

La estrategia empresarial y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas en el Perú

Business strategy and the growth of small and medium-sized enterprises in Peru

Luis Alberto Baldeos Ardian¹, Flor de María Lioo Jordan, Flor de María Garibay Torres, Santiago Ernesto Ramos y Yovera, Abrahán Cesar Nery Ayala, Oscar Otazu Montes

RESUMEN

Objetivo: Determinar cómo la falta de una estrategia empresarial influye en el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas del Perú. **Método:** La población estuvo compuesta por 100 pequeñas y medianas empresas del Perú. Se utilizaron instrumentos de medición los que han sido validados por expertos. La investigación es de nivel Descriptivo - Correlacional. **Resultado:** El 63% de los Gerentes encuestados expresan que casi siempre aplican las estrategias empresariales el 6% aplican las diversas estrategias en sus empresas y el 4% expresan que nunca utilizan las diversas estrategias empresariales en sus empresas. El 56% de los Gerentes manifiestan que casi siempre tienen crecimiento empresarial el 31 % expresan que a veces tienen crecimiento empresarial y el 13% expresan que siempre sus pequeñas y medianas empresas están mejorando. El 50% indican que a veces el sistema financiero mejora el 46% casi siempre el sistema financiero en sus empresas, pero hay que considerar que los diseñan incrementa y el 4% manifiestan que el sistema financiero de sus pequeña y mediana empresa casi nunca mejora. **Conclusiones:** En lo que respecta a que si la estrategia empresarial influye en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas consideran que los gerentes si aplican las estrategias para buscar el crecimiento pero lo hacen de manera muy dificultosa, el cual se ve que sus resultados no son eficientes. Al respecto, también tenemos que un reducido porcentaje no aplican las estrategias para las empresas, el cual se comprueba con el bajo rendimiento. Tenemos que un sector considera que la estrategias si mejoran la rentabilidad financiera de la empresa.

Palabras Clave: Estrategia empresarial, Pequeñas empresas, Medianas empresas, Sistema financiero, Crecimiento y desarrollo, Comercio internacional

ABSTRACT

Objective: To determine how the lack of a business strategy influences the growth and development of small and medium-sized companies in Peru. **Method:** The population was made up of 100 small and medium-sized companies in Peru. Measurement instruments that have been validated by experts were used. The research is Descriptive - Correlational level. **Result:** 63% of the Managers surveyed express that they almost always apply business strategies, 6% apply the various strategies in their companies and 4% express that they never use the various business strategies in their companies. 56% of the Managers state that they almost always have business growth, 31% express that they sometimes have business growth and 13% express that their small and medium-sized companies are always improving. 50% indicate that sometimes the financial system improves, 46% almost always improves the financial system in their companies, but it must be considered that the design increases and 4% state that the financial system of their small and medium-sized companies almost never improves. **Conclusions:** Regarding whether the business strategy influences the growth of small and medium-sized companies, they consider that managers do apply the strategies to seek growth but they do so in a very difficult way, which shows that their results do not they are efficient. In this respect, we also have that a small percentage do not apply the strategies for the companies, which is proven by the low performance. We have that a sector considers that the strategies if they improve the financial profitability of the company.

Keywords: Business strategy, Small businesses, Medium businesses, financial system, Growth and development, International trade.

INTRODUCCIÓN

La economía peruana está determinada por la presencia muy importante de las pequeñas y medianas empresas que representan aproximadamente el 99 % y la gran

empresa solo representa el 1% de este sector contribuye al fisco de manera muy importante; por ello, desempeñan un papel fundamental en la creación de empleo, en la disminución de la pobreza y en el crecimiento del producto bruto interno.

Recibido 15/03/2022 Aprobado 26/04/2022

Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



¹Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Huaura, Perú, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6830-3089>, lbaldeos@unjfsc.edu.pe

No obstante, esta importancia, las pymes peruanas están pasando por una serie de problemas económicos, financieros y tecnológicos y de informalidad, al respecto, el estado no se preocupa mínimamente en reactivar a este gran sector, generando serios problemas para su crecimiento y desarrollo.

El crecimiento y desarrollo de este sector no lo vamos a estudiar en lo que se refiere al crecimiento en cantidad de Pymes, si no en el crecimiento empresarial basado en el desarrollo económico, financiero, legal y tecnológico, para determinar mejores niveles de competitividad y poder de esta manera competir en el mercado nacional y en el exterior. Dentro de la perspectiva del crecimiento empresarial hay que precisar que una gran empresa es tres veces más productiva que una Pyme. En lo que se refiere a los beneficios laborales de los trabajadores; en una empresa los trabajadores ganan tres veces más de lo que ganan en las Pymes. Otras de las limitaciones para el crecimiento de este sector es lo referente a las facilidades de financiamiento, en la actualidad las facturas de las pequeñas y medianas empresas no pueden ser utilizadas para lograr financiamiento inmediato en la Bolsa de Valores de Lima (BVL), debido a este mecanismo no permite que las Pymes no puedan comprar ni vender sus facturas en un mercado centralizado.

Se tiene la apreciación de Carranco(2017) sostiene:

Las Pymes surgen en la década de 1950, destacándose en la producción de tejidos, madera y alimentos, al tiempo que generaban fuentes de empleo y contribuían a reducir el índice de pobreza. Sin embargo, este sector se vio afectado por condiciones limitantes para su desarrollo, como: escasos planes de apoyo, falta de normas legales que impedían la conformación de estas empresas.(p.148)

Stumpo (2010) afirma:

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) son actores importantes en el desarrollo productivo de los países de América Latina por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto interno bruto. (p.13)

Lavarone (2012) indica:

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) desempeñan un papel trascendental en la industria nacional ya que son las empresas con mayor capacidad de creación de empleo, realizan un alto porcentaje de las actividades manufactureras, y constituyen una base para la expansión de las industrias. Muchas veces el accionar de las PyMEs se ve limitado al ser excluidas de muchos beneficios que otras empresas gozan, tales como el fácil acceso al crédito, mayor organización interna, mayor acceso a los recursos productivos, a la información, entre otros.(p.7).

Tello (2014) señala que:

El Estado Peruano no ha sido ajeno a la importancia que tienen las MIPYME para el desarrollo de nuestro país; por ello, las ha dotado de normas para fortalecer su crecimiento y desarrollo. En el Perú funcionan numerosos programas públicos y privados de apoyo a la pequeña y mediana empresa (PYME). Dentro del sector público, las iniciativas son ejecutadas por varias entidades, incluyendo el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES) y el Ministerio de la Producción (MP).(p.5)

El presente artículo de investigación denominado “La estrategia empresarial y el crecimiento de la pequeñas y medianas empresas en el Perú” está justificado por la importancia que tiene para investigar esta problemática con el propósito de solucionar el crecimiento y desarrollo empresarial de las pequeñas y medianas empresas y contribuir de esta manera al desarrollo de nuestro país. Los antecedentes de este artículo de investigación tienen como referencia los diversos estudios de las estrategias para el crecimiento empresarial de las pequeñas y medianas empresas.

El objetivo es determinar como la falta de una estrategia empresarial influye en el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el Perú.

MATERIAL Y MÉTODOS

La investigación es del tipo aplicada, porque su desarrollo permitirá responder a las interrogantes y objetivos de la investigación, utilizando los conocimientos de la estrategia y del crecimiento empresarial. La investigación tiene un nivel Descriptivo – Explicativo, porque incluye un estudio de relación entre dos variables independiente y dependiente. Los métodos de investigación son de observación y analítico ya para que para el estudio de la investigación se ha utilizado el diseño Descriptivo – correlacional, porque pretendemos explicar la relación entre las variables.

Población y Muestra:

El universo de la investigación está formado por las pequeñas y medianas empresas. La investigación se realiza sobre una población compuesta por 100 pequeñas y medianas empresas.

Para efectos de la recolección de la información se tomará en cuenta una muestra estratificada, considerando la fórmula:

$$= \frac{z^2 p.q.N}{(N-1)e^2 + z^2.p.q}$$

Se tomará en cuenta los siguientes parámetros

n= Tamaño de la muestra

z= Distribución normal estándar = 1.96

p= Proporción de población que posee la característica de interés = 0.5

q= Proporción de población que no posee la característica de interés = 0.5

N= Tamaño de la población = 100

e= Error = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)100}{(100-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} = \frac{96.04}{1.022} = 93.97$$

CORRECCIÓN

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{93.97}{1 + \frac{93.97}{100}} = \frac{93.97}{1.9397} = \frac{93.97}{1.9397} = 48$$

En consecuencia la muestra representativa es de 48 Pequeñas y medianas empresas en el Perú.

TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas de muestreo

En el muestreo se considera n=48 empresas

Técnicas de recolectar información

Para la recolección de información se emplearán las encuestas.

INSTRUMENTOS

Para desarrollar la presente investigación, se utilizarán los siguientes instrumentos.

Ficha de Observación.

RESULTADOS

Descripción de los resultados

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	2	4%
A VECES	11	23%
CASI SIEMPRE	32	67%
SIEMPRE	3	6%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las pequeñas y medianas empresas año 2018

Se usan en el estudio y análisis de los documentos que contienen información con respecto a las variables de la investigación.

Lista de Cotejo.

Se utiliza el mismo para el registro de datos relacionados a las estrategias y al crecimiento empresarial de las pequeñas y medianas empresas.

Cuestionario.

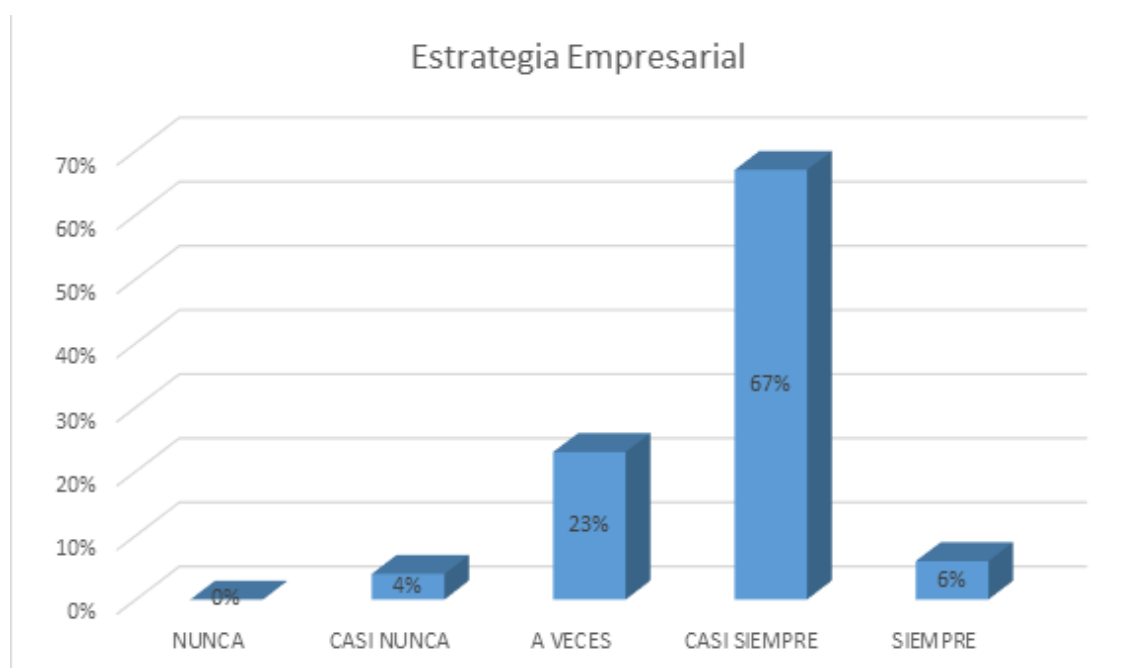
Esta técnica se emplea para evaluar las estrategias de crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Encuesta.

Se emplea como parte de la entrevista, para conocer las diversas opiniones de los gerentes y administradores de las pequeñas y medianas empresas.

TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se empleó el procesador Statistical Package of Social Sciences (SPSS versión 17), versión en español, con ayuda del EXCEL 2007 para la tabulación de los datos. Se confeccionará una base de datos realizándose análisis estadístico descriptivo con medida de tendencia central (media) y medidas de dispersión (desviación estándar).



Se realizó una encuesta a 48 gerentes de las pequeñas y medianas empresas, de los cuales el 63% de los encuestados expresan que casi siempre aplican las estrategias empresariales, tales como competitividad, productividad, dirección, control y tecnología. Además, el 6% de los encuestados manifiestan que siempre aplican las diversas estrategias empresariales en su pequeña y mediana empresa. Finalmente, unas minorías representadas por el 4% expresan que nunca utilizan las diversas estrategias empresariales en sus empresas.

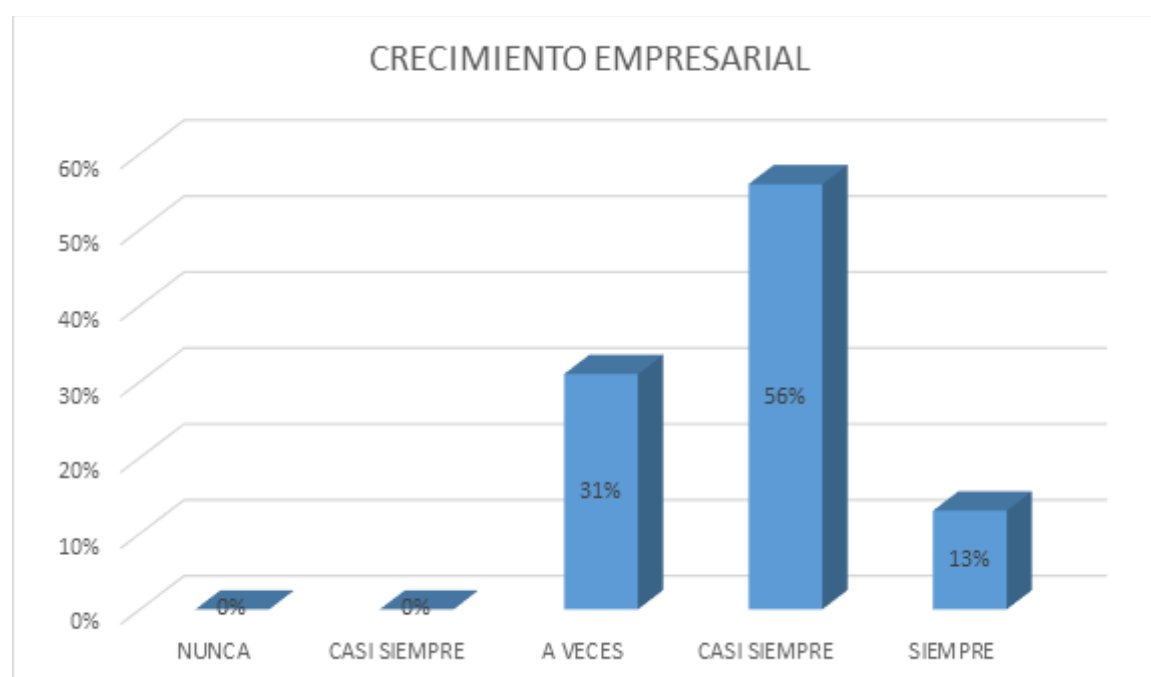
ESTRATEGIA EMPRESARIAL

NIVELES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	15	31%
CASI SIEMPRE	27	56%
SIEMPRE	6	13%
TOTAL	48	100%

Fuente: Encuesta aplicada a las pequeñas y medianas empresas año 2018

Descripción de los resultados:

Resultados de la variable Crecimiento Empresarial



Se aprecia que el 31% de gerentes de las pequeñas y medianas empresas manifiestan que a veces tienen crecimiento empresarial. El 56% de los empresarios expresan que casi siempre tienen crecimiento empresarial y el 13% de los encuestados manifiestan que siempre sus pequeñas y medianas empresas están mejorando.

CONCLUSIÓN

De las pruebas realizadas podemos concluir:

La falta de una estrategia empresarial dificulta el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el Perú. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.810, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y alta. Es decir, la aplicación de diversas estrategias empresariales tales como competitividad, productividad, dirección, control y tecnología permiten el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país.

En esta investigación se determinó que la falta de una estrategia empresarial influye en la formalización de las pequeñas y medianas en el Perú. Además, la correlación de Spearman es 0.772, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y moderada. Es decir, que la aplicación de las diversas estrategias empresariales mejora moderadamente la formalización de las pequeñas y medianas empresas.

La falta de una estrategia empresarial influye en los sistemas financieros en el Perú. Además, la correlación de Pearson es 0.591, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es directa y baja. Es decir, se aplica moderadamente las diversas estrategias empresariales, razón por la cual los sistemas financieros de las pequeñas y medianas empresas crecen moderadamente.

La falta de una estrategia empresarial influye en el comercio internacional. Además, la correlación de Pearson es 0.598, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es directa y moderada. Además, la correlación de Spearman es 0.598, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es directa y baja. Es decir pocas veces se aplican las diversas estrategias empresariales, razón por el cual el comercio internacional de las pequeñas y medianas empresas es deficiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Stumpo, G. (2010) Políticas de apoyo a las pymes en América Latina Entre avances innovadores y desafíos institucionales. Publisher: CEPAL Editor: Carlo Ferraro.
- Lavarone, P. (2012). Costos por órdenes de producción: su aplicación a la industria panificadora. Trabajo de investigación.
- Carranco, R. (2017) La aportación de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la economía ecuatoriana. El presente trabajo es la continuación de la propuesta presentada en el CIICAE-UIDE 2017, realizado en Loja-Ecuador. Universidad Internacional del Ecuador – UIDE, Quito – Ecuador.
- Tello, S. (2014) (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país ciencia política. Open Journal Systems. Vol. 12, Núm. 14.