre test

#### 5.2.1. Diagnóstico del emprendedor formato A

**Tabla N° 5.2:** Resultados productividad empresarial según diagnóstico.

Escala	Rentabilidad Empresarial		Gestión Administrativa		Calidad Empresarial		Productividad Empresarial	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Deficiente	60	23,0	52	19,9	63	24,1	56	21,5
Media	131	50,2	131	50,2	141	54,0	131	50,2

Alta	70	26,8	78	29,9	57	21,8	74	28,4
Total	261	100,0	261	100,0	261	100,0	261	100,0

### Interpretación

Según tabla N° 5.4, se tiene que el 23% muestra rentabilidad empresarial deficiente, el 50,2% Rentabilidad empresarial media y el 26,8% rentabilidad alta; en cuanto a la gestión empresarial el 19,9% muestra deficiente gestión, el 50,2% muestra media o regular gestión y el 29,9% alta gestión empresarial; en cuanto a la calidad empresarial el 24,1% muestra deficiente calidad, el 54% muestra calidad media y el 21,8% muestra alta calidad.

Respecto a la variable principal que es la productividad empresarial se tiene que el 21,5% muestra deficiente productividad, el 50,2% muestra productividad media o regular y el 28,4% muestra alta productividad, lo que a nivel del pre test quiere decir que el participante requiere reforzamiento de algunas características de un emprendedor.

## 5.2.2. Diagnóstico de los emprendedores formato B y C

**Tabla N° 5.3:** Resultados entrevista a para saber si cuenta con plan de mejora

Escala de valoración	Emprendedores	Porcentaje
Desaprobado	242	92,7
En proceso	10	3,8
Aprobado	9	3,4
Total	261	100,0

Fuente: entrevista a emprendedores de la provincia de cañete, enero 2018

### Interpretación

Según tabla N° 7, se tiene que el 92,7% carece de una propuesta de mejora y capacidad para su mejora, el 3,8% está en proceso de implementación del plan de mejora y que requiere apoyo para su implementación; y solo el 3,4% de los participantes cuenta con una propuesta de mejora y con capacidad para su mejora.

**Tabla N° 5.4:** Intencionalidad de mejorar y capacidad de implementación de mejora del negocio

Escala de valoración	Emprendedores	Porcentaje
Desaprobado	230	88,1
En proceso	19	7,3
Aprobado	12	4,6
Total	261	100,0

Fuente: entrevista a emprendedores de la provincia de cañete, enero 2018

### **Interpretación**

Según tabla N° 8, tenemos que el 88,1% no muestra intencionalidad de mejorar y capacidad de implementación de mejora del negocio, el 7,3% muestra intencionalidad de mejorar y capacidad de implementación de mejora del negocio, pero requiere de apoyo para lograrlo y el 4,6% cuenta con un plan de mejora y muestra intencionalidad para realizar mejoras en su negocio.

### 5.3. Descripción de resultados del post test

#### 5.3.1. Diagnóstico de los emprendedores formato A

Tabla N° 5.5: Productividad empresarial después de aplicado el programa.

Escala	Rentabilidad empresarial		Gestión Administrativa		Calidad Empresarial		Productividad Empresarial	
	FI	%	FI	%	FI	%	FI	%
	Deficiente	0	0	0	0	3	1,1	0
Media	49	18,8	39	14,9	63	24,1	31	11,9
Alta	212	81,2	222	85,1	195	74,7	230	88,1
Total	261	100,0	261	100,0	261	100,0	261	100,0

#### Interpretación

Según tabla N° 9, se tiene que el 18,8%. Muestra rentabilidad empresarial media y el 81,2% rentabilidad alta; en cuanto a la gestión administrativa el 14,9% muestra media o regular gestión y el 85,1% alta gestión empresarial; en cuanto a la calidad empresarial el 24,1% muestra calidad media y el 74,7% muestra alta calidad.

Respecto a la variable principal que es la productividad empresarial se tiene que el 11,9% muestra productividad media o regular y el 88,1% muestra alta productividad, esto quiere decir que el participante el participante cumple con las características de un emprendedor.

## **VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados**

El principal objetivo de la investigación ha sido aplicar un plan de mejora de negocio para aumentar la productividad empresarial en la provincia de Cañete, 2018; la aplicación del plan de mejora aumenta significativamente la productividad empresarial, el 88,1% muestra alta productividad, esto quiere decir que el participante cumple con las características de un emprendedor. El pensamiento innovador de los emprendedores para iniciar un negocio está relacionado con el entorno cultural y la autoconfianza de los futuros emprendedores, tal como afirma Gómez, et al (2014) quien afirma que el impacto positivo de la autoconfianza de un emprendedor es mayor en los jóvenes que en los adultos y que son muchos los factores socio culturales que influyen en esta condición de los emprendedores; además Ornelas. Et al (2015) afirma que el espíritu emprendedor de la madre se traslada hacia los hijos quienes muestran espíritu emprendedor tal como lo muestra su madre.

Mientras que Castillo, Lira, and González (2014) afirma que un programa de desarrollo de emprendedores cumple con el objetivo de formar jóvenes de formar su empresa y que los participantes afirman haber obtenido beneficios del programa que les ayuda a mejorar los resultados y la productividad de su

empresa; tal como lo hemos podido constatar en los resultados de nuestra investigación. En la misma línea de investigación Ramírez (2012) afirma que el 50% de los jóvenes participantes de su estudio tienen perfil emprendedor, además de este porcentaje en su mayoría son las mujeres las que aspiran a tener una empresa.

La capacitación y apoyo en el plan de mejora de negocio influye positivamente en la calidad empresarial de los emprendedores, este trabajo sigue la misma línea de investigación y de desarrollo social de la universidad del Callao gracias al convenio con el programa Nacional de Oportunidades laborales Impulsa Perú del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y la Universidad Nacional del Callao, en tal sentido la investigación se convierte en un aporte a la mejora de la productividad de los emprendedores del distrito de Cañete.

### 6.3. Responsabilidad ética

#### DECLARACIÓN JURADA

Yo, Yesenia Guevara Valdiviezo, Ingeniero Industrial de la Facultad de ingeniería Industrial y Sistemas, Identificado (a) con DNI N° 27736581, domiciliado en Av Rafael Escardo 660 Dpto 504 San Miguel, con correo electrónico: YeseniaGuevaraVal@hotmail.com, con la tesis titulada: "IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MEJORA DE NEGOCIO Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MYPES Y PYMES EN LA PROVINCIA DE CAÑETE, 2017"

Declaro bajo juramento que:

1. Conocer y estar de acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la UNAC, aprobado con Resolución N° 309-2017-CU 24/10/17.
2. Conocer y estar de acuerdo con el Protocolo del Proyecto e informe final de investigación de pregrado, posgrado y/o docentes, equipos, centros e institutos de investigación. Resolución rectoral N° 499-2018-R de 29/05/18, que centraliza la información de diversos documentos normativos sobre investigación.
3. El desarrollo del contenido de la Tesis es de mi autoría.
4. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para fuentes consultadas de acuerdo al Manual de Publicaciones de la Asociación Americana de Psicología – APA.
5. La Tesis final no ha sido plagiado o/y auto plagiada; es decir, no ha sido publicado ni presentada anteriormente.
6. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la Tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falla de fraude (datos falsos), plagios (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado) piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente.

Callao, Agosto 2019.

## CONCLUSIONES

- Luego del procesamiento de los datos obtenidos producto de la investigación se arriba a las siguientes conclusiones:
- En la tabla N° 7 se muestran los resultados del diagnóstico, se tiene como resultados que el 92,7% de los emprendedores carece de una propuesta de mejora de su empresa y esta situación limita el desarrollo de la productividad de la empresa. Además, en la tabla N° 8 el 88,1% no muestra intención de mejorar o implementar su negocio, esto se debe al desconocimiento de las estrategias y métodos para realizar un adecuado plan de mejorar, pero también están dispuestos a recibir ayuda para desarrollar su plan de mejora, con la ayuda técnica de un profesional que les apoye a mejorar su negocio.
- Al inicio de la investigación los emprendedores no contaban con un plan de mejora y esto daba como resultado una disminución en la rentabilidad de la empresa en un porcentaje del 23% pero luego de desarrollar el taller de capacitación a los emprendedores, luego de desarrollar el programa y aplicado el post test el 81,2% mostraba rentabilidad empresarial alta, es decir con el plan de mejora los

emprendedores han mejorado su productividad después de tener su plan de mejora empresarial.

- En cuanto a la gestión de la administrativa empresarial se pasó de 19,9% en gestión deficiente a 85,1% en gestión empresarial alta luego de aplicado el taller para la implementación del plan de mejora empresarial.
- Respecto a la calidad empresarial se pasó de 24,1% deficiente calidad a 74,7% alta calidad empresarial, se concluye que el plan de mejora logra desarrollar la calidad empresarial de los emprendedores.
  
- En cuanto a la conclusión general la productividad empresarial se vio mejorada pasando de 21,5% de productividad deficiente a 88,1% de productividad empresarial alta, es decir que el plan mejora influye significativamente en la mejora de la productividad empresarial.

## RECOMENDACIONES

- A las autoridades del Ministerio de Trabajo brindar apoyo a los futuros emprendedores, para lograr mejorar la productividad empresarial.
- A los jóvenes emprendedores buscar apoyo para la capacitación de parte de las autoridades para mejorar la productividad de sus empresas.
- Capacitar en estrategias y métodos para realizar un adecuado plan de mejorar, porque están dispuestos a recibir ayuda para desarrollar su plan de mejora, con la ayuda técnica de un profesional que les apoye a mejorar su negocio.
- Se recomienda adicionar nuevas capacitaciones con enfoque de emprendimiento y desarrollo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Anzola Rojas, Sérvulo. 1995. *La actitud emprendedora: espíritu que enfrenta los retos del futuro*: McGraw Hill Interamericana. México. MX.
2. Arbulú, J. 2006. Característica e importancia de la PYME en nuestra economía.
3. Ornelas Carlos, Estela Carmen, Contreras González Luis Enrique, Silva Olvera María de los Ángeles, and Liquidano Rodríguez Ma del Carmen. 2015. "El Espíritu Emprendedor y un factor que influencia su Desarrollo Temprano." *Conciencia Tecnológica* (49).
4. Castillo Luis Carlos, Cantón Alan, García Lira, and Iuit González Magaly Carmen. 2014. "El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México (The role of competence focusing in entrepreneur shaping: Evaluating the University of Yucatan (Mexico) model)." *Tec Empresarial* 8 (2):29-40.
5. Chiavenato, I. 2006. *Introducción a la teoría general de la administración*: McGraw-Hill/Interamericana.
6. Ciberopolis. 2012. ¿Qué es una innovación empresarial?
7. Delfín Pozos, Flor Lucila, and Acosta Márquez María Pilar. 2016. "Importancia y análisis del desarrollo empresarial." *Pensamiento & Gestión* (40).

8. DEMI, Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria. 2016. Lima. Sumario Regional.
9. Eden. 2015. Tipos de productividad empresarial y factores de influencia.
10. Emprende\_pyme. 2016. ¿Qué es la gestión empresarial?
11. E\_Mypes. 2016. Las Mypes.
12. García, J.C.F., and J.F. de Guevara. 2014. *La empresa española ante la crisis del modelo productivo: Productividad, competitividad e innovación*: Fundación BBVA.
13. García, Juan. 2015. Anuario estadístico industrial, MYPES y Comercio Interno.
14. González R. 2015. *Familia Laboral. Compañeros de vida*: LID Editorial Mexicana.
15. Gómez Araujo, Eduardo J, Vaillant Yancy, and Lafuente Esteban. 2014. "Ensayos sobre la actividad emprendedora de los jóvenes españoles desde una perspectiva territorial."
16. Hernández, R., Fernández C., and Baptista P. 2007. *Fundamentos de metodología de la investigación*. Edited by Tercera Edición. México. DF.
17. Herrera, J.L. 2013. *+Productividad*: Palibrio.
18. IBNET. 2013. Productividad Total de los Factores.
19. Industria, Ministerio de. 2016. Estadística PYME, evolución e indicadores.

20. INEGI. 2016. Estadísticas de las Micro, Medianas y Pequeñas empresas de México.
21. López, M. 2016. Eficiencia y eficacia: ¿qué es mejor para una empresa?
22. Maslow, Abraham H. 1991. *Motivación y personalidad*: Ediciones Díaz de Santos.
23. Mayo, Elton. 1979. "Irrationality and Revery." *Journal of Personnel Research*.
24. Orrego, Clara Inés. 2008. "La dimensión humana del emprendimiento." *Revista Ciencias Estratégicas* 16 (20).
25. Pérez, A. 2013. Eficiencia, eficacia y efectividad en la calidad empresarial.
26. Sheron Ramírez, Leonardo Antonio. 2012. "Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann-Tacna-Perú-2011."
27. WorkMeter. 2014. Eficiencia empresarial: secretos de una empresa eficiente.

## Infografía

1. Beltran, Martha. 2017. "Concepto y definiciones de productividad industrial." <http://redindustria.blogspot.pe/2010/05/concepto-y-definiciones-de.html>. visto: 17 de octubre del 2017
2. Castillo, Agustina. 2016. "Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa. ." <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2016/10/09/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-apuntes-iniciales-a-proposito-de-las-modificaciones-introducidas-por-la-ley-no-30056-y-la-aprobacion-del-t-u-o-de-la-ley-mipyme-mediante-decre-2/>. Visto 17 de octubre del 2017
3. Gestión. 2016. "Lima Metropolitana y Callao lideran ranking de competitividad regional en el Perú.". <https://gestion.pe/economia/lima-metropolitana-y-callao-lideran-ranking-competitividad-regional-peru-2175505>. Visto: 02 de noviembre del 2017

# **ANEXOS**

## Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES/ INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿Cómo influye la implementación de un plan de mejora de negocio en la productividad empresarial en la Provincia de Cañete, 2018?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECIFICO</b></p> <p><b>Problema Específico Nº 1</b> ¿Cómo influye la implementación de un plan de mejora de negocio en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018?</p> <p><b>Problema Específico Nº 2</b> ¿Cómo influye la implementación de un plan de mejora de negocio en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018?</p> <p><b>Problema Específico Nº 3</b> ¿Cómo influye la implementación de un plan de mejora de negocio en la calidad</p>	<p><b><u>Objetivo General</u></b> Aplicar un plan de mejora de negocio para aumentar la productividad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.</p> <p><b><u>Objetivos específicos</u></b></p> <p><b>Objetivo Específico Nº 1</b> Determinar la influencia del plan de mejora de negocio en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.</p> <p><b>Objetivo Específico Nº 2</b> Determinar la influencia del plan de mejora de negocio en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018</p>	<p><b><u>Hipótesis General</u></b> La aplicación del plan de mejora aumenta significativamente en la productividad empresarial de la Provincias de Cañete, Lima 2018.</p> <p><b><u>Hipótesis Específicas</u></b></p> <p><b>Hipótesis Específica Nº 1</b> El plan de mejora de negocio influye positivamente en la rentabilidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.</p> <p><b>Hipótesis Específica Nº 2</b> El plan de mejora de negocio influye positivamente en la gestión de la administración empresarial en la provincia de Cañete, 2018.</p> <p><b>Hipótesis Específica Nº 3</b></p>	<p><u>VARIABLE</u> <u>INDEPENDIENTE</u></p> <p>Plan de mejora de negocio</p> <p>Productividad empresarial de la provincia de Cañete</p> <p>Rentabilidad en la administración empresarial de la provincia de Cañete</p> <p>Gestión de la administración</p>	<p><b>Técnica</b> Encuesta Entrevista.</p> <p><b>Instrumento</b> Encuesta Entrevista al emprendedor</p>	<p>- Bibliografía - Tesis - Internet - propios emprendedores</p>

<p>empresarial en la provincia de Cañete, 2018?</p>	<p><b>Objetivo Específico N° 3</b>  Determinar la influencia del plan de mejora de negocio en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018</p>	<p>El plan de mejora de negocio influye positivamente en la calidad empresarial en la provincia de Cañete, 2018.</p>	<p>empresarial de la provincia de Cañete   Calidad en la administración empresarial de la provincia de Cañete</p>		
---	--	--	---	--	--

## PLAN DE MEJORA

# 1. RESUMEN EJECUTIVO

Nombre del \_\_\_\_\_

Negocio : Forma    Persona natural con negocio ( )  
                          E.I.R.L. ( ) S.R.L. ( ) S.A.C. ( ) S.A ( )

Legal                    :    Producción ( ) Servicio ( ) Comercio ( )

Tipo de Negocio :

1.1 Situación Actual del Negocio / Proyecto:

Funcionamiento ( )    Implementación ( )    Idea ( )

1.2 Descripción del negocio:

---



## 2. CLIENTES Y MERCADO

### 2.1 Análisis de la competencia

En esta parte deberá colocar todo lo concerniente al estudio de mercado que usted ha debido realizar sobre su competencia o empresas que presentan productos similares.

Deberá contarnos como se encuentra el mercado en el cual estará su negocio, ¿qué empresa es la número uno en el mercado?, ¿cómo lo hace?, ¿quiénes son sus aliados?, ¿con qué tipo de personal cuenta?, ¿Cómo se financia la empresa de la competencia?, ¿cómo funciona la competencia?, ¿cómo distribuye sus productos?, ¿quiénes son sus proveedores? Cualquier otro detalle importante sobre la competencia que deberá ser detallado en esta parte.

En caso su producto o servicio sea el primero en el rubro, deberá colocar los productos que actualmente los clientes utilizan en este mercado y deberá explicar porque su producto desplazará a los otros del mercado.

Las siguientes interrogantes le ayudarán a especificar a la competencia

- ¿Cuál es el nombre del producto de la competencia o que empresa es mi competencia?,
- ¿Qué características tienen los productos o servicios?, ¿cuál es el precio al que lo ofertan?,
- ¿En qué lugares ofertan los productos?
- ¿Quiénes serán los dueños?, ¿qué tipo de formalidad tendrá la empresa?

Esta información pueden sacarla del lienzo de negocios para luego de este punto pasar a fundamentar cada uno de los pasos a seguir en la realización de la empresa.

Reemplazar las líneas por lo que escribirán sobre la competencia.

Esta matriz le ayudará a comparar a la competencia. Es necesario que los coloque en orden de importancia.

	Competencia	Características del producto producto o servicio de la competencia mercado?	Precio S/	¿Cómo coloca el o servicio en el
1				
2				
3				

## 22 Análisis del cliente potencial

En esta parte tendrá que detallar el análisis que le ha hecho a su futuro cliente sobre su comportamiento en el mercado que piensa usted colocar su producto o prestar el servicio.

Para ello nos deberá contar ¿qué es lo que tiene insatisfecho a los clientes del producto o servicio que ya utiliza?, ¿cuál es el comportamiento cotidiano que tiene el cliente ante el producto o servicio?, ¿por qué el cliente utiliza este producto?, ¿en qué lugares vive nuestro cliente?, ¿en qué condiciones vive nuestro cliente?, ¿cómo es la vida diaria de nuestros clientes?, ¿Qué le hace sentir mal a tu cliente sobre el producto o servicio que ya utiliza?, ¿Cuáles son las métricas de éxito o fracaso de tu cliente?, ¿cuáles son los costos indeseados que tu cliente experimenta?, ¿Cuáles son las principales dificultades y retos que tiene el cliente?, ¿A qué riesgos se enfrenta?

---



---



---

Esta matriz le ayudará a analizar a su cliente.

	¿Qué característica buscan suele los clientes sobre el producto que ofrecen?	¿Qué incrementaría pagaría el cliente te comprar o use tu producto?	¿Qué precio la posibilidad que adquirir el cliente o servicio?	¿En qué lugar los productos y servicios con que frecuencia?
1				

## 23 Conclusiones

Luego de haber realizado tu análisis de la competencia y del cliente debes colocar aquí cuáles son las razones positivas que te permiten ser competitivo en el segmento de mercado que vas a participar.

Remplazar las líneas por lo que escribirán sobre la competencia.

---

## 24 Segmento para nuestro negocio

Tipo de Cliente		Características
1	Geográfica	Colocar cuál es el ámbito geográfico en donde se encuentran mis clientes
	Demográfica	<p>Sexo: Colocar si es masculino, femenino u otros.</p> <p>Edad: Definir el rango de edad en que están los clientes.</p> <p>Nivel Socioeconómico: En qué situación económica esta: A, B, C, D o E.</p> <p>Nivel de educación: Secundaria, Superior Técnica, Superior Universitaria, Post grado, etc.</p> <p>Política: Esto es opcional. Sólo colocarlo si es importante diferenciar a las personas por su tendencia política.</p> <p>Religión: Esto es opcional. Sólo colocarlo si es importante diferenciar a las personas por su tendencia religiosa.</p>
	Psicográfica	<p>Estilo de vida: es esta parte debemos definir cuál es el estilo de vida de nuestro cliente,</p> <p>¿Cuáles son sus gustos del cliente?, ¿cuáles son sus preferencias ante determinada situación?, ¿qué estado de ánimo suelen tener?, ¿qué hábitos tienen?, ¿cuáles son sus hobbies?, ¿cómo les gusta divertirse?.</p> <p>No es necesario responder todas las preguntas, tan solo cuáles son las características marcan la diferencia y que diferencia a nuestros clientes de las demás personas.</p>

### 3. PROPUESTA DE VALOR

#### 3.1 Descripción del producto o servicio

En esta parte debemos describir nuestro producto y fundamentar cuales son las características que lo hacen diferente a la competencia y que solucionan parte de la vida de nuestros clientes.

Describir el producto o servicio a ofrecer, ¿en qué consisten?, ¿Aportan beneficios que el cliente espera o van más allá?, ¿Copian o mejoran productos o servicios que el cliente ya usa?, ¿Crean consecuencias sociales positivas que el cliente desea?, ¿Soluciona algo que siempre había soñado?, ¿Hacen el trabajo o la vida más fácil?, ¿Hace más fácil su uso (más barato, menores costos de cambio), ¿Dónde se vende?, ¿cómo se va comercializar nuestro producto o servicio?, ¿Hacen al cliente sentirse mejor eliminando frustraciones y preocupaciones?, ¿Solucionan problemas de funcionamiento?, ¿Acaban con dificultades o retos que el cliente enfrenta?, ¿Termina con consecuencia sociales indeseadas o miedos?, ¿Elimina riesgos que el cliente teme?, ¿Ayuda al cliente a dormir mejor por las noches?, ¿Elimina errores comunes de los clientes?,

Nombre del producto y/o servicio:

---

	Características del producto o servicio	¿Cuál es el beneficio para el cliente? (tiempo, dinero, esfuerzo)	¿Hacen al cliente sentirse mejor eliminando frustraciones y preocupaciones?	¿Qué barreras elimina para que el cliente pueda adoptar nuestro producto o servicio?
1	Colocar cual es la característica de tu producto	Explicar cuál es el beneficio y por qué?	Explicar por qué lo hacen sentir mejor	Explicar qué barrera elimina
2				
3				
4				
5				

### 32 Ficha del producto y/o servicio

Presentaciones de mis productos nombre		Presentación 1 Colocar el nombre de la presentación 1	Presentación 1 Colocar el nombre de la presentación 1	Presentación 1 Colocar el de la presentación 1
<b>1</b>	Ingredientes	Detallar los ingredientes que van en el producto		
<b>2</b>	Peso / litro	Especificar la medida de la presentación. Si es por peso o por litro.		
<b>3</b>	Tamaño	Especificar el tamaño de la presentación		
<b>4</b>	Sabor / Aroma / Textura	Especificar que sabor es, el aroma o la textura		
<b>5</b>	Cantidad	Que cantidad de productos vienen en cada presentación		
<b>6</b>	Características del empaque	Definir como están elaborados los empaques del producto		

### 33 Análisis FODA

FORTALEZAS

DEBILIDADES

Las fortalezas están basadas de acuerdo a los puntos fuertes que tiene nuestra empresa y que depende de nuestras decisiones cambiarlo. En este recuadro Debemos colocar todas las fortalezas de nuestra empresa de los siguientes rubros:

- Capital de trabajo, ¿tengo mucho o poco dinero para invertir?, ¿le debo a alguien?, ¿tengo dinero para pagarle puntualmente a mi personal?
- Producción, ¿puedo producir lo que el mercado demanda o sólo una parte?, ¿por qué?, ¿cuánto puedo producir?, ¿tengo la maquinaria adecuada?, ¿cumpló las normas necesarias para la producción?
- Ventas, ¿puedo vender todo lo que produzco?, ¿Cuanto cobro por todo lo que vendo?, ¿el precio es el adecuado para los clientes?,
- Personal, ¿tengo personal calificado para la producción?, ¿El personal no se va a ir fácilmente de mi empresa?
- Calidad del producto o servicio, ¿puedo elaborar buenos productos?,
- Distribución del producto, ¿tengo la capacidad de distribuir los productos que elaboro donde lo adquieren los clientes en el momento justo?
- Grado de comunicación con el cliente, ¿la información y el mensaje de mi producto llegan de la manera más eficiente a mi cliente?, ¿cómo lo hago?

En este recuadro deberé colocar las debilidades que usted tiene para elaborar su empresa.

Las debilidades están basadas en lo que carece nuestra empresa y que depende de nosotros mejorar.

## OPORTUNIDADES

## AMENAZAS

Las oportunidades son las que podemos encontrar en el mercado y que se dan por circunstancias ajenas a nosotros.

En este recuadro Debemos colocar todas las oportunidades de nuestra empresa de los siguientes rubros:

- Capital de trabajo, ¿si tenemos la posibilidad de tener algún préstamo con una tasa de interés bajo por campaña de los bancos?
- Producción, ¿podemos aumentar la producción por alguna coyuntura en particular?, ¿podemos adquirir algún tipo de maquinaria que necesitemos a un precio especial?, ¿Podemos adquirir insumos a un precio especial porque nos lo ofrecen un proveedor por la cantidad que compramos?, ¿Puedo producir sin restricciones ya que los organismos controladores han dado admitía?, ¿la ubicación en donde va estar mi negocio permite un pago estándar de mis servicios y esto vuelve competitivo mi producto?
- Ventas, ¿podemos vender más productos ya que la competencia tuvo problemas para atender el mercado?, ¿podemos tener un mayor margen de ganancia ya que la

Materia prima que utilizamos bajo de precio?

- Personal, ¿incremento en la oferta de personal que requiere mi empresa permite pagarle menos a los trabajadores, ¿una capacitación financiada por el estado me permite enviar a capacitar a mi personal?
- Distribución del producto, ¿la baja de combustible permite que mi distribución sea más barata?
- Grado de comunicación con el cliente, ¿los medios en donde necesito colocar mi publicidad me cobran menos?

### 34 Visión

Aquí deberá detallar cual será la visión de su empresa y para su ayuda responda las siguientes preguntas:

¿Cómo será esta empresa cuando haya alcanzado su madurez (o continúe creciendo) en unos años?

- ¿Cuáles serán los principales productos y servicios que ofrecerá?
- ¿Quiénes trabajarán en la empresa?
- ¿Cuáles serán los valores y actitudes clave de la empresa?
- ¿Cómo hablarán de la empresa los clientes, los trabajadores y la gente en general que tenga relación con ella?

### 35 Misión

Aquí deberá detallar cual será la visión de su empresa y para su ayuda responda las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos?, ¿Qué buscamos?, ¿Qué hacemos?, ¿Dónde lo hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?
- ¿Para quién trabajamos?

### 36 Valores de mi negocio

Aquí deberá colocar sobre qué valores se va a construir la empresa.

### 37 Objetivos

Aquí debe colocar cuáles son los objetivos que debe cumplir para que su empresa para que su empresa sea competitiva.

---



---



---

## 4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

### 4.1 Mecanismos de distribución

#### Mayoristas

- ¿Por qué razones escogiste el mecanismo de distribución a través de los mayoristas?

#### Estrategias

- ¿Qué estrategias vas a emplear para trabajar con ellos?

• ¿Por qué razones escogiste el mecanismo de distribución a través de los minoristas?

• ¿Qué estrategias vas a emplear para trabajar con ellos?

Universidad Nacional del Callao

42 Lugares de venta de nuestro producto o servicio

	Lugares de venta	Estrategias
1	¿Qué boca de salida has escogido para que tus productos sean adquiridos por los clientes? (supermercados, bodegas, mercados, librerías, kioscos, cafeterías, web, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las estrategias a trabajar con estas bocas de salida?</li> <li>• ¿Nuestro producto tendrá un lugar preferencial dentro del punto de venta?</li> <li>• ¿Nos garantizan vender mensualmente cierta cantidad de producción?</li> </ul>
2		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué tipos de promociones se puede trabajar en estas bocas de salida?</li> </ul>
3		
4		
5		

5. RELACIONES CON LOS CLIENTES

5.1 Publicidad y promoción

En este punto debemos detallar la manera que haremos hacer llegar la información esencial que ofrecen nuestros productos. Los medios que vamos a utilizar y qu estrategia utilizaremos.

	Tipo de publicida da	¿Por qué y dónde quiero usar este tipo	¿Cuál es el mensaje	¿Qué alcance tendré la	¿Cuánt o cuanto
1	Escoger un tipo de publicidad (radio, tv, volante, folleto, afiche, web, etc)	Sustentar porque se usa este tipo de publicidad y dónde lo colocarán.	Describir cuál es el mensaje que desean que llegue a los clientes	¿A cuántos clientes piensan alcanzar con la publicidad que realizarán?	Colocar el monto de lo que cuesta hacer esta publicidad
2					
3					
4					

## 52 Relaciones Públicas / Networking

En este punto debemos detallar la manera que haremos hacer llegar la información esencial que ofrecen nuestros productos. Los medios que vamos a utilizar y que estrategia utilizaremos.

	Relaciones Públicas / Networking	¿Qué quiero lograr?	¿Qué acciones debo hacer?
1	Colocar el nombre del grupo en donde se hará las relaciones públicas	Colocar lo que deseo alcanzar con la relación que tenga dentro de los grupos o donde me desempeñe.	Detallar las acciones que tengo que hacer para lograr lo que deseo alcanzar dentro de estos grupos.
2			
3			
4			
5			

## 6. LUJO DE INGRESOS

### 6.1 Precio de los productos o del servicio

En el siguiente cuadro podremos detallar cómo serán los precios de nuestros productos o servicios ¿Cuál será el precio del producto?

¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?

¿Qué valor están dispuestos a pagar realmente los clientes?

¿Cuánto pagan en la actualidad por un producto y/o servicio?

PRODUCTOS Y/O SERVICIOS O SERIE DE PRODUCTOS				
DETALLE	Producto/Servicio 1	Producto/Servicio 2	Producto/Servicio 3	Producto/Servicio 4
Costos estimados por artículo / servicio				
Precios de competidores: Mas Alto				
Precio Promedio				
Precios de competidores: Más bajo				
Precio que vas a cobrar				
Razón para el precio establecido				
Descuentos que les serán otorgados a los siguientes tipos de clientes				
Razón para los descuentos				
Ofertas especiales (rebajas de fin de mes)				

62 Forma de pago

	Tipo de ingreso	¿Por qué se ha escogido este tipo de ingreso?	Estrategias
1	Tendero. (Puede ser otro tipo de ingreso que ustedes crean conveniente).	¿Cómo se hace la forma de pago?, ¿Por qué los clientes prefieren este tipo de pago?	¿Cómo facilitarles el pago?
2	Suscripción. (Puede ser otro tipo de ingreso que ustedes crean conveniente).	¿Cómo se hace la forma de pago?, ¿Por qué los clientes prefieren este tipo de pago?	¿Cómo facilitarles el pago?

## 7. RECURSOS CLAVES

### 1 Infraestructura requerida para el negocio - Ubicación del local

Detallar todas las cosas que necesito para poder producir mis productos o servicios  
 ¿Dónde va a funcionar nuestro negocio?, ¿Por qué he escogido este lugar?  
 ¿Qué características tiene que tener mi local para que funcione bien mi negocio?  
 ¿Qué tamaño requiere el local?, ¿dónde está ubicado?

---



---



---

### 7.2 Equipos, herramientas, materiales y utensilios necesarios para la producción del negocio

¿Qué maquinaria, herramientas y utensilios necesito para elaborar mi producto o realizar mi servicio?

	Tipo de Equipo	Especificación	Conexión de Energía	Cantidad	Precio	Prioridad
1	Nombre del equipo o herramienta	Colocar cuales son las especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos (tamaño, material, capacidad, marca, color y todas las especificaciones necesarias para su compra).	Colocar el tipo de corriente que necesita	Colocar qué cantidad se requiere	Colocar el costo de l equipo o la herramienta	Colocar si es alta, media, baja
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
Inversión total						

7.3 Equipos, herramientas, utensilios y materiales necesarios para el almacenaje, la distribución y las ventas del negocio.

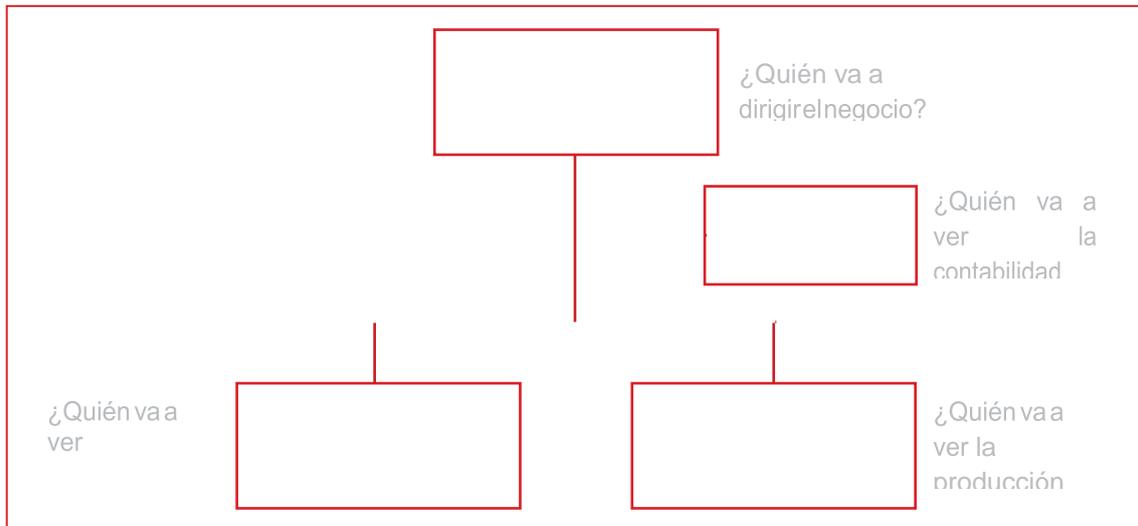
	Tipo de Equipo	Especificación	Función	Cantidad	Precio	Prioridad
1	Nombre del equipo o herramienta	Colocar cuáles son las especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos	Colocar el tipo de corriente que necesita	Colocar qué cantidad se requiere	Colocar el costo de la herramienta	Colocar si es alta, media, baja
2		capacidad, marca, color y todas las especificaciones necesarias para su compra).				
3						
4						
5						
Inversión total						

7.4 Equipos, herramientas, utensilios y materiales necesarias para la administración del negocio

	Tipo de Equipo	Especificación	Función	Cantidad	Precio	Prioridad
1	Nombre del equipo o herramienta	Colocar cuales son las especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos (tamaño de material capacidad, marca, color y todas las especificaciones necesarias para su compra).	Colocar el tipo de corriente que necesita	Colocar qué cantidad se requiere	Colocar el costo del equipo o herramienta	Colocar si es del alta, media, o la baja
2						
3						
4						
5						
Inversión total						

## 7.5 Organización del negocio

Describir cómo va a funcionar la empresa. Hacer un organigrama de la empresa.



## 7.6 Personal requerido

Luego de haber realizado el organigrama tenemos que detallar el perfil de cada trabajador que necesitamos para nuestro negocio.

	Puesto de Trabajo	Función	Perfil del trabajador	Cant. de Trabaj.	Estrategia de captación	Salario
1	Colocar el nombre del puesto de trabajo	Colocar cuáles serán las funciones que deberá realizar este trabajador	Colocar cuál debe ser el perfil del trabajador	Colocar la cantidad de trabajadores para este puesto	Colocar cómo se piensa captar o reclutar a los trabajadores	Colocar cuánto se le piensa pagar al trabajador
2						
3						
4						
TOTAL						

## 7.7 Financiamiento

Aquí tendremos que detallar como vamos a financiar nuestro negocio. Para ello nos haremos las siguientes preguntas: ¿Tenemos el dinero necesario para financiar nuestro negocio?, ¿Vamos a pedir algún préstamo?, ¿Cuándo lo vamos a pedir?, ¿A quién le vamos a pedir el préstamo?, ¿Cuánto dinero necesitamos pedir?

Capital necesario para el negocio	Capital con el que se cuenta	Capital faltante que se cuenta	Estrategias para conseguir
Colocar la cantidad de dinero que se necesita para el negocio	Colocar la cantidad con la que se cuenta.	Colocar la cantidad que nos falta para realizar el negocio	Colocar que estrategias utilizaremos para conseguir el capital que nos falta para hacer el negocio.

## 8. ACTIVIDADES CLAVES

8.1 Actividades claves para la producción de mi producto o servicio  
 Detallar el proceso de producción o servicio.

¿Qué actividades tengo que hacer para elaborar los productos o prestar el servicio?  
 ¿Qué problemas tengo que resolver para que la producción funcione?  
 ¿Cómo hago para garantizar que la producción salga bien o para que el servicio se realice correctamente?

PROCESO DE PRODUCCIÓN O SERVICIO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	OBSERVACIÓN
Colocar el nombre del proceso de producción.	Describir como se realiza el proceso, ¿quiénes intervienen?, ¿qué se utiliza?	Colocar si se tiene algún problema adicional y mencionar como se podría resolver.

82 Actividades claves para que la distribución y almacenaje funcione en nuestro negocio.

¿Cómo hago para garantizar que los productos lleguen en buen estado desde que salen de la empresa hasta que lleguen al cliente?

¿Cómo hago para que los productos se encuentren en el momento preciso que el cliente los va a comprar?

N°	PROCESO DE DISTRIBUCIÓN	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	ESTRATEGIAS PARA QUE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAJE FUNCIONE
	Colocar el nombre del proceso de distribución.	Describir como se realiza el proceso, ¿quiénes intervienen?, ¿qué se utiliza?	Colocar si se tiene algún problema adicional y mencionar como se podría resolver.

83 Actividades claves para que las ventas y el marketing funcionen en nuestro negocio Describir el proceso de ventas, ¿Cómo hago para que los vendedores siempre vendan?,

¿Cómo hago para que siempre se ofrezca el mismo servicio?, ¿Cómo hago para que la publicidad que utilizo sea eficiente?, ¿Qué debo hacer para mantener una buena relación con los clientes?

	PROCESO DE VENTAS Y MARKETING DE MARKETING	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	ESTRATEGIAS PARA QUE LAS VENTAS Y EL FUNCIONEN
	Colocar cual es el proceso de venta a realizar para determinada boca de salida.	Describir como se realiza el proceso, ¿quiénes intervienen?, ¿qué se utiliza?	Colocar estrategias adecuadas que me ayuden a mejorar o mantener el proceso de ventas y de marketing.

84 Ubicación de las áreas del negocio

En el siguiente recuadro debemos dibujar un plano de la distribución, en donde podamos observar donde se encuentra cada área de la empresa.



## 85 Actividades Claves para la Constitución del negocio

En el siguiente cuadro deberás colocar todas la actividades que necesitas para formalizar tu negocio, detallar los documentos que necesitas, conocer dónde se realiza el trámite y saber cuánto se tendrá que pagar por el derecho al trámite.  
 ¿Qué permisos necesito para que el negocio funcione?  
 ¿Cómo lo voy a conseguir?  
 ¿Qué requisitos necesito para formalizar mi empresa?

	Actividades Claves	Requisitos necesarios	¿Para qué lo necesito?	¿Dónde lo hago?	Costo
1	Constitución del negocio Nombrar la actividad que necesito realizar	Colocar los requisitos o documentos que necesito para realizar la actividad			
2	Sacar RUC				
3	Licencia de funcionamiento Municipal				
4	Otros permisos necesarios				
5	Otros permisos necesarios				

## 9. SOCIOS CLAVES

### 9.1 Análisis de nuestros socios claves

Detallar quiénes son nuestros socios claves.

	Tipo de socio clave/ y Nombre	Productos o Servicios Que Nos Provee	¿Por qué Sería Nuestro Socio Clave?	Estrategias Para Volverlo Nuestro Socio Clave
1	Colocar el nombre de la empresa o servicio que nos provee	Detallar los productos que nos provee o el servicio que nos brinda	Fundamentar porque sería nuestro socio clave	¿Cómo hacemos para lograr que sea nuestro socio clave?
2				
3				
4				
5				
6				







10.5 Costos totales de producción del bien o servicio

Costos (S/.)													
Concepto	Ene	Feb	Mar	Abrl	May	Jun	Jul	Ago	set	Oct	Nov	Dic	Costo/año
Materia prima e insumos													
Servicios													
Mano de obra													



### 10.7 Costo de Depreciación e inversiones

Inversiones	Valor	Depreciación	
		Años de uso	Depreciación anual
Maquinaria Equipos			
Herramientas			
Muebles de oficina			
Total S/.			
Depreciación mensual			

### 10.8 Fuentes de financiamiento y servicio de la deuda

Flujo de Caja		
Monto requerido de inversión	Origen del financiamiento	Monto S/.
<b>Total inversión</b>		<b>Total financiamiento</b>

### 10.9 Pago de deuda o préstamo

CUADRO DE COMPROMISO DE PAGO												
Concepto	MES1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	Mes 12
<b>Préstamo familiar</b>												
Pago												
interés												
<b>Préstamo de institución financiera</b>												
Pago												
Interés												
<b>Cargo administrativos de la institución financiera</b>												
Pago												
Interese												
<b>Total</b>												



## 10.11 Indicadores del plan de negocio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
$\frac{\text{COST OPERATIVOS} + \text{COST} + \text{COSTOS MAQUINARIAS} + \text{COSTO}}{\text{PRECIO DEL PRODUCTO} - \text{UTILIDAD DEL}}$	= PUNTO DE

- El punto de equilibrio se logra con la venta de \_\_\_\_\_ (productos o servicios).
- El punto de equilibrio en soles se logra cuando se venda S/. \_\_\_\_\_
- El punto de equilibrio del negocio se logra al \_\_\_\_\_ mes del año de funcionamiento.

El indicador del VAN:

- El valor Actual Neto VAN para el presente proyecto es \_\_\_\_\_ por lo que se recomienda:

---

---

---

La tasa interna de Retorno

- La tasa Interna de Retorno TIR para el presente Plan de Negocio es \_\_\_\_\_ que es a la tasa anual de descuento \_\_\_\_\_%
- Por lo que el negocio recomienda:

---

---

---

---

---

	INDICADORES	ENCUESTA	e1	e2	e3	.	.	.	e259	e260	e261
1	<b>Rentabilidad Empresarial</b>	¿La tecnología, resuelve los problemas del producto o servicio?	5	5	3	3	2	4	4	5	5
2		¿Se resuelve la necesidad sin tu producto?	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3		¿Solventa el problema con tu servicio?	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4		¿El cliente encuentra beneficios de tu servicio?	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5		¿Está protegido tu producto?	2	2	4	3	3	3	3	4	4
6		¿Tienes competidores?	4	3	5	2	2	2	2	5	5
7		¿Cuáles son los criterios de compra de los clientes?	5	4	3	2	2	2	2	3	3
8		¿comparas con la solución de tus competidores?	3	5	2	4	3	3	3	2	2
9		¿Existe crecimiento esperado de tu mercado?	1	3	4	5	4	4	4	4	4
10	<b>Administración Empresarial</b>	¿Identificas los segmentos del mercado objetivo?	3	2	5	3	5	5	5	5	5
11		¿Conoces quién paga el producto y por qué?	4	4	3	1	3	3	3	3	3
12		¿Identifica los clientes actuales y cuál es el canal de venta?	4	5	1	3	2	2	2	1	1
13		¿Conoce la estrategia y plan de expansión por segmento de cliente?	4	3	3	4	4	4	4	3	3
14		¿Identifica la estrategia y plan de expansión geográfica	4	1	4	4	5	5	5	4	4
15		¿Se apoya en asesores y socios?	2	3	4	4	3	3	3	4	4
16		¿Conoce los hitos más importantes conseguidos hasta la fecha?	2	4	4	4	1	1	1	4	4
17		¿Conoce el estado actual de tu empresa y de tu producto o servicio?	2	4	2	2	3	3	3	2	2
18		¿Identifica la estructura actual del accionariado?	3	4	4	2	4	4	4	4	4
19	¿Existe previsiones de contratación?	3	2	5	2	4	4	4	5	5	
20	<b>Calidad Empresarial</b>	¿Conoce la estructura legal?	4	4	3	3	3	3	3	3	3
21		¿Conoce el modelo de ingresos?	4	5	1	1	1	1	1	1	1
22		¿Conoce cuáles son los costes asociados y las necesidades de inversión?	4	3	3	3	3	3	3	3	3
23		¿Identifica Cómo y cuándo se consigue el punto de equilibrio de la compañía?	4	1	4	4	4	4	4	4	4
24		¿Identifica a los compradores estratégicos para una posible venta de la empresa?	2	3	3	3	3	3	3	3	3
25		¿Conoce las ventas de firmas comparables a la tuya y a qué precios?	2	4	4	4	4	4	4	4	4
26		¿Identifica la hoja de ruta de financiación de la empresa?	2	4	4	4	4	4	4	4	4
27		¿Conoce qué se va a destinar cada partida de inversión?	3	4	4	4	4	4	4	4	4